

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, CV. Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, Sofjan, 2009, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ayuni, Pudjo Suhasso dan Sukidin, 2019, *Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus : Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded)*, *Jurnal Pendidikan Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, Vol 13 No 1.
- Darmadi, Hamid, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, CV Alfabeta, Bandung.
- Deny, Septiadi, 2015, *Ini Bahaya Gunakan Pakaian Bekas Import*, *Liputan6.com*,
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2191248/ini-bahaya-gunakan-pakai-bekas-impor>, diakses tanggal 06 Desember 2019, pukul 01.05.
- Effendi, M Arief, 2016, *The Power of Good Corporate Governance*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Faedah, Nur, 2016, *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea Di Samarinda*, *Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 237-249.
- Ferdinand, Augusty, 2014, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- K, Anastasia Devy, Hari Susanta N, dan Reni Sinta Dewi, 2014, *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap*

- Keputusan Pembelian Produk Imitasi (Studi Kasus Pembelian Tas Imitasi Louis Vuitton pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro), 1-10.
- Karimah, Nisaul dan Syafrizal, 2014, Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru, Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, vol. 1, no. 1, Feb.
- Kotler, dan Keller, 2012, Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2008, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Armstrong, 2011, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Bumi Aksara, Jakarta.
- Mandey, Silvy L. 2009. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Vol. 6. No. 1
- Morissan, 2012, Metode Penelitian Survey, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurrahman, 2017, Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi Dengan Program Spss, Cetakan Ketiga, Pustaka Setia, Bandung.
- Nugraheni, P.N.A, 2003, Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal, Skripsi, Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.
- Putri, Vellypo Ardiana, 2015, Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Crocs Imitasi. Implementasi Sms Geteway Untuk Layanan Informasi Absensi Siwa, 01(11), 1-16.
- Santoso, Adi, 2016, Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 11(1), 43. <https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v11i1.112>
- Sarfina, Alida Palilati dan Nofal Nur, 2016, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Bekas Di Kota Kendari. Jurnal

- manajemen dan kewirausahaan, 1(1), 1-16.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, 2007, *Perilaku Konsumen* 7th, Edisi Terjemahan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta.
- Silalahi, Rudi Yanto Batara dan Letanli Ayu Susantri, 2018, Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari, *Jurnal Elektronik Rekaman*, 2(2598-8107), 83-94.
- Siregar, Syofian, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Cetakan 4, PT. Fajar Interpratama Mandiri, Jakarta.
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan 14, CV Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2012, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, PT. Buku Seru, Jakarta.
- , 2013, *Perilaku Konsumen, Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*, PT. Buku Seru, Jakarta.
- Swastha, Basu, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tambulana, Monita Nur Fitriani, 2013, *Tren Mengonsumsi Pakaian Bekas Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, 2016, *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Umboh, Sisilia Oktavia, Altje Tumbel dan Djurwati Soepeno, 2015, Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Square, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1096-1105.
- Untarini, Nindria, 2014, *Perilaku Konsumen*, Unesa University Press, Surabaya.

- Wahid, Muhammad Abdul, 2011, Rancangan Penelitian Kuantitatif, Tesis, Jombang: Institut Keislaman Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang.
- Widodo, Tosan, 2016, Pengaruh Brand Image, Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Kulon Progo, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wisudawati, Rusdiana, 2014, Pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tas hermes tiruan pada wanita karir, Skripsi, Bengkulu : Universitas Bengkulu.
- Yuniarti, Vinna S, 2015, Perilaku Konsumen Teori dan Praktik, CV. Pustaka Setia, Bandung.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

INSTRUMEN PENELITIAN

Dengan hormat,

Dalam kesempatan ini, saya mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, memohon bantuan dari Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu guna mengisi instrumen yang saya sertakan berikut ini.

Instrumen ini diperlukan dalam rangka mengumpulkan data yang selanjutnya akan dianalisis untuk kepentingan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya”**. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat dan kewajiban mahasiswa dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Jawaban dari Bapak/Ibu akan dijaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya



Arwita Dwi Andriani

INSTRUMEN PENELITIAN

1. Identitas Responden :

- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- Usia : < 25 Tahun
 25 - 30 Tahun
 > 30 Tahun
- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Karyawan Swasta
 Wiraswasta
 Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- Penghasilan : < Rp 2.000.000
 Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000
 > Rp 4.000.000

2. Perunjuk Pengisian :

1. Isilah instrumen ini dengan lengkap dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
2. Jawablah pertanyaan atau pernyataan ini dengan memberi tanda (\checkmark) *checklist* pada jawaban yang dianggap sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu (tidak diperkenankan memberi jawaban lebih dari satu pada setiap kolom yang tersedia).
3. Keterangan pilihan jawaban.

No	Jawaban	Skor
1.	Tidak setuju (TS)	1
2.	Kurang Setuju (KS)	2
3.	Ragu (R)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Gaya Hidup (X_1)						
No	Pernyataan	TS	KS	R	S	SS
1.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena saya harus selalu menggunakan pakaian yang berbeda dalam setiap acara atau kegiatan.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena sudah menjadi kebiasaan membeli pakaian bekas.					
2.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena banyak pilihan model pakaian yang dapat menunjang penampilan dan aktivitas saya.					
	2. Saya lebih tertarik membeli pakaian bekas import dibandingkan membeli pakaian baru.					
3.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena dapat meningkatkan kepercayaan diri.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import agar dianggap <i>fashionable</i> .					

Kualitas Produk (X_2)						
No	Pernyataan	TS	KS	R	S	SS
1.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena produk pakaian bekas mudah didapatkan.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena mudah perawatannya.					
2.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena model pakaian yang tidak pasaran.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena model pakaian yang menarik.					
3.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena memiliki kualitas yang sama baik dengan pakaian baru.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena pakaian bekas mampu menunjang penampilan saya.					
4.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena produk sesuai dengan informasi yang diberikan.					
	2. Produk pakaian bekas import memiliki kualitas yang sesuai dengan yang saya					

	harapkan.					
5.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena bahan pakaian yang nyaman saat digunakan.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena daya tahan produk yang baik.					
6.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena pelayanan yang baik dari penjual pakaian.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena informasi yang diberikan jelas dan detail.					
7.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena desain pakaian yang menarik.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena sesuai dengan standart kelayakan pakaian yang saya tentukan.					
8.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena kondisi pakaian yang baik.					
	2. Saya tidak mempunyai keluhan selama memakai pakaian bekas import					

Harga (X_3)						
No	Pernyataan	TS	KS	R	S	SS
1.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena harga terjangkau.					
	2. Saya membeli pakaian bekas karena banyak potongan harga.					
2.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena harga yang lebih murah dibandingkan dengan membeli produk baru yang serupa.					
	2. Saya enggan membeli produk baru karena terdapat produk pakaian bekas import yang lebih murah dengan kualitas yang sama.					
3.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena kesesuaian harga dengan kualitas pakaian yang didapatkan.					
	2. Harga dan kualitas produk pakaian bekas import sesuai dengan yang ditawarkan.					
4.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena dapat memenuhi kebutuhan primer saya (kebutuhan berpakaian).					
	2. Saya senang membeli					

	pakaian bekas import karena harga yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan dari produk tersebut.					
--	--	--	--	--	--	--

Keputusan Pembelian (Y)						
No	Pernyataan	TS	KS	R	S	SS
1.	1. Saya membeli pakaian bekas import setelah melakukan perbandingan dengan produk pakaian lainnya.					
	2. Saya melakukan pembelian produk pakaian bekas import lebih dari satu kali.					
2.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena merek produk yang dijual.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena citra toko yang baik.					
3.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena lokasi toko yang mudah dijangkau.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena kenyamanan dalam berbelanja yang saya rasakan.					

4.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena toko yang menjual pakaian bekas sedang ramai pembeli, sehingga saya tertarik untuk membeli.					
	2. Saya membeli produk pakaian bekas import karena adanya kebutuhan mendesak.					
5.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena banyaknya pilihan model pakaian yang tersedia.					
	2. Saya sering membeli pakaian bekas import karena banyaknya stok baru yang tersedia di toko.					
6.	1. Saya membeli pakaian bekas import karena kemudahan pembayaran yang diberikan.					
	2. Saya membeli pakaian bekas import karena dapat melakukan pembayaran secara <i>E-money</i> .					

MATRIK PENELITIAN

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS IMPORT DI TEMPAT BIASA THRIFT STORE SURABAYA

Rumusan Masalah	Konsep	Definisi Operasional Variabel	Variabel Penelitian Dan Indikator Variabel	Hipotesis Penelitian	Sumber Data	Metode Penelitian			Daftar Pustaka
						Populasi Dan Sampel	Teknik Pengambilan Data	Analisis Data	
1. Apakah Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya?	a. Kotler dan Keller (2009) Keputusan pembelian dipengaruhi hirarki atribut (kualitas, harga, merek), konsumen akan	<u>Gaya Hidup (X1)</u> Vinna Sri Yuniarti (2015:26) adalah gambaran bagi setiap orang yang mengendakannya dan mengga	<u>Variabel Penelitian</u> Variabel Bebas : a. Gaya Hidup (X1) b. Kualitas Produk (X2) c. Harga (X3) Variabel Terikat : Keputusan Pembelian	1. Gaya Hidup (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) 2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap	Tempat Biasa Thrift Store Surabaya	<u>Populasi</u> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli pakaian bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya <u>Sampel</u>	Instrumen	Teknik analisis data yang digunakan 1. Uji Validitas 2. Uji Reliabilitas 3. Uji Asum	Alma, Buchari, 2007, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, CV. Alfabeta, Bandung. Arikunto, Suharsimi, 2006, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Rineka Cipta, Jakarta. Assauri, Sofjan,

<p>2. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya?</p>	<p>menentukan untuk membeli berdasarkan harga terlebih dahulu yang merupakan pembelian yang dominan terhadap</p>	<p>mbarkan seberapa nilai moral orang tersebut dalam masyarakat sekitarnya.</p> <p><u>Kualitas Produk (X2)</u></p> <p>Nindria Untarini (2014:112)</p>	<p>(Y)</p> <p><u>Indikator Variabel</u></p> <p>Gaya Hidup Mandey (2009:93)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Activity 2. Interest 3. Opinion <p>Kualitas Produk Nindria Untarini (2014:112)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Performance 2. Features 3. Reliability 4. Conformance 5. Durability 6. Serviceability 	<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>3. Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>4. Apakah Gaya Hidup (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian</p>		<p>Sampel dalam penelitian ini adalah 105 orang. jumlah ini ditetapkan menurut (Yanti, 2017) dalam Rudi Yanto (2018) dengan menggunakan rumus jumlah indikator paling sedikit dikali empat atau lima.</p>		<p>si Klasik</p> <p>4. Analisis regresi linier berganda</p> <p>5. Uji t</p> <p>6. Uji F</p>	<p>2009, Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.</p> <p>Darmadi, Hamid, 2013, Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial, CV Alfabeta, Bandung.</p> <p>Deny, Septiadi, 2015, Ini Bahaya Gunakan Pakaian Bekas Import, Liputan6.com, https://www.liputan6.com/bisnis/read/2191248/in-i-bahaya-gunakan-pakaian-bekas-impor,</p> <p>Effendi, M Arief, 2016, The Power of Good</p>
<p>3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas</p>	<p>b. Setiadi (2003) yang menyatakan bahwa gaya hidup yang</p>								

<p>Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya?</p> <p>4. Apakah Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya?</p>	<p>terdiri dari aktivitas, minat dan opini yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.</p> <p>c. Rusdiana Wisudawati (2014) Konsumentenmotivasi</p>	<p>kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.</p> <p><u>Harga (X3)</u> Fandy Tjiptono (2016:218) adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendasangkan pemasukan atau pendapatan bagi</p>	<p>7. Aesthetics 8. Perceived quality</p> <p>Harga Tosan Widodo (2016:30)</p> <p>1. Keterjangkauan harga. 2. Daya saing harga. 3. Kesesuaian harga dengan produk. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.</p> <p>Keputusan Pembelian Kotler dan</p>	<p>n (Y)</p>				<p>Corporate Governance, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.</p> <p>Faedah, Nur, 2016, Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea Di Samarinda, Ilmu Administrasi Bisnis, 4(1), 237-249.</p> <p>Ferdinand, Augusty, 2014, Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi Kelima, Badan</p>
--	--	---	--	--------------	--	--	--	---

	<p>dalam berbelanja karena unsur dan dorongan kebutuhan yang muncul karena <i>lifestyle</i>.</p> <p>d. Anastasia Devia (2015) <i>Gaya hidup mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan</i></p>	<p>perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).</p> <p><u>Keputusan Pembelian (Y)</u> Nugroho Setiadi (2003:415) adalah proses</p>	<p>Keller (2012:479)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Product choice 2. Brand choice 3. Dealer choice 4. Purchase choice 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembelian 					<p>Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.</p> <p>Ghozali, Imam, 2013, <i>Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi</i>, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.</p> <p>K, Anastasia Devy, Hari Susanta N, dan Reni Sinta Dewi, 2014, <i>Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi</i> (</p>
--	--	--	---	--	--	--	--	--

	<p>pembelian, ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,328.</p> <p>e. Rudi Yanto (2018) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bekas di pasar sekunder</p>	<p>pengintregasian yang dikombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya</p>						<p>Studi Kasus Pembelian Tas Imitasi Louis Vuitton pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro), 1-10.</p> <p>Kotler, dan Keller, 2012, Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.</p> <p>Kotler, Philip, 2008, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.</p> <p>Kotler, Phillip dan Amstrong, 2011, Manajemen Pemasaran, Jilid</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>Aviari Kota Batam.</p> <p>f. Sarfina (2016) Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen (kualitas produk, harga dan iklan) secara simultan mempunyai</p>								<p>2, Bumi Aksara, Jakarta.</p> <p>Mandey, Silvy L. 2009. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Vol. 6. No. 1</p> <p>Morissan, 2012, Metode Penelitian Survey, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.</p> <p>Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurrahman, 2017, Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi Dengan Program Spss, Cetakan Ketiga, Pustaka</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.</p> <p>g. Nur Faedah (2016) Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel produk (X1) dan harga</p>								<p>Setia, Bandung.</p> <p>Nugraheni, P.N.A, 2003, Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal, Skripsi, Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.</p> <p>Putri, Vellypo Ardiana, 2015, Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Crocs Imitasi. Implementasi Sms Geteway Untuk Layanan Informasi Absensi Siwa, 01(11), 1-16.</p>
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>(X2) secara bersama- sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian Lea pada showroom Lea di Samarinda (Y).</p> <p>h. Vellypo Ardiana (2016) Desain</p>								<p>Santoso, Adi, 2016, Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Ekuilibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 11(1), 43. https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v11i1.112</p> <p>Sarfina, Alida Palilati dan Nofal Nur, 2016, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Bekas Di Kota Kendari. Jurnal manajemen</p>
--	---	--	--	--	--	--	--	--	---

	<p>produk, harga dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Crocs imitasi pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI</p>							<p>dan kewirausahaan, 1(1), 1-16.</p> <p>Schiffman, L.G dan Kanuk, 2007, Perilaku Konsumen 7th, Edisi Terjemahan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.</p> <p>Setiadi, Nugroho, 2003, Perilaku Konsumen, dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, Prenada Media, Jakarta.</p> <p>Silalahi, Rudi Yanto Batara dan Letanli Ayu Susantri, 2018, Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, dan</p>
--	---	--	--	--	--	--	--	--

	Kediri.								<p>Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari, Jurnal Elektronik Rekaman, 2(2598-8107), 83-94.</p> <p>Siregar, Syofian, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Cetakan 4, PT. Fajar Interpratama Mandiri, Jakarta.</p> <p>Sugiyono, 2019, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan 14,</p>
--	---------	--	--	--	--	--	--	--	---

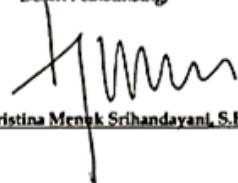
									<p>CV Alfabeta, Bandung.</p> <p>Sunyoto, Danang, 2012, Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen, PT. Seru, Jakarta.</p> <p>Sunyoto, Danang, 2013, Perilaku Konsumen, Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen, PT. Seru, Jakarta.</p> <p>Swastha, Basu, 2000, Manajemen Pemasaran Modern, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.</p> <p>Tjiptono, Fandy dan</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

									<p>Anastasia Diana, 2016, Pemasaran, Esensi & Aplikasi, CV. Andi Offset, Yogyakarta.</p> <p>Umboh, Sisilia Oktavia, Altje Tumbel dan Djurwati Soepeno, 2015, Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Square, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(1), 1096-1105.</p> <p>Untarini, Nindria, 2014, Perilaku Konsumen, Unesa University Press,</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

									<p>Surabaya.</p> <p>Wahid, Muhammad Abdul, 2011, Rancangan Penelitian Kuantitatif, Tesis, Jombang: Institut Keislaman Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang.</p> <p>Widodo, Tosan, 2016, Pengaruh Brand Image, Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Kulon Progo, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

									Pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tas hermes tiruan pada wanita karir, Skripsi, Bengkulu : Universitas Bengkulu. Yuniarti, Vinna S, 2015, Perilaku Konsumen Teori dan Praktik, CV. Pustaka Setia, Bandung.
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Dosen Pembimbing,



Dra. Christina Menek Srihandayani, S.E., M.M.

Penulis,



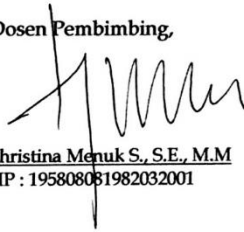
Arwita Dwi Andriani

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 28 - 5 - 2020














Dosen Pembimbing,



Dra. Christina Menak S., S.E., M.M
NIP : 195808061982032001

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

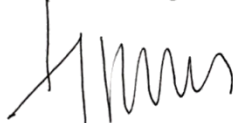
1. Nama Mahasiswa : Arwita Dwi Andriani
2. NIM : 161500190
3. Program Studi : Manajemen
4. Tgl Mengajukan Skripsi : 01 Oktober 2019
5. Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya.
6. Dosen Pembimbing : Dra. Christina Menuk Sri Handayani., S.E., M.M
7. Konsultasi :

No.	Tanggal	Paraf Bimbingan	Keterangan Kegiatan
1.	01-10-2019		Judul Revisi
2.	07-10-2019		Judul Acc, Buat Matrik & BAB I
3.	09-10-2019		Matrik Revisi, BAB I Revisi
4.	15-10-2019		BAB I Revisi, Buat BAB II
5.	28-10-2019		BAB I & 2 Revisi
6.	30-10-2019		BAB I ACC, BAB II Revisi & Buat BAB III
7.	05-11-2019		BAB II & BAB III Revisi
8.	11-11-2019		BAB II ACC, BAB III Revisi
9.	26-11-2019		BAB III Revisi
10.	28-11-2019		BAB III Revisi & Buat Quesioner
11.	05-12-2019		BAB III ACC, Quesinoer Revisi & Buat Daftar Pustaka
12.	09-12-2019		ACC Ujian Proposal
13.	16-12-2019		Ujian Proposal

14.	01-04-2020		BAB IV Revisi
15.	06-04-2020		BAB IV Revisi
16.	11-04-2020		BAB IV, V & Daftar Pustaka Revisi, Buat Artikel
17.	16-04-2020		Buat Artikel & Kumpulkan Lengkap
18.	03-05-2020		Cek Lagi Semua
19.	15-05-2020		Revisi BAB IV & Cek Lagi
20.	20-05-2020		ACC Untuk Ujian

8. Tgl selesai menulis skripsi : 28 Mei 2020

Dosen Pembimbing



Dra. Christina Menuk S., S.E., M.M
NIP : 195808081982032001

Mahasiswa



Arwita Dwi Andriani
NIM : 161500190



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

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

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: ARWITA DWI ANDRIAMI
Prodi / NIM	: MANAJEMEN / 161500190
Judul Skripsi	: Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakarlan Bekas Import Di Tempat Biasa Thriopt Store Surabaya
Dosen Pembimbing	: Dra Christina Menua Sri H.S.E., M.M.
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	1-10-2019	Fokus study dan buku & judul skripsi		Dr
2	7-10-2019	acc judul, materi buku & bab I		Dr
3	9-10-2019	Konsep skripsi, bab I dan bab II		Dr
4	15-10-2019	Bab I revisi & bab II		Dr
5	22-10-2019	Bab I & II Revisi		Dr
6	30-10-2019	Bab I acc bab II Revisi & bab III		Dr
7	5-11-2019	Bab II - III Revisi		Dr
8	14-11-2019	Bab II acc - bab III Revisi		Dr
9	26-11-2019	Bab III Revisi		Dr
10	28-11-2019	Bab III Revisi & bab IV		Dr
11	5-12-2019	Bab IV acc, dan revisi & bab V dan bab VI		Dr
12	9-12-2019	acc untuk Ujian proposal		Dr
13	16-12-2019	Ujian proposal		Dr
14	1-1-2020	Bab IV Revisi		Dr
15	6-1-2020	Bab V Revisi		Dr

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,



Mahasiswa,



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

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

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Arwita Dwi Andriani
Prodi / NIM	: Manajemen / 161500190
Judul Skripsi	: Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya
Dosen Pembimbing	: Dra Christina Menuk Sri Handayani , S.E
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

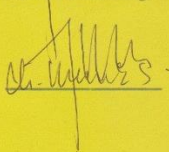
URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
11	11-4-2020	bab IV - V & D. pustaka berkaitan & buat artikel		HS
12	16-4-2020	Buat Artikel & Kumpulkan konsep dan jurnal s.d. laporan		HS
13	3-5-2020	Buatlah lagi & daftar pustaka kelima ada		HS
14	15-5-2020	Bab IV. Masih ada th 1975 ? ed lagi		HS
15	20-5-2020	acc untuk ujian.		HS

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa,


Dra Christina Menuk Sri Handayani, S.E


Arwita D.A

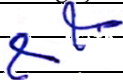
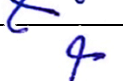
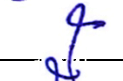





UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

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

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Arwita Dwi Andriani
NIM / Program Studi : 161500190 / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk
Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa
Thrift Store Surabaya.
Tanggal Ujian Skripsi : 10 Juni 2020
Penguji : 1. Dr. Taudlikhul Afkar, S.Pd., M.Ak.
2. Bisma Arianto, S.E., M.M.

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji 1	Paraf Penguji II
1.	10-06-2020	BAB II,IV,V - Revisi		
2.	17-06-2020	BAB II,IV,V - Revisi		
3.	18-06-2020	BAB II,IV - ACC, BAB V - Revisi		
4.	23-06-2020	BAB V - ACC		
5.	10-06-2020	BAB II - Revisi		
6.	18-06-2020	BAB II - ACC		

Penguji I


Dr. Taudlikhul Afkar, S.Pd., M.Pd., M.Ak.
NPP : 1602787/DY

Surabaya, 24 Juni 2020
Penguji II


Bisma Arianto, S.E., M.M.
NPP : 1302663/DY



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>


Nomor : 191237 /01/FE/XI/2019
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Tempat Biasa Thrift Store
Jl. Dukuh Menanggal III No. 36, Gayungan
di -
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi 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 : Arwita Dwi Andriani
NIM : 161500190
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI TEMPAT BIASA THRIFT STORE SURABAYA

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

Surabaya, 28 November 2019
Dek 8 n

Dra. Siti Istikhoro, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001



TEMPAT BIASA THRIFT STORE SURABAYA

Jl. Dukuh Menanggal III No.36 , Surabaya

telepon : 089-70404705 Instagram : Tebethriftstore

Nomor : 01/SKP/TBTS/I/2020

Hal : Surat Keterangan Penelitian

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haris Hermawan
Jabatan : Pemilik Tempat Biasa Thrift Store Surabaya

Menerangkan Bahwa :

Nama : Arwita Dwi Andriani
NIM : 161500190
Kampus : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Judul Penelitian : Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya

Dengan ini kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut telah melakukan penelitiandan pengambilan data di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya pada tanggal 23 Desember 2019 Sampai Waktu yang dibutuhkan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Januari 2020

Yang menerangkan,


Haris Hermawan
Tempat Biasa



TEMPAT BIASA THRIFT STORE SURABAYA

Jl. Dukuh Menanggal III No.36 , Surabaya

telepon : 089-70404705 Instagram : Tebethriftstore

Nomor: 01/SKP/TBTS/XII/2019

Hal : Surat Keterangan Ijin Penelitian

SURAT KETERANGAN IJIN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haris Hermawan
Jabatan : Pemilik Tempat Biasa Thrift Store Surabaya

Menerangkan Bahwa :

Nama : Arwita Dwi Andriani
NIM : 161500190
Kampus : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Judul Penelitian : Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya

Dengan ini kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut dapat melakukan peneltiandan pengambilan data di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya pada tanggal 23 Desember 2019 – 24 Januari 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 02 Desember 2019

Yang menerangkan,

Haris Hermawan



Tempat Biasa



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

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



BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 16 bulan 12 tahun 2019 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 20 19 /2020

Nama Mahasiswa	:: Arwita Dwi Andriani
NIM	:: 161500190
Program Studi	:: Manajemen
Judul Proposal	:: Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian pelanggan bekas Importir Di Tempat Bioskop Tropic Store Surabaya

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500331	Dea Chumairah	Duf
2	161500114	Savika Wahyuni Dewi	Jlul
3	161500023	Fristha Restiningsih	Fung
4	161500086	Alya Ratna Dewi A	Jlul
5	161500181	Nafisa Dina Amron	Jlul
6	161500197	Nadia Aclina	Duf
7	161500101	Furda Dwi Rahmawati	Jlul
8	161500059	Indah Puwaningsih	Jlul
9	161500219	Ismi Amalia	Jlul
10	161500297	Winda Rika Widyanti	Jlul
11	161500136	Deina P.R.	Jlul
12	161500143	Nisa Sapta	Jlul
13	161500331	Nisa Arie	Jlul
14	161500049	Rozelma Romy Ribon	Jlul
15	161500235	Fransiska E Putri	Jlul

Surabaya, _____
Penguji : Tom Susanto 
Pembimbing : Dr. Muncul 

DISTRIBUSI FREKUENSI

Jenis Kelamin Responden

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	40	38,1	38,1	38,1
	Perempuan	65	61,9	61,9	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 Tahun	50	47,6	47,6	47,6
	25 - 30 Tahun	44	41,9	41,9	89,5
	> 30 Tahun	11	10,5	10,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	43	41,0	41,0	41,0
	Karyawan Swasta	38	36,2	36,2	77,1
	Wiraswasta	18	17,1	17,1	94,3

Pegawai Negeri Sipil (PNS)	6	5,7	5,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

Penghasilan Responden

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	< Rp 2.000.000	48	45,7	45,7	45,7
	Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000	36	34,3	34,3	80,0
	> Rp 4.000.000	21	20,0	20,0	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

DISTRIBUSI FREKUESI VARIABEL X DAN Y

X1.1.1

		Freque nc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	8	7,6	7,6	7,6
	R	15	14,3	14,3	21,9
	S	52	49,5	49,5	71,4
	SS	30	28,6	28,6	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X1.1.2

		Freque nc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	35	33,3	33,3	35,2
	S	46	43,8	43,8	79,0
	SS	22	21,0	21,0	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X1.2.1

		Freque nc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	10	9,5	9,5	10,5
	S	37	35,2	35,2	45,7
	SS	57	54,3	54,3	100,0

Total	105	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

X1.2.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	8	7,6	7,6	7,6
	R	48	45,7	45,7	53,3
	S	39	37,1	37,1	90,5
	SS	10	9,5	9,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X1.3.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	40	38,1	38,1	39,0
	S	52	49,5	49,5	88,6
	SS	12	11,4	11,4	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X1.3.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	9	8,6	8,6	9,5
	S	38	36,2	36,2	45,7

	SS	57	54,3	54,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.1.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	3,8	3,8	3,8
	R	24	22,9	22,9	26,7
	S	56	53,3	53,3	80,0
	SS	21	20,0	20,0	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.1.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	5,7	5,7	5,7
	R	41	39,0	39,0	44,8
	S	44	41,9	41,9	86,7
	SS	14	13,3	13,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.2.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	14	13,3	13,3	14,3

S	41	39,0	39,0	53,3
SS	49	46,7	46,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

X2.2.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	16	15,2	15,2	17,1
	S	51	48,6	48,6	65,7
	SS	36	34,3	34,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.3.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	5,7	5,7	5,7
	R	48	45,7	45,7	51,4
	S	43	41,0	41,0	92,4
	SS	8	7,6	7,6	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.3.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9

R	33	31,4	31,4	33,3
S	55	52,4	52,4	85,7
SS	15	14,3	14,3	100,0
Total	105	100,0	100,0	

X2.4.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	30	28,6	28,6	30,5
	S	47	44,8	44,8	75,2
	SS	26	24,8	24,8	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.4.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2,9	2,9	2,9
	R	43	41,0	41,0	43,8
	S	36	34,3	34,3	78,1
	SS	23	21,9	21,9	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.5.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	34	32,4	32,4	34,3
	S	54	51,4	51,4	85,7
	SS	15	14,3	14,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.5.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2,9	2,9	2,9
	R	39	37,1	37,1	40,0
	S	48	45,7	45,7	85,7
	SS	15	14,3	14,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.6.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2,9	2,9	2,9
	R	23	21,9	21,9	24,8
	S	55	52,4	52,4	77,1
	SS	24	22,9	22,9	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.6.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	28	26,7	26,7	27,6
	S	41	39,0	39,0	66,7
	SS	35	33,3	33,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.7.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2,9	2,9	2,9
	R	15	14,3	14,3	17,1
	S	49	46,7	46,7	63,8
	SS	38	36,2	36,2	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.7.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2,9	2,9	2,9
	R	27	25,7	25,7	28,6
	S	48	45,7	45,7	74,3
	SS	27	25,7	25,7	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.8.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	13	12,4	12,4	13,3
	S	66	62,9	62,9	76,2
	SS	25	23,8	23,8	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X2.8.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	3,8	3,8	3,8
	R	24	22,9	22,9	26,7
	S	62	59,0	59,0	85,7
	SS	15	14,3	14,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.1.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	3,8	3,8	3,8
	R	7	6,7	6,7	10,5
	S	46	43,8	43,8	54,3
	SS	48	45,7	45,7	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.1.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	10	9,5	9,5	11,4
	S	54	51,4	51,4	62,9
	SS	39	37,1	37,1	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.2.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	22	21,0	21,0	21,9
	S	47	44,8	44,8	66,7
	SS	35	33,3	33,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.2.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	3,8	3,8	3,8
	R	32	30,5	30,5	34,3
	S	44	41,9	41,9	76,2
	SS	25	23,8	23,8	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.3.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	16	15,2	15,2	16,2
	S	68	64,8	64,8	81,0
	SS	20	19,0	19,0	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.3.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	8	7,6	7,6	8,6
	S	49	46,7	46,7	55,2
	SS	47	44,8	44,8	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.4.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	10	9,5	9,5	9,5
	S	42	40,0	40,0	49,5
	SS	53	50,5	50,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

X3.4.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	21	20,0	20,0	20,0
	S	54	51,4	51,4	71,4
	SS	30	28,6	28,6	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.1.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	3,8	3,8	3,8
	R	39	37,1	37,1	41,0
	S	48	45,7	45,7	86,7
	SS	14	13,3	13,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.1.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	4,8	4,8	4,8
	R	13	12,4	12,4	17,1
	S	57	54,3	54,3	71,4
	SS	30	28,6	28,6	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.2.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	19	18,1	18,1	18,1
	S	43	41,0	41,0	59,0
	SS	43	41,0	41,0	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.2.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	17	16,2	16,2	18,1
	S	54	51,4	51,4	69,5
	SS	32	30,5	30,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.3.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	3,8	3,8	3,8
	R	27	25,7	25,7	29,5
	S	42	40,0	40,0	69,5
	SS	32	30,5	30,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.3.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	16	15,2	15,2	16,2
	S	51	48,6	48,6	64,8
	SS	37	35,2	35,2	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.4.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	29	27,6	27,6	28,6
	S	44	41,9	41,9	70,5
	SS	31	29,5	29,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.4.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2,9	2,9	2,9
	R	28	26,7	26,7	29,5
	S	49	46,7	46,7	76,2
	SS	25	23,8	23,8	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.5.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	13	12,4	12,4	14,3
	S	48	45,7	45,7	60,0
	SS	42	40,0	40,0	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.5.2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1,9	1,9	1,9
	R	19	18,1	18,1	20,0
	S	56	53,3	53,3	73,3
	SS	28	26,7	26,7	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.6.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	R	12	11,4	11,4	12,4
	S	53	50,5	50,5	62,9
	SS	39	37,1	37,1	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Y.6.2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2,9	2,9	2,9
	R	19	18,1	18,1	21,0
	S	51	48,6	48,6	69,5
	SS	32	30,5	30,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

REKAPITULASI DATA VARIABEL X DAN Y

Responden	Gaya Hidup (X ₁)	Kualitas Produk (X ₂)	Harga (X ₃)	Keputusan Pembelian (Y)
Resp_1	20	73	36	52
Resp_2	28	67	36	58
Resp_3	28	56	25	44
Resp_4	26	53	37	43
Resp_5	29	60	35	47
Resp_6	27	67	35	58
Resp_7	19	65	40	53
Resp_8	21	68	30	54
Resp_9	23	56	34	41
Resp_10	26	67	38	55
Resp_11	18	54	29	53
Resp_12	18	52	24	35
Resp_13	25	65	38	56
Resp_14	25	57	35	52
Resp_15	23	61	38	39
Resp_16	29	64	37	55
Resp_17	28	66	39	50
Resp_18	24	70	31	57
Resp_19	29	55	34	56
Resp_20	27	63	35	55
Resp_21	25	64	38	52
Resp_22	16	42	21	33
Resp_23	27	73	39	58
Resp_24	29	50	32	58
Resp_25	20	61	37	52

Resp_26	25	66	32	53
Resp_27	22	70	36	43
Resp_28	26	76	36	51
Resp_29	26	59	34	50
Resp_30	29	74	36	54
Resp_31	17	44	23	31
Resp_32	24	64	37	41
Resp_33	26	63	34	57
Resp_34	26	53	31	54
Resp_35	28	74	32	45
Resp_36	19	66	35	43
Resp_37	27	60	37	41
Resp_38	21	66	31	54
Resp_39	26	52	25	46
Resp_40	30	80	40	60
Resp_41	26	61	34	54
Resp_42	26	66	33	50
Resp_43	22	65	34	45
Resp_44	25	53	37	48
Resp_45	27	75	32	53
Resp_46	28	74	34	44
Resp_47	20	59	31	51
Resp_48	26	53	31	54
Resp_49	27	65	33	54
Resp_50	26	67	39	51
Resp_51	28	74	37	47
Resp_52	21	63	33	43
Resp_53	25	53	31	51
Resp_54	16	62	28	43

Resp_55	26	73	36	57
Resp_56	26	71	38	43
Resp_57	21	64	25	52
Resp_58	28	53	34	52
Resp_59	24	61	37	43
Resp_60	27	75	32	44
Resp_61	20	75	36	52
Resp_62	22	64	35	58
Resp_63	24	52	38	52
Resp_64	25	67	36	49
Resp_65	26	72	32	52
Resp_66	16	40	21	32
Resp_67	26	64	33	49
Resp_68	22	52	38	44
Resp_69	28	77	35	58
Resp_70	26	68	35	57
Resp_71	20	65	34	51
Resp_72	19	55	35	52
Resp_73	21	67	32	41
Resp_74	29	74	36	44
Resp_75	22	67	34	53
Resp_76	26	56	31	44
Resp_77	17	69	35	43
Resp_78	21	77	37	52
Resp_79	21	61	36	46
Resp_80	26	52	31	56
Resp_81	26	63	35	55
Resp_82	18	66	31	41
Resp_83	21	77	32	58

Resp_84	21	67	31	45
Resp_85	28	53	34	49
Resp_86	25	52	38	44
Resp_87	26	68	35	42
Resp_88	17	41	24	35
Resp_89	22	67	29	45
Resp_90	21	51	31	46
Resp_91	26	62	33	48
Resp_92	29	61	39	58
Resp_93	17	39	23	31
Resp_94	20	58	31	44
Resp_95	26	50	30	54
Resp_96	23	73	30	44
Resp_97	21	66	33	54
Resp_98	23	66	32	58
Resp_99	20	59	36	44
Resp_100	26	68	37	51
Resp_101	26	61	33	45
Resp_102	15	48	23	29
Resp_103	26	76	38	42
Resp_104	25	55	35	58
Resp_105	27	58	31	45

Sumber : Tabulasi jawaban responden, data diolah

UJI VALIDITAS

Variabel	Item Variabel	Correlation	Sig.	Keterangan
Gaya Hidup	X1.1.1	,830**	,000	Valid
	X1.1.2	,816**	,000	Valid
	X1.2.1	,883**	,000	Valid
	X1.2.2	,800**	,000	Valid
	X1.3.1	,819**	,000	Valid
	X1.3.2	,813**	,000	Valid
Kualitas Produk	X2.1.1	,902**	,000	Valid
	X2.1.2	,839**	,000	Valid
	X2.2.1	,756**	,000	Valid
	X2.2.2	,702**	,000	Valid
	X2.3.1	,661**	,000	Valid
	X2.3.2	,686**	,000	Valid
	X2.4.1	,732**	,000	Valid
	X2.4.2	,747**	,000	Valid
	X2.5.1	,766**	,000	Valid
	X2.5.2	,693**	,000	Valid
	X2.6.1	,742**	,000	Valid
	X2.6.2	,775**	,000	Valid
	X2.7.1	,768**	,000	Valid
	X2.7.2	,805**	,000	Valid
X2.8.1	,752**	,000	Valid	
X2.8.2	,642**	,000	Valid	
Harga	X3.1.1	,886**	,000	Valid
	X3.1.2	,735**	,000	Valid
	X3.2.1	,809**	,000	Valid
	X3.2.2	,707**	,000	Valid
	X3.3.1	,767**	,000	Valid
	X3.3.2	,718**	,000	Valid

	X3.4.1	,701**	,000	Valid
	X3.4.2	,614**	,000	Valid
	Y.1.1	,850**	,000	Valid
	Y.1.2	,805**	,000	Valid
	Y.2.1	,792**	,000	Valid
	Y.2.2	,738**	,000	Valid
	Y.3.1	,761**	,000	Valid
Keputusan Pembelian	Y.3.2	,752**	,000	Valid
	Y.4.1	,718**	,000	Valid
	Y.4.2	,754**	,000	Valid
	Y.5.1	,761**	,000	Valid
	Y.5.2	,740**	,000	Valid
	Y.6.1	,801**	,000	Valid
	Y.6.2	,784**	,000	Valid

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_ X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,604**	,657**	,614**	,608**	,572**	,830**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X1.2	Pearson Correlation	,604**	1	,675**	,599**	,573**	,583**	,816**

X1.6	Pearson	,572**	,583**	,754**	,532**	,640**	1	,813**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Total_X1	Pearson	,830**	,816**	,883**	,800**	,819**	,813**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105	105

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

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
X2.1	Pearson	1	,723**	,695**	,591**	,519**	,662**	,668**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X2.2	Pearson	,723**	1	,616**	,639**	,620**	,431**	,673**
	Correlation							

X2.7	Pearson Correlation	,668**	,673**	,576**	,467**	,427**	,444**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105	105
X2.8	Pearson Correlation	,631**	,653**	,443**	,514**	,516**	,388**	,550**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X2.9	Pearson Correlation	,728**	,647**	,502**	,466**	,539**	,565**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X2.10	Pearson Correlation	,526**	,606**	,428**	,393**	,504**	,363**	,393**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X2.11	Pearson Correlation	,716**	,555**	,530**	,495**	,399**	,527**	,469**

X2.1 6	Pearson	,487**	,460**	,429**	,394**	,424**	,356**	,377**
	Correla tion							
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Tota l_X2	Pearson	,902**	,839**	,756**	,702**	,661**	,686**	,732**
	Correla tion							
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105

X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13
,631**	,728**	,526**	,716**	,736**	,734**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,653**	,647**	,606**	,555**	,607**	,557**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,443**	,502**	,428**	,530**	,560**	,550**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,514**	,466**	,393**	,495**	,423**	,525**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105

,516**	,539**	,504**	,399**	,440**	,489**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,388**	,565**	,363**	,527**	,496**	,558**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,550**	,544**	,393**	,469**	,575**	,530**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
1	,513**	,586**	,505**	,481**	,408**
	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,513**	1	,557**	,523**	,579**	,593**
,000		,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,586**	,557**	1	,475**	,508**	,499**
,000	,000		,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,505**	,523**	,475**	1	,579**	,542**
,000	,000	,000		,000	,000
105	105	105	105	105	105
,481**	,579**	,508**	,579**	1	,639**
,000	,000	,000	,000		,000
105	105	105	105	105	105
,408**	,593**	,499**	,542**	,639**	1
,000	,000	,000	,000	,000	

105	105	105	105	105	105
,591**	,525**	,477**	,591**	,624**	,578**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,581**	,480**	,491**	,580**	,507**	,581**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,536**	,428**	,496**	,400**	,488**	,416**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105
,747**	,766**	,693**	,742**	,775**	,768**
,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105

X2.14	X2.15	X2.16	Total_X2
,740**	,626**	,487**	,902**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,596**	,636**	,460**	,839**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,671**	,557**	,429**	,756**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,535**	,606**	,394**	,702**
,000	,000	,000	,000

105	105	105	105
,436**	,423**	,424**	,661**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,615**	,503**	,356**	,686**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,535**	,485**	,377**	,732**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,591**	,581**	,536**	,747**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,525**	,480**	,428**	,766**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,477**	,491**	,496**	,693**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,591**	,580**	,400**	,742**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,624**	,507**	,488**	,775**
,000	,000	,000	,000
105	105	105	105
,578**	,581**	,416**	,768**

	,000	,000	,000	,000
	105	105	105	105
	1	,550**	,547**	,805**
		,000	,000	,000
	105	105	105	105
	,550**	1	,467**	,752**
	,000		,000	,000
	105	105	105	105
	,547**	,467**	1	,642**
	,000	,000		,000
	105	105	105	105
	,805**	,752**	,642**	1
	,000	,000	,000	
	105	105	105	105

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

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X3.1	Pearson Correlation	1	,596**	,673**	,530**	,658**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105
X3.2	Pearson Correlation	,596**	1	,532**	,442**	,499**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105

X3.3	Pearson Correlation	,673**	,532**	1	,577**	,589**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105	105
X3.4	Pearson Correlation	,530**	,442**	,577**	1	,513**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105	105
X3.5	Pearson Correlation	,658**	,499**	,589**	,513**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105
X3.6	Pearson Correlation	,689**	,376**	,574**	,408**	,474**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105
X3.7	Pearson Correlation	,619**	,494**	,451**	,338**	,521**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105
X3.8	Pearson Correlation	,492**	,432**	,366**	,290**	,353**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000
	N	105	105	105	105	105

Total	Pearson	,886**	,735**	,809**	,707**	,767**
_X3	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105

	X3.6	X3.7	X3.8	Total_X3
	,689**	,619**	,492**	,886**
	,000	,000	,000	,000
	105	105	105	105
	,376**	,494**	,432**	,735**
	,000	,000	,000	,000
	105	105	105	105
	,574**	,451**	,366**	,809**
	,000	,000	,000	,000
	105	105	105	105
	,408**	,338**	,290**	,707**
	,000	,000	,003	,000
	105	105	105	105
	,474**	,521**	,353**	,767**
	,000	,000	,000	,000
	105	105	105	105
	1	,413**	,350**	,718**
		,000	,000	,000
	105	105	105	105
	,413**	1	,384**	,701**

	,000		,000	,000
	105	105	105	105
	,350**	,384**	1	,614**
	,000	,000		,000
	105	105	105	105
	,718**	,701**	,614**	1
	,000	,000	,000	
	105	105	105	105

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

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	,697**	,600**	,602**	,650**	,606**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
Y2	Pearson Correlation	,697**	1	,612**	,563**	,573**	,583**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
Y3	Pearson Correlation	,600**	,612**	1	,649**	,518**	,539**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
Y4	Pearson Correlation	,602**	,563**	,649**	1	,546**	,457**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000

	N	105	105	105	105	105	105
Y5	Pearson	,650**	,573**	,518**	,546**	1	,593**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105	105	105
Y6	Pearson	,606**	,583**	,539**	,457**	,593**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105
Y7	Pearson	,571**	,537**	,615**	,418**	,477**	,529**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
Y8	Pearson	,638**	,562**	,582**	,517**	,515**	,505**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
Y9	Pearson	,585**	,558**	,569**	,538**	,546**	,588**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
Y10	Pearson	,628**	,507**	,465**	,551**	,502**	,463**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105

,477**	,515**	,546**	,502**	,523**	,544**	,761**
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105	105
,529**	,505**	,588**	,463**	,556**	,548**	,752**
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105	105
1	,624**	,430**	,405**	,500**	,506**	,718**
	,000	,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105	105
,624**	1	,465**	,513**	,519**	,514**	,754**
,000		,000	,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105	105
,430**	,465**	1	,623**	,606**	,558**	,761**
,000	,000		,000	,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105	105
,405**	,513**	,623**	1	,652**	,575**	,740**
,000	,000	,000		,000	,000	,000
105	105	105	105	105	105	105
,500**	,519**	,606**	,652**	1	,692**	,801**
,000	,000	,000	,000		,000	,000
105	105	105	105	105	105	105
,506**	,514**	,558**	,575**	,692**	1	,784**
,000	,000	,000	,000	,000		,000
105	105	105	105	105	105	105
,718**	,754**	,761**	,740**	,801**	,784**	1
,000	,000	,000	,000	,000	,000	

105	105	105	105	105	105	105
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

UJI RELIABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,948	16

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,938	12

UJI ASUMSI KLASIK

UJI ASUMSI KLASIK - UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

Residual

N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,63735418
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,048
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,069 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

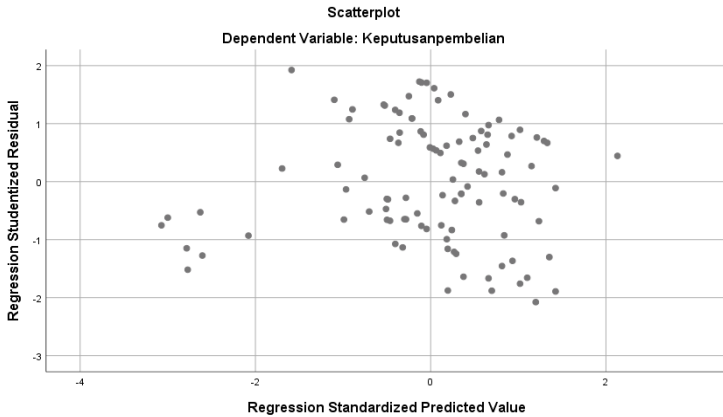
c. Lilliefors Significance Correction.

UJI ASUMSI KLASIK - UJI MULTIKOLONIERITAS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Gaya Hidup	,755	1,325
	Kualitas Produk	,717	1,395
	Harga	,609	1,643

UJI ASUMSI KLASIKM - UJI HETEROKEDASTISITAS

A. Uji Scatterplot



B. Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,280	2,592		2,037	,044
	X1	-,015	,089	-,019	-,166	,869
	X2	,014	,038	,044	,377	,707
	X3	-,030	,087	-,044	-,344	,731

a. Dependent Variable: Abs_Res

UJI ASUMSI KLASIK - UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,591 ^a	,349	,330	5,720	1,975

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HARGA, GAYA, KUALITAS ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,591 ^a	,349	,330	5,720	1,975

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1770,962	3	590,321	18,040	,000 ^b
	Residual	3305,095	101	32,724		
	Total	5076,057	104			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Coefficients^a

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,621	5,061		2,494	,014
Gaya Hidup	,641	,174	,340	3,674	,000
Kualitas Produk	,148	,074	,190	2,002	,048
Harga	,347	,170	,210	2,040	,044

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Gaya Hidup	,755	1,325
Kualitas Produk	,717	1,395
Harga	,609	1,643

PENGUJIAN HIPOTESIS

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,621	5,061		2,494	,014
Gaya Hidup	,641	,174	,340	3,674	,000
Kualitas Produk	,148	,074	,190	2,002	,048
Harga	,347	,170	,210	2,040	,044

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1770,962	3	590,321	18,040	,000 ^b
	Residual	3305,095	101	32,724		
	Total	5076,057	104			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

