

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti. 2011. Pengaruh factor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap perilaku konsumen (studi pada pembelian rumah di perumahan griya utama Banjardowo Semarang. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Mandala.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Etta Mamang Sabgadjani dan Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS
- Indah, Ketut Pratiwi. 2015. *Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kebaya border pada jegeg ayu boutique di Kuta*. Jurnal
- Kotler dan Gary Amstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Mangkunegara. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kedua belas. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Muhammad, Andi Irwan. 2019. *Pengaruh faktor psikologis, pribadi, social dan budaya terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online (studi kasus pada konsumen PT Lazada Indonesia di Kota Makassar)*. Jurnal

- Rahmadhanti. 2018. Pengaruh factor sosial dan factor pribadi terhadap keputusan pembelian perumahan griya jakabaring permai Banyuasin. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media
- Suprayitno, Agung. 2015. *Pengaruh faktor budaya, faktor pribadi dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran gado-gado Boplo*. Jurnal
- Teguh, Daniel. 2013. *Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler indosat-M3 di kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang*. Jurnal
- Tjiptono, 2017. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Lampiran 1. Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Aldi Kustyo Handoko
2. NIM : 171500115
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan Skripsi : 26 Oktober 2020
5. Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Sosial dan Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Di Kopi Djagongan Suabaya

Dosen Pembimbing : Drs. Sigit Prihanto Utomo, S.E., M.M.

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	KET.	Tanda Tangan
1	26 Oktober 2020	Pengajuan Judul dan Matrik	ACC	
2	04 November 2020	BAB I	REVISI	
3	05 November 2020	BAB I	ACC	
4	15 Desember 2020	BAB II	REVISI	
5	27 Desember 2020	BAB II	ACC	
6	04 Januari 2021	BAB III	REVISI	
7	09 Januari 2021	BAB III	ACC	
8	18 Januari 2021	Instrumen Penelitian	ACC	
9	31 Maret 2021	BAB I	ACC	

10	03 April 2021	BAB II	ACC	
11	4 April 2021	BAB III	ACC	
12	9 April 2021	BAB IV	REVISI	
13	13 April 2021	BAB IV	ACC	
14	16 April 2021	BAB V	ACC	
14	29 April 2021	ARTIKEL	ACC	

Tanggal selesai penulisan skripsi : 2 Mei 2021

Surabaya, 10 Mei 2021

Dosen Pembimbing



Drs. Sigit Prihanto Utomo, S.E.,M.M.
NPP : 8706188/DY

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp-Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.umpasby.ac.id>

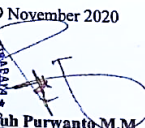
Nomor : /01/FEB/VI/2021
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Kopi Djagongan
Jl. Wisma Pagesangan No. 197
Di –
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Aldi Kustyo Handoko
NIM : 171500115
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Sosial dan Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Di Kopi Djagongan Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 09 November 2020
Dekan,

Teguh Purwanto M.M.
NIP. 196801222.199003.1001

Lampiran 3. Surat balasan Perusahaan



KOPI DJAGONGAN

Jl. Wisma Pagesangan 197, Surabaya, Indonesia 60235
Tlp: 081222227460

Surabaya, 11 Juni 2021

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat pengajuan yang diterima oleh Kopi Djagongan perihal permohonan izin melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi, dengan ini kami memberitahukan bahwa pengajuan penelitian atas nama dibawah ini :

Nama : Aldi Kustyo Handoko

NIM : 171500115

Program Studi : Manajemen

Kegiatan : Melaksanakan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Sosial, Dan Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Di Kopi Djagongan Surabaya.

Dengan ini menyatakan bahwa kami telah memberi izin kepada mahasiswa yang bersangkutan tersebut untuk melakukan penelitian di Kopi Djagongan Surabaya.


Demikian surat balasan dari kami, atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Pemimpin Kopi Djagongan



Hendry Hermansyah

Lampiran 4. Berita acara ujian skripsi


UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS
 Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
 Website : <http://www.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Aldi Kurtyo Handoko
 NIM/Program Studi : 171500115 / Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Faktor pribadi, faktor sosial dan faktor Budaya Terhadap keputusan Pembelian kopi di kopi di Jorong Surabaya.
 Tanggal Ujian Skripsi : 07-07-2021
 Penguji : 1. Kehut Firmadegianta
 2. _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	4/7	Bab II.1.1, 1.1.1, 1.1.2	K
2		2. Landasan teoritis dan metodologi (lihat judul)	
3		3. Rumuska komersial	
4		4. Bab II.1.1.1, 1.1.2, 1.1.3	K
5		2. Plus data	
6		Bab II.1.1.1, 1.1.2, 1.1.3	K
7		2. Plus data	
8		Bab II.1.1, 1.1.1, 1.1.2, 1.1.3, 1.1.4, 1.1.5, 1.1.6, 1.1.7, 1.1.8, 1.1.9, 1.1.10, 1.1.11, 1.1.12, 1.1.13, 1.1.14, 1.1.15, 1.1.16, 1.1.17, 1.1.18, 1.1.19, 1.1.20, 1.1.21, 1.1.22, 1.1.23, 1.1.24, 1.1.25, 1.1.26, 1.1.27, 1.1.28, 1.1.29, 1.1.30, 1.1.31, 1.1.32, 1.1.33, 1.1.34, 1.1.35, 1.1.36, 1.1.37, 1.1.38, 1.1.39, 1.1.40, 1.1.41, 1.1.42, 1.1.43, 1.1.44, 1.1.45, 1.1.46, 1.1.47, 1.1.48, 1.1.49, 1.1.50, 1.1.51, 1.1.52, 1.1.53, 1.1.54, 1.1.55, 1.1.56, 1.1.57, 1.1.58, 1.1.59, 1.1.60, 1.1.61, 1.1.62, 1.1.63, 1.1.64, 1.1.65, 1.1.66, 1.1.67, 1.1.68, 1.1.69, 1.1.70, 1.1.71, 1.1.72, 1.1.73, 1.1.74, 1.1.75, 1.1.76, 1.1.77, 1.1.78, 1.1.79, 1.1.80, 1.1.81, 1.1.82, 1.1.83, 1.1.84, 1.1.85, 1.1.86, 1.1.87, 1.1.88, 1.1.89, 1.1.90, 1.1.91, 1.1.92, 1.1.93, 1.1.94, 1.1.95, 1.1.96, 1.1.97, 1.1.98, 1.1.99, 1.1.100	

9 20/7/21
 Penguji I, [Signature]
 Penguji II, [Signature]
 1. Kehut

Surabaya, Penguji II
[Signature]

Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu

Pelanggan Kopi Djagongan Surabaya

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai penunjang proposal dalam ilmu komunikasi yang berjudul Pengaruh faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya terhadap keputusan pembelian kopi di Kopi Djagongan Surabaya dan disusun sebagai tugas akhir (skripsi) pada Program Studi Manajemen Pada Universitas PGRI Adibuana Surabaya. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi pendapat pendapat atas pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian

ini dan bukan untuk maksud evaluasi atau penilaian. Seluruh jawaban yang Bapak/Ibu berikan akan dirahasiakan.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu , saya sampaikan terima kasih.

Peneliti

(Aldi Kustyo)

A. IDENTITAS RESPONDEN:

Nama :

Umur : Tahun

Status perkawinan :

Kawin Belum kawin

Cerai/Pisah

Jumlah anak : Orang

Jenjang pendidikan :

Kurang dari SMA/SMK SMA/SMK

Sarjana Muda/ D-III Sarjana/S-1 atau lebih

B. TATA CARA PENGISIAN KUESIONER:

1. Isilah jawaban dengan memberikan tanda centang (V)

pada jawaban yang anda pilih.

2. Ada empat alternatif dari jawaban yang anda pilih.

Masing-masing alternatif mempunyai poin/nilai yang berbeda

- Sangat Setuju (SS) -> 5
- Setuju (S) -> 4
- Cukup Setuju (CS) -> 3

A. Variabel Faktor Pribadi (X_1)

Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1 Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena sesuai dengan selera saya					
2. Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena sesuai dengan penghasilan saya					
3. Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena sesuai dengan gaya hidup saya					
4. Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena sesuai dengan kepribadian saya					

B. Variabel Fasktor Sosial (X_2)

Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1 Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena teman-teman saya banyak yang membeli kopi dan singga di Kopi Djagongan Surabaya					
2. Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena keluarga saya juga suka					
3. Saya Memilih Kopi Djagongan Surabaya sesuai dengan kelas sosial saya					

C. Variabel Faktor Budaya (X_3)

Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1 Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena mayoritas teman teman saya membeli kopi disana					
2. Saya mendapat dorongan dari orang sekitar saya untuk memilih Kopi Djagongan Surabaya					
3. Saya memilih Kopi Djagongan Surabaya karena sesuai dengan status saya sebagai mahasiswa					

D. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1. Saya terlebih dahulu mengenal Kopi Djagongan Surabaya sebelum datang kesana					
2. Saya mencari informasi mengenai menu minuman dan makanan yang ada di Kopi Djagongan Surabaya					
3. Saya akan melakukan evaluasi alternated sebelum memilih Kopi Djagongan Surabaya					
R4. Saya memutuskan sendiri untuk melakukan pembelian di Kopi Djagongan Surabaya					
5. Saya akan merasa puas setelah membeli di Kopi Djagongan Surabaya					

Lampiran 6. Tabulasi Jawaban Responden

Responden	VARIABEL FAKTOR PRIBADI				Jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	
Resp_1	2	2	2	2	8
Resp_2	5	5	4	5	19
Resp_3	2	2	2	2	8
Resp_4	3	3	3	3	12
Resp_5	4	3	4	3	14
Resp_6	3	2	3	2	10
Resp_7	3	3	3	4	13
Resp_8	5	5	5	5	20
Resp_9	2	2	2	2	8
Resp_10	2	2	2	2	8
Resp_11	5	5	4	5	19
Resp_12	5	5	5	5	20
Resp_13	2	3	3	2	10
Resp_14	3	4	3	4	14
Resp_15	3	3	3	3	12
Resp_16	5	4	5	5	19
Resp_17	5	4	3	4	16
Resp_18	5	5	4	5	19
Resp_19	3	4	4	4	15
Resp_20	5	5	5	5	20
Resp_21	5	4	4	4	17
Resp_22	5	4	5	4	18
Resp_23	5	4	4	5	18
Resp_24	5	5	5	5	20
Resp_25	5	4	5	5	19

Resp_26	4	5	5	4	18
Resp_27	5	5	5	4	19
Resp_28	5	5	4	5	19
Resp_29	4	5	4	5	18
Resp_30	3	4	3	4	14
Resp_31	5	4	4	4	17
Resp_32	4	4	4	4	16
Resp_33	5	5	5	4	19
Resp_34	4	5	5	4	18
Resp_35	5	4	5	4	18
Resp_36	5	4	4	5	18
Resp_37	5	4	5	4	18
Resp_38	4	5	4	5	18
Resp_39	3	5	4	5	17
Resp_40	3	4	3	4	14
Resp_41	4	4	4	4	16
Resp_42	3	3	4	4	14
Resp_43	5	5	5	4	19
Resp_44	4	4	4	5	17
Resp_45	4	4	4	5	17
Resp_46	2	4	4	5	15
Resp_47	5	5	4	4	18
Resp_48	4	4	4	4	16
Resp_49	4	4	5	4	17
Resp_50	4	4	3	4	15
Resp_51	2	4	3	2	11
Resp_52	5	3	5	5	18
Resp_53	5	4	5	5	19
Resp_54	4	4	5	4	17

Resp_55	4	5	5	4	18
Resp_56	5	4	5	5	19
Resp_57	4	4	4	4	16
Resp_58	5	5	3	4	17
Resp_59	5	5	5	5	20
Resp_60	5	5	4	5	19
Resp_61	4	4	4	4	16
Resp_62	4	3	4	3	14
Resp_63	5	5	5	5	20
Resp_64	4	4	4	4	16
Resp_65	5	4	5	4	18
Resp_66	4	3	4	3	14
Resp_67	5	5	5	5	20
Resp_68	5	5	5	5	20
Resp_69	5	5	4	5	19
Resp_70	5	4	5	4	18
Resp_71	3	4	4	3	14
Resp_72	4	5	5	5	19
Resp_73	4	4	3	4	15
Resp_74	4	4	3	4	15
Resp_75	5	5	4	5	19
Resp_76	4	5	4	5	18
Resp_77	4	5	3	4	16
Resp_78	4	5	4	4	17
Resp_79	2	2	2	2	8
Resp_80	3	3	3	3	12
Resp_81	3	3	3	3	12
Resp_82	5	4	5	4	18
Resp_83	4	4	4	5	17

Resp_84	4	5	4	4	17
Resp_85	3	3	4	3	13
Resp_86	5	5	5	5	20
Resp_87	5	5	5	5	20
Resp_88	5	5	5	5	20
Resp_89	5	5	3	5	18
Resp_90	5	5	5	5	20
Resp_91	5	5	5	5	20
Resp_92	4	4	4	4	16
Resp_93	5	5	5	5	20
Resp_94	5	5	4	5	19
Resp_95	4	4	4	4	16
Resp_96	3	3	3	3	12

Responden	VARIABEL FAKTOR SOSIAL			
	Item 1	Item 2	Item 3	TOTAL
Resp_1	2	3	3	8
Resp_2	4	4	5	13
Resp_3	3	4	3	10
Resp_4	3	3	3	9
Resp_5	4	4	4	12
Resp_6	5	5	4	14
Resp_7	3	3	3	9
Resp_8	4	3	4	11
Resp_9	4	4	4	12
Resp_10	2	3	3	8
Resp_11	2	2	2	6
Resp_12	4	2	4	10

Resp_13	4	4	4	12
Resp_14	4	5	5	14
Resp_15	5	5	5	15
Resp_16	4	3	4	11
Resp_17	5	4	5	14
Resp_18	4	4	4	12
Resp_19	3	3	3	9
Resp_20	4	4	4	12
Resp_21	4	4	4	12
Resp_22	4	4	4	12
Resp_23	4	5	4	13
Resp_24	4	4	5	13
Resp_25	3	3	3	9
Resp_26	3	4	3	10
Resp_27	4	4	4	12
Resp_28	5	5	5	15
Resp_29	3	5	3	11
Resp_30	4	3	4	11
Resp_31	4	4	4	12
Resp_32	4	4	4	12
Resp_33	5	5	5	15
Resp_34	3	5	3	11
Resp_35	4	4	4	12
Resp_36	5	5	5	15
Resp_37	3	5	3	11
Resp_38	4	3	4	11
Resp_39	4	5	4	13
Resp_40	4	5	4	13
Resp_41	5	5	5	15

Resp_42	3	3	4	10
Resp_43	4	4	4	12
Resp_44	3	3	3	9
Resp_45	4	4	4	12
Resp_46	5	5	4	14
Resp_47	3	3	3	9
Resp_48	4	3	4	11
Resp_49	4	4	4	12
Resp_50	3	4	3	10
Resp_51	4	3	4	11
Resp_52	4	4	4	12
Resp_53	4	4	3	11
Resp_54	5	5	4	14
Resp_55	4	4	2	10
Resp_56	4	5	5	14
Resp_57	5	5	5	15
Resp_58	3	3	3	9
Resp_59	4	4	4	12
Resp_60	4	4	4	12
Resp_61	3	3	3	9
Resp_62	4	4	4	12
Resp_63	4	4	4	12
Resp_64	4	4	4	12
Resp_65	4	4	4	12
Resp_66	4	4	4	12
Resp_67	3	3	4	10
Resp_68	3	4	3	10
Resp_69	4	5	4	13
Resp_70	4	5	3	12

Resp_71	5	5	5	15
Resp_72	3	4	3	10
Resp_73	3	2	3	8
Resp_74	4	4	4	12
Resp_75	3	4	4	11
Resp_76	3	3	3	9
Resp_77	4	4	4	12
Resp_78	4	4	4	12
Resp_79	3	4	4	11
Resp_80	4	3	4	11
Resp_81	4	4	5	13
Resp_82	5	4	5	14
Resp_83	4	4	4	12
Resp_84	4	5	4	13
Resp_85	4	4	4	12
Resp_86	4	4	4	12
Resp_87	5	5	5	15
Resp_88	3	3	4	10
Resp_89	4	4	4	12
Resp_90	4	5	4	13
Resp_91	3	3	3	9
Resp_92	4	5	5	14
Resp_93	4	4	4	12
Resp_94	4	4	4	12
Resp_95	5	4	5	14
Resp_96	2	2	2	6

Responden	VARIABEL FAKTOR BUDAYA			
	Item 1	Item 2	Item 3	TOTAL
Resp_1	5	5	5	15
Resp_2	5	4	4	13
Resp_3	2	2	2	6
Resp_4	2	3	2	7
Resp_5	2	3	2	7
Resp_6	2	2	2	6
Resp_7	5	5	5	15
Resp_8	5	5	5	15
Resp_9	2	2	2	6
Resp_10	2	2	3	7
Resp_11	2	2	2	6
Resp_12	3	2	2	7
Resp_13	3	2	2	7
Resp_14	2	2	3	7
Resp_15	2	2	2	6
Resp_16	3	2	2	7
Resp_17	2	2	2	6
Resp_18	4	5	4	13
Resp_19	4	5	3	12
Resp_20	5	5	4	14
Resp_21	3	3	3	9
Resp_22	5	5	5	15
Resp_23	3	3	3	9
Resp_24	4	3	3	10
Resp_25	4	5	5	14
Resp_26	4	4	4	12
Resp_27	3	3	4	10

Resp_28	4	4	4	12
Resp_29	3	4	4	11
Resp_30	4	4	4	12
Resp_31	5	5	3	13
Resp_32	3	4	3	10
Resp_33	5	5	5	15
Resp_34	4	4	4	12
Resp_35	4	5	5	14
Resp_36	5	3	4	12
Resp_37	4	4	4	12
Resp_38	4	5	5	14
Resp_39	5	3	5	13
Resp_40	4	4	4	12
Resp_41	5	4	5	14
Resp_42	4	5	4	13
Resp_43	4	5	4	13
Resp_44	3	5	5	13
Resp_45	4	3	3	10
Resp_46	5	5	4	14
Resp_47	4	4	4	12
Resp_48	4	5	5	14
Resp_49	4	5	5	14
Resp_50	4	5	3	12
Resp_51	5	4	4	13
Resp_52	4	4	4	12
Resp_53	5	5	5	15
Resp_54	4	3	4	11
Resp_55	4	4	4	12
Resp_56	4	5	5	14

Resp_57	4	3	5	12
Resp_58	4	4	3	11
Resp_59	4	4	4	12
Resp_60	4	5	4	13
Resp_61	5	5	5	15
Resp_62	3	4	4	11
Resp_63	4	4	4	12
Resp_64	4	3	3	10
Resp_65	4	4	4	12
Resp_66	4	5	5	14
Resp_67	4	4	4	12
Resp_68	5	4	5	14
Resp_69	4	4	4	12
Resp_70	4	5	5	14
Resp_71	5	4	3	12
Resp_72	5	4	5	14
Resp_73	4	4	4	12
Resp_74	4	5	4	13
Resp_75	3	4	4	11
Resp_76	5	5	5	15
Resp_77	4	5	5	14
Resp_78	3	3	3	9
Resp_79	4	4	4	12
Resp_80	4	4	5	13
Resp_81	4	3	3	10
Resp_82	4	4	4	12
Resp_83	5	4	5	14
Resp_84	3	3	3	9
Resp_85	4	4	4	12

Resp_86	3	4	4	11
Resp_87	4	4	4	12
Resp_88	4	3	4	11
Resp_89	5	4	5	14
Resp_90	4	4	4	12
Resp_91	4	5	5	14
Resp_92	4	3	4	11
Resp_93	3	3	3	9
Resp_94	4	4	5	13
Resp_95	4	3	4	11
Resp_96	4	3	3	10

Responden	VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN					Jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
Resp_1	2	3	3	2	2	12
Resp_2	5	5	4	5	5	24
Resp_3	3	3	3	3	3	15
Resp_4	2	2	2	2	2	10
Resp_5	2	2	2	3	2	11
Resp_6	2	2	2	2	2	10
Resp_7	5	5	5	5	5	25
Resp_8	4	5	4	4	5	22
Resp_9	2	2	2	2	2	10
Resp_10	2	2	3	2	2	11
Resp_11	2	2	2	2	2	10
Resp_12	2	2	2	2	2	10
Resp_13	3	3	2	2	2	12
Resp_14	3	2	3	2	2	12

Resp_15	2	2	4	2	2	12
Resp_16	3	2	2	2	2	11
Resp_17	2	2	2	2	2	10
Resp_18	4	5	5	5	5	24
Resp_19	5	5	5	4	5	24
Resp_20	3	3	3	3	3	15
Resp_21	5	5	3	5	5	23
Resp_22	5	5	5	5	5	25
Resp_23	5	5	5	5	5	25
Resp_24	4	4	4	4	3	19
Resp_25	4	5	5	5	4	23
Resp_26	5	4	5	5	5	24
Resp_27	5	4	4	4	4	21
Resp_28	4	4	4	3	4	19
Resp_29	4	4	4	3	4	19
Resp_30	3	4	4	4	4	19
Resp_31	5	5	4	5	4	23
Resp_32	4	4	4	4	4	20
Resp_33	5	4	5	5	5	24
Resp_34	4	4	4	4	4	20
Resp_35	5	5	5	5	3	23
Resp_36	5	5	5	5	5	25
Resp_37	5	4	5	5	5	24
Resp_38	5	5	5	5	5	25
Resp_39	5	5	5	5	5	25
Resp_40	4	5	5	5	5	24
Resp_41	5	5	5	5	5	25
Resp_42	4	4	4	4	3	19
Resp_43	4	4	4	4	4	20

Resp_44	4	4	4	4	4	20
Resp_45	4	4	4	4	4	20
Resp_46	4	4	4	3	5	20
Resp_47	4	4	4	4	5	21
Resp_48	4	4	3	3	3	17
Resp_49	4	4	4	4	4	20
Resp_50	3	4	4	4	4	19
Resp_51	4	4	4	5	4	21
Resp_52	3	4	4	4	4	19
Resp_53	3	3	3	3	3	15
Resp_54	4	5	4	5	4	22
Resp_55	4	4	5	4	4	21
Resp_56	4	4	4	4	4	20
Resp_57	4	4	4	4	4	20
Resp_58	3	4	4	4	3	18
Resp_59	4	4	4	3	4	19
Resp_60	4	5	5	5	5	24
Resp_61	5	5	5	3	5	23
Resp_62	3	5	3	5	3	19
Resp_63	5	5	5	4	5	24
Resp_64	4	4	4	5	4	21
Resp_65	4	3	3	3	3	16
Resp_66	4	4	4	4	4	20
Resp_67	4	4	3	4	4	19
Resp_68	4	4	4	4	4	20
Resp_69	4	4	4	5	5	22
Resp_70	4	4	4	4	4	20
Resp_71	4	5	5	4	5	23
Resp_72	4	5	5	5	4	23

Resp_73	3	3	4	3	3	16
Resp_74	5	5	5	5	3	23
Resp_75	5	4	5	5	5	24
Resp_76	5	5	5	5	5	25
Resp_77	5	5	5	3	3	21
Resp_78	4	4	4	4	4	20
Resp_79	4	4	5	5	5	23
Resp_80	4	5	5	5	4	23
Resp_81	4	4	4	3	4	19
Resp_82	5	5	4	5	5	24
Resp_83	4	4	3	4	4	19
Resp_84	5	4	4	4	4	21
Resp_85	4	4	4	3	4	19
Resp_86	5	4	5	5	4	23
Resp_87	5	4	4	4	4	21
Resp_88	4	3	4	4	3	18
Resp_89	4	4	3	4	4	19
Resp_90	5	4	5	5	5	24
Resp_91	4	4	5	4	5	22
Resp_92	4	4	4	3	4	19
Resp_93	5	4	5	5	4	23
Resp_94	5	5	4	5	4	23
Resp_95	4	4	5	3	5	21
Resp_96	4	4	4	5	4	21

Lampiran 7. Hasil Olahan Data SPSS 23

1. DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

a. Variabel Faktor Pribadi

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	8	8.3	8.3	8.3
3.00	15	15.6	15.6	24.0
4.00	29	30.2	30.2	54.2
5.00	44	45.8	45.8	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	6	6.3	6.3	6.3
3.00	13	13.5	13.5	19.8
4.00	38	39.6	39.6	59.4
5.00	39	40.6	40.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	5	5.2	5.2	5.2
3.00	19	19.8	19.8	25.0
4.00	38	39.6	39.6	64.6
5.00	34	35.4	35.4	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	8	8.3	8.3	8.3
3.00	10	10.4	10.4	18.8
4.00	39	40.6	40.6	59.4
5.00	39	40.6	40.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

b. Variabel Faktor Sosial

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	4.2	4.2	4.2
3.00	24	25.0	25.0	29.2
4.00	54	56.3	56.3	85.4
5.00	14	14.6	14.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	4.2	4.2	4.2
3.00	22	22.9	22.9	27.1
4.00	46	47.9	47.9	75.0
5.00	24	25.0	25.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	3.1	3.1	3.1
3.00	23	24.0	24.0	27.1
4.00	53	55.2	55.2	82.3
5.00	17	17.7	17.7	100.0
Total	96	100.0	100.0	

c. Variabel Faktor Budaya

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	10	10.4	10.4	10.4
3.00	15	15.6	15.6	26.0
4.00	50	52.1	52.1	78.1
5.00	21	21.9	21.9	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	11	11.5	11.5	11.5
3.00	20	20.8	20.8	32.3
4.00	36	37.5	37.5	69.8
5.00	29	30.2	30.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	11	11.5	11.5
	3.00	18	18.8	30.2
	4.00	39	40.6	70.8
	5.00	28	29.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0

d. Variabel Keputusan Pembelian

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	10	10.4	10.4
	3.00	12	12.5	22.9
	4.00	45	46.9	69.8
	5.00	29	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	11	11.5	11.5
	3.00	8	8.3	19.8
	4.00	48	50.0	69.8
	5.00	29	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	9	9.4	9.4	9.4
3.00	13	13.5	13.5	22.9
4.00	42	43.8	43.8	66.7
5.00	32	33.3	33.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	12	12.5	12.5	12.5
3.00	17	17.7	17.7	30.2
4.00	32	33.3	33.3	63.5
5.00	35	36.5	36.5	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	13	13.5	13.5	13.5
3.00	14	14.6	14.6	28.1
4.00	39	40.6	40.6	68.8
5.00	30	31.3	31.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

2. PENGUJIAN VALIDITAS DATA

a. Variabel Faktor Pribadi

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.TOTAL
	Pearson Correlation	1	.691**	.724**	.740**	.900**
X1.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.691**	1	.617**	.785**	.875**
X1.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.724**	.617**	1	.650**	.846**
X1.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.740**	.785**	.650**	1	.901**
X1.4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.900**	.875**	.846**	.901**	1
X1.TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

b. Variabel Faktor Sosial

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.606**	.786**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.606**	1	.506**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.786**	.506**	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
X2.TOT	Pearson Correlation	.912**	.823**	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
AL	N	96	96	96	96

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

c. Variabel Faktor Budaya

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.659**	.708**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.659**	1	.739**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.708**	.739**	1	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
X3.TOTAL	Pearson Correlation	.873**	.898**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
AL	N	96	96	96	96

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

d. Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.803**	.754**	.744**	.772**	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.803**	1	.766**	.801**	.786**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.754**	.766**	1	.713**	.765**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.744**	.801**	.713**	1	.734**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	.772**	.786**	.765**	.734**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.TO TAL	Pearson Correlation	.902**	.921**	.886**	.890**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

3. PENGUJIAN RELIABILITAS DATA

a. Variabel Faktor Pribadi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	4

b. Variabel Faktor Sosial

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	3

c. Variabel Faktor Budaya

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	3

d. Variabel Keputusan Pembelian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	5

4. PENGUJIAN ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	3.13124901
	Absolute	.073
Most Extreme Differences	Positive	.032
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.710
Asymp. Sig. (2-tailed)		.694

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Faktor Pribadi (X1)	.866	1.155
	Faktor Sosial (X2)	.978	1.022
	Faktor Budaya (X3)	.878	1.138

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

c. Uji Autokorelasi

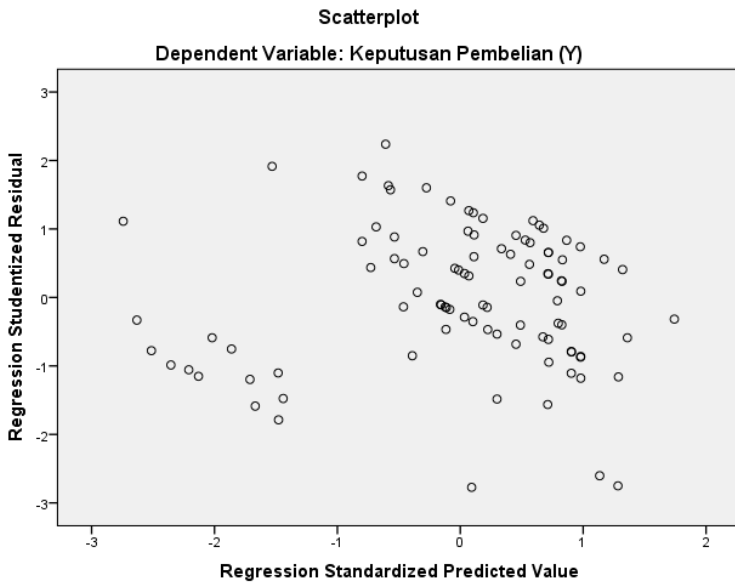
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.743 ^a

a. Predictors: (Constant), Faktor Budaya (X3), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

d. Uji Heterokedastisitas



5. ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.474	.456	3.18189

a. Predictors: (Constant), Faktor Budaya (X3), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	.355	2.686			
1	Faktor Pribadi (X1)	.229	.109	.170	2.091	.039
	Faktor Sosial (X2)	.341	.168	.155	2.026	.046
	Faktor Budaya (X3)	1.011	.138	.593	7.352	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

6. PENGUJIAN HIPOTESIS

a. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.355	2.686		.132	.895
	Faktor Pribadi (X1)	.229	.109	.170	2.091	.039
	Faktor Sosial (X2)	.341	.168	.155	2.026	.046
	Faktor Budaya (X3)	1.011	.138	.593	7.352	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	837.791	3	279.264	27.583	.000 ^b
	Residual	931.448	92	10.124		
	Total	1769.240	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Faktor Budaya (X3), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X1)