



LAMPIRAN

Lampiran. 1 Data Survei Awal Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Pernyataan	Tingkat Persentase
Membeli produk online selain kebutuhan pokok	100%
Produk yang dibeli di toko online merupakan Fashion	75,6%
Produk yang dibeli di toko <i>online</i> merupakan produk kecantikan	57,7%
Produk yang dibeli di toko <i>online</i> merupakan produk aksesoris	53,8%
Produk yang dibeli di toko <i>online</i> merupakan produk Elektronik	21,8%
Produk yang dibeli di toko <i>online</i> merupakan produk otomotif	14,1%
Berbelanja <i>online</i> karena banyaknya penawaran seperti promo dan diskon	87,2%
Berbelanja <i>online</i> karena harga yang ditawarkan lebih murah	59%
Berbelanja <i>online</i> karena kemasan produk yang ditawarkan lebih menarik	24,4%
Jumlah barang yang dibeli dalam satu bulan terakhir 1-3 barang	71,8%
Jumlah barang yang dibeli dalam satu bulan terakhir 4-6 barang	21,8%
Uang saku yang diperoleh perbulan sebanyak <Rp 1.000.000	44,9%
Uang saku yang diperoleh perbulan sebanyak >Rp 1.000.000	55,1%
Uang saku yang diperoleh dari orangtua	91%
Sangat setuju melakukan belanja online karena sudah terbiasa melakukannya	44,9%
Sangat setuju melakukan belanja online karena direkomendasikan oleh teman	34,6%
Sangat setuju terdorong untuk berbelanja <i>online</i> karena mudah menggunakannya	47,4%
Uang yang dihabiskan untuk belanja <i>online</i> dalam sebulan sejumlah Rp 100.000 – Rp 300.000	64,10%
Uang yang dihabiskan untuk belanja <i>online</i> dalam sebulan sejumlah Rp300.000 -Rp 400.000	29,49%
Uang yang dihabiskan untuk belanja <i>online</i> dalam sebulan sejumlah > Rp500.000	6,41%

Lampiran. 2 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi

	Prodi	Tahun Angkatan	Aktif	Non Aktif	Do	L	P	Berhenti	Pindah	Jumlah Mahasiswa Terdaftar
1	S-1 Manajemen	2019	14	6	12	12	2		1	20
		2020	71	9		38	32		1	80
		2021	304	1	9	117	187			305
		2022	313	11	8	119	194	3	1	324
		2023	282	15		87	195			579
		2024	328			109	219			328
		JMH	1312	42	29	482	829		3	1354

	Prodi	Tahun Angkatan	Aktif	Non Aktif	Do	L	P	Berhenti	Pindah	Jumlah Mahasiswa Terdaftar
2	S-1 Akuntansi	2018	28	5	28	14	14			33
		2019	27	1	16	121	15			28
		2020	73	10	12	17	56			83
		2021	277	3	11	77	200	2		280
		2022	262	6	9	73	189	2		268
		2023	200	10		49	151			210
		2024	261			46	215			261
		JMH	1128	35	76	288	840	4		1163

	Prodi	Tahun Angkatan	Aktif	Non Aktif	Do	L	P	Berhenti	Pindah	Jumlah Mahasiswa Terdaftar
3	S-1 Pendidikan Ekonomi	2018	7		14	14	3		1	7
		2019	8	3	3	6	2			11
		2020	25	3	4	13	12			28
		2021	77	3	6	12	65			80
		2022	80	3	6	27	53			83
		2023	63	4		19	44			67
		2024	95			17	78			95
		JMH	355	16	33	98	257		1	371

	Prodi	Tahun Angkatan	Aktif	Non Aktif	Do	L	P	Berhenti	Pindah	Jumlah Mahasiswa Terdaftar
4	D-4 Akuntansi Sektor Publik	2022	44		5	11	33			44
		2023	10			4	6			10
		2024	24			5	19			24
		JMH	78	0	5	20	58	0	0	78

	Prodi	Tahun Angkatan	Aktif	Non Aktif	Do	L	P	Berhenti	Pindah	Jumlah Mahasiswa Terdaftar
5	D-4 Pengelola Perhotelan	2022	64	5	3	40	24			64
		2023	21	1		12	9			21
		2024	48			20	28			48
		JMH	133	6	3	72	61	0	0	139



Lampiran 3. Responden Uji Instrumen

Daftar Nama responden Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan realibilitas dilakukan di fakultas yang berbeda dengan tempat penelitian yaitu Fakultas Hukum dengan jumlah responden sebanyak 30 mahasiswa. Berikut daftar nama responden yang diteliti untuk uji validitas dan realibilitas.

No	Nama Mahasiswa	NIM	Prodi
1	Raja Girsang	2314091012	S-1 Pendidikan Sosiologi
2	Ely Tenti Barus	2214021013	S-1 Pendidikan Sejarah
3	Leli Kasrian Gultom	2214111018	S-1 pendidikan Geografi
4	Handre simarmata	2114010011	S-1 Pendidikan PPKn
5	Agripa jawak	2114101112	S-1 Ilmu Hukum
6	Kadek Ayu Tirta Dewi	2254013005	D-4 Teknologi Rekayasa Penginderaan Jauh
7	Anisa Cintya Iren Munthe	2214101049	S-1 ilmu Hukum
8	Arya Pradipa	2114101218	S-1 Ilmu Hukum
9	Irne Sri Krishe	2114041019	S-1 Pendidikan PPKn
10	Made Kensa Saputra	2254013013	D-4 Teknologi Rekayasa Penginderaan Jauh
111	Septia Ulandari	2214091014	D-4 Teknologi Rekayasa Penginderaan Jauh
12	Ni Wayan Karunia Wedani	2014101032	S-1 Ilmu hukum
13	Rila	2214091022	S-1 Ilmu Hukum
14	Aprilia Dwi maharani	2314101148	
15	Jordan Maruli basa Pasaribu	2114041023	S-1 Ilmu Hukum
16	Maria	2214021029	S-1 Pendidikan PPKn

No	Nama Mahasiswa	NIM	Prodi
17	Jonathan Sinaga	2114101202	S-1 Pendidikan Sejarah
18	Komang Rindi	2214101115	S-1 Ilmu Hukum
19	Achmad Yusril	2214021026	S-1 Ilmu Hukum
20	Senia ginting	2114101213	S-1 Pendidikan Sejarah
21	Meiko Karunia	2114101007	S-1 Ilmu Hukum
22	Nina Septiani	2214091104	S-1 Ilmu Hukum
23	Romartha Girsang	2114091018	S-1 Ilmu Hukum
24	Dedi Pranata Purba	2314091017	S-1 Pendidikan Sosiologi
25	Desri Febiola	2214021023	S-1 Pendidikan Sosiologi
26	Iyaneta Depari	2454013008	S-1 Pendidikan Sosiologi
27	Kadek Binia Patricia	2214091002	S-1 Pendidikan Sejarah
28	Putu Sugi	2257023008	D-4 Teknologi Rekayasa Penginderaan Jauh
29	Megi Diana	2114041031	S-1 Pendidikan Sosiologi
30	Gede Restu Pramana yasa	2214021002	D-4 Teknologi Rekayasa Penginderaan Jauh

Lampiran 4. Kuesioner Uji Validitas dan Realibilitas

Kuesioner Penelitian

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

Om Swastiastu, Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Responden yang terhormat, perkenalkan saya Crisna Virania Purba, Mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Dengan ini saya bermaksud melakukan penelitian sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir saya. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden penelitian ini dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa Aktif Fakultas Hukum
2. Pernah melakukan belanja *online*

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademik, sehingga semua data responden akan dijaga kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Identitas Responden

1. Nama lengkap :
2. NIM :
3. Jenis kelamin :

4. Fakultas

- Hukum dan Ilmu Sosial

5. Program Studi

- S1 Pendidikan Sejarah
- S1 Pendidikan Geografi
- S1 Ilmu Hukum
- S1 Pendidikan Sosiologi
- S1 pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
- S-1 Geografi
- D-4 Teknologi Rekayasa Penginderaan Jauh
- D-3 Perpustakaan

6. Uang saku yang diperoleh dari

- Orang tua
- Bekerja

7. Uang saku yang diperoleh sebulan

- < Rp 500.000
- Rp 1.000.000
- Rp 1.500.000
- > Rp 2.000.000

8. Jumlah barang yang di beli dalam sebulan?

- 1-3
- 3-5
- > 6

Pernyataan Kuesioner

Keterangan jawaban

Sangat Tidak Setuju : 1

Tidak Setuju 2

Cukup setuju 3

Setuju 4

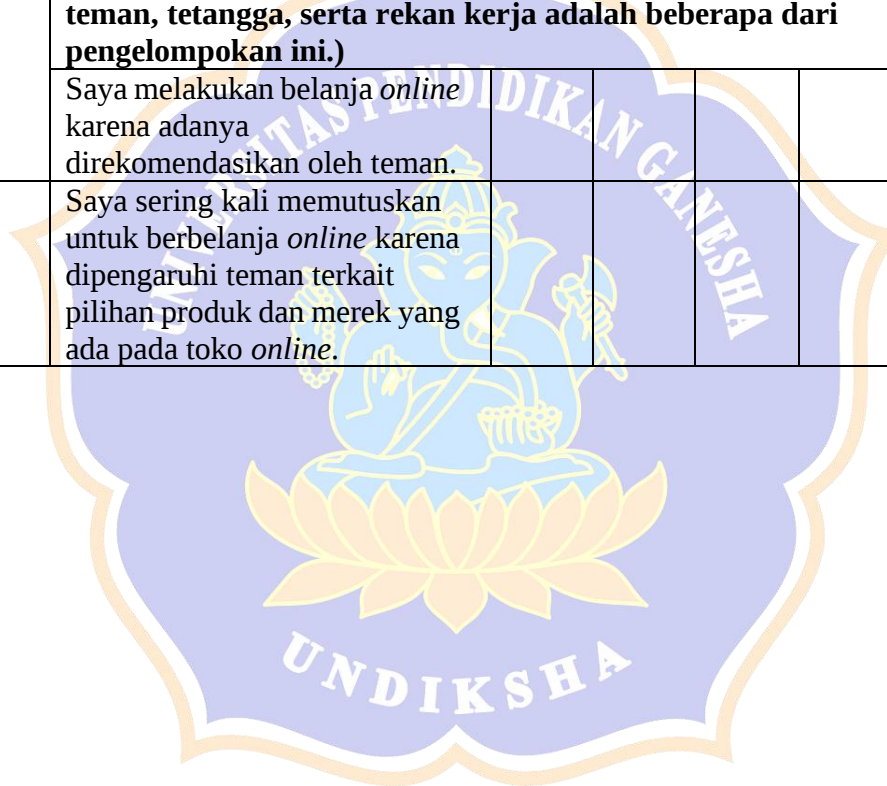
Sangat Setuju 5

Faktor Budaya (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Peran Budaya (kebiasaan yang memotivasi orang untuk membeli barang tertentu.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sudah terbiasa melakukannya.					
2.	Saya berbelanja <i>online</i> karena sudah menjadi bagian dari rutinitas saya.					
3.	Subbudaya (terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena lokasi saya yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh kurir.					
4.	Saya melakukan belanja online karena lokasi dan alamat saya mudah dijangkau oleh berbagai layanan pengiriman.					
5.	Kelas Sosial (memperlihatkan berbagai preferensi produk dan merek di banyak bidang, mencakup pakaian, peralatan rumah, kegiatan santai, mobil, dan lain-lain.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan kelas sosial saya.					
6.	Saya merasa bahwa belanja <i>online</i> memungkinkan saya untuk mengakses produk atau merek yang sesuai dengan status dan kelas sosial saya.					

Faktor Sosial (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
	Keluarga (organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.)					
1.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena adanya pengalaman oleh anggota keluarga.					
2.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena adanya saran atau ulasan positif dari keluarga mengenai produk atau toko <i>online</i> tertentu					
	Kelompok Acuan (kelompok yang berpengaruh pada perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keluarga, teman, tetangga, serta rekan kerja adalah beberapa dari pengelompokan ini.)					
3.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena adanya direkomendasikan oleh teman.					
4.	Saya sering kali memutuskan untuk berbelanja <i>online</i> karena dipengaruhi teman terkait pilihan produk dan merek yang ada pada toko <i>online</i> .					



Faktor Pribadi (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Usia dan Tahap Siklus Hidup (di sepanjang hidupnya, seseorang akan membeli berbagai macam produk dan menggunakan berbagai jasa yang berbeda.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan usia saya.					
2.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena toko <i>online</i> menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan serta gaya hidup yang umumnya relevan dengan usia saya saat ini.					
3.	Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi (keadaan ekonomi, pilihan produk seseorang sangat dipengaruhi oleh situasi keuangannya.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan pendapatan saya.					
4.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai uang saku saya.					
5.	Kepribadian dan Konsep Diri (kepribadian dapat di klasifikasikan dengan akurat dan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan produk pilihan.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena keinginan saya sendiri.					
6.	Saya berbelanja <i>online</i> karena saya sendiri yang menginginkan produk tersebut, tanpa adanya pengaruh signifikan dari orang lain.					
7.	Gaya Hidup (tindakan individu serta pola perilaku sangat dipengaruhi oleh gaya hidup.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan gaya hidup saya.					
8.	Saya merasa bahwa belanja <i>online</i> menyediakan akses yang lebih luas ke produk dan layanan yang sesuai dengan minat dan aktivitas dalam gaya hidup saya.					

Faktor Psikologis (X4)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
	Motivasi (proses penggerak perilaku atau tindakan untuk memenuhi tujuan atau intensif dimulai dengan kriteria fisiologis dan psikologis.)					
1.	Saya terdorong untuk berbelanja <i>online</i> karena platform dan prosesnya yang mudah dipahami dan digunakan.					
2.	Saya memilih berbelanja <i>online</i> karena menurut saya mencari, memilih dan membeli barang secara <i>online</i> sangat praktis dan tidak rumit.					
	Persepsi (proses memilih, menyusun dan mengevaluasi data untuk menghasilkan visual bermakna.)					
3.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena produk yang tersedia lebih murah daripada yang ada di toko <i>offline</i> .					
4.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena seringkali menemukan promo dan diskon yang lebih menarik dan menguntungkan dibanding toko <i>offline</i> .					
	Pembelajaran (proses yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari pengalaman sebelumnya, yang digunakan untuk menginformasikan perilaku masa depan dalam keadaan yang serupa.)					
5.	Saya melakukan belanja <i>online</i> berdasarkan pengalaman dari orang sekitar saya.					
6.	Saya merasa lebih yakin dan termotivasi untuk berbelanja <i>online</i> setelah mendengar rekomendasi dari orang-orang di sekitar saya.					
	Keyakinan dan Sikap (konsumen akan mendapatkan keyakinan dan sikap yang nantinya akan dapat mempengaruhi perilaku pembelian.)					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
7.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena yakin terkait keamanan dan kualitas barang.					
8.	Kepercayaan saya terhadap sistem keamanan transaksi <i>online</i> dan jaminan kualitas produk yang ditawarkan menjadi salah satu alasan saya memilih berbelanja <i>online</i> .					

Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
	Melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa perencanaan matang, dipicu oleh rangsangan emosional atau lingkungan pemasaran seperti iklan dan promosi.					
1.	Saya sering melakukan pembelian <i>online</i> secara tiba-tiba setelah melihat iklan atau promosi menarik.					
2.	Iming-iming bonus pembelian, seperti <i>poin reward</i> , <i>cashback</i> atau potongan harga eksklusif, menjadi salah satu motivasi saya memilih berbelanja <i>online</i> .					
	Terjadinya pembelian berulang dalam waktu yang relatif singkat, sering kali tidak berdasarkan kebutuhan nyata.					
3.	Saya pernah membeli produk yang sejenis dengan merek yang berbeda di toko <i>online</i> .					
4.	Saya melakukan pembelian berulang hanya karena keinginan sesaat, bukan karena kebutuhan.					
	Membeli produk bukan karena kebutuhan fungsional, melainkan untuk meningkatkan citra diri atau mendapatkan pengakuan sosial.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
5.	Saya membeli produk dengan mode terbaru di toko <i>online</i> untuk menjaga penampilan diri dan gengsi.					
6.	Saya melakukan belanja <i>online</i> untuk mendapatkan produk yang dapat meningkatkan citra dan membuat saya terlihat lebih keren atau kekinian.					
Menunjukkan loyalitas berlebih pada merek tertentu meskipun tersedia alternatif yang lebih rasional secara harga atau fungsi.						
7.	Saya tetap memilih merek favorit saya meskipun ada produk lain yang lebih murah atau memiliki fungsi yang sama.					
8.	Saya enggan beralih ke merek lain walaupun produk tersebut menawarkan kualitas atau harga yang lebih baik..					
Terdorong untuk membeli karena pengaruh diskon, bonus atau bentuk promosi lainnya.						
9.	Saya cenderung membeli suatu produk jika ada diskon, bonus, atau promosi khusus.					
10.	Promosi seperti potongan harga atau hadiah langsung mendorong saya untuk melakukan pembelian <i>online</i>					

Lampiran 5. Data Uji Instrumen

1. Faktor Budaya

FAKTOR BUDAYA (X1)							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
R1	4	3	4	5	3	3	22
R2	5	4	3	4	3	3	22
R3	4	2	2	3	3	4	18
R4	3	2	5	3	4	2	19
R5	3	4	3	4	3	3	20
R6	3	5	3	3	4	3	21
R7	4	2	2	4	4	4	20
R8	3	3	2	3	3	4	18
R9	4	2	4	3	3	4	20
R10	4	4	3	3	4	4	22
R11	3	3	3	3	4	5	21
R12	3	4	4	3	4	5	23
R13	3	5	1	4	4	3	20
R14	4	2	3	4	5	3	21
R15	3	3	4	4	3	4	21
R16	4	4	3	3	3	2	19
R17	4	4	4	3	2	3	20
R18	3	3	3	4	5	4	22
R19	4	3	2	3	4	5	21
R20	3	4	3	3	4	4	21
R21	4	3	5	2	4	5	23
R22	3	3	4	3	2	4	19
R23	3	4	3	5	3	3	21
R24	4	3	4	5	2	4	22
R25	4	4	3	2	4	4	21
R26	4	4	3	4	4	3	22
R27	5	4	3	4	3	4	23
R28	4	3	4	4	4	5	24
R29	3	3	3	3	3	4	19
R30	4	4	4	5	3	5	25

2. Faktor Sosial

FAKTOR SOSIAL (X2)					
	P1	P2	P3	P4	TOTAL
R1	4	3	3	4	14
R2	3	4	4	3	14
R3	3	2	3	4	12
R4	4	3	4	4	15
R5	3	4	4	3	14
R6	4	4	4	4	16
R7	2	3	4	4	13
R8	4	5	4	4	17
R9	4	4	3	4	15
R10	3	3	3	4	13
R11	5	2	4	2	13
R12	3	4	4	3	14
R13	3	4	3	4	14
R14	4	3	5	4	16
R15	2	4	3	4	13
R16	3	3	4	4	14
R17	3	3	3	3	12
R18	5	4	2	4	15
R19	5	4	2	3	14
R20	5	3	4	4	16
R21	3	3	1	3	10
R22	3	3	5	2	13
R23	3	4	5	2	14
R24	4	4	3	4	15
R25	4	3	4	3	14
R26	4	4	5	3	16
R27	5	2	3	4	14
R28	4	3	3	3	13
R29	3	4	4	3	14
R30	4	4	4	4	16

3. Faktor pribadi

FAKTOR PRIBADI (X3)									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
R1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
R2	4	3	3	4	4	4	5	4	31
R3	4	3	4	3	4	4	3	5	30
R4	3	3	4	4	4	4	3	3	28
R5	4	3	4	3	3	3	4	3	27
R6	3	4	4	3	3	4	2	2	25
R7	3	3	4	5	4	3	3	3	28
R8	3	3	4	3	4	5	3	4	29
R9	4	3	4	4	4	3	4	4	30
R10	5	4	5	3	4	4	5	3	33
R11	3	3	2	3	3	4	4	5	27
R12	4	3	3	4	2	5	4	3	28
R13	2	5	3	4	2	3	4	4	27
R14	3	4	3	3	4	4	4	3	28
R15	2	5	4	3	5	4	4	4	31
R16	5	5	3	4	4	5	3	4	33
R17	4	2	3	2	3	4	5	4	27
R18	5	2	2	3	4	3	2	3	24
R19	2	4	4	3	3	3	3	4	26
R20	3	4	3	3	3	3	3	3	25
R21	5	4	3	4	3	3	4	4	30
R22	3	3	3	2	2	5	5	3	26
R23	4	4	5	4	3	3	2	4	29
R24	3	2	3	3	5	4	3	5	28
R25	4	3	5	4	3	3	3	2	27
R26	4	5	2	4	3	3	3	3	27
R27	4	3	4	3	3	3	3	4	27
R28	4	3	4	4	2	4	3	4	28
R29	3	2	2	4	4	3	4	2	24
R30	3	3	3	4	3	3	4	3	26

4. Faktor Psikologis

FAKTOR PSIKOLOGIS (X4)									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
R1	4	3	4	5	2	3	4	3	28
R2	4	3	4	3	4	4	4	3	29
R3	3	3	4	3	4	5	4	3	29
R4	4	3	2	3	2	3	4	5	26
R5	4	3	4	2	4	4	2	4	27
R6	4	3	4	5	4	4	3	3	30
R7	4	3	4	3	4	4	4	3	29
R8	3	3	3	4	4	3	4	5	29
R9	4	5	3	3	2	5	4	3	29
R10	4	3	5	4	4	4	4	4	32
R11	3	4	5	5	5	3	3	3	31
R12	4	4	2	5	3	3	3	2	26
R13	4	4	2	2	3	5	3	2	25
R14	3	3	1	3	3	4	5	4	26
R15	3	3	5	4	4	3	4	3	29
R16	3	3	3	3	3	4	3	5	27
R17	1	4	4	2	3	3	2	3	22
R18	3	5	4	5	4	3	3	4	31
R19	3	4	3	3	4	4	3	4	28
R20	3	4	4	3	4	2	4	3	27
R21	3	4	3	2	2	4	2	5	25
R22	2	5	4	3	3	4	3	4	28
R23	4	4	3	3	4	2	2	4	26
R24	4	3	4	4	3	3	4	3	28
R25	4	2	4	4	4	4	5	4	31
R26	2	2	3	4	4	3	4	3	25
R27	3	2	3	2	3	4	3	5	25
R28	4	4	3	4	3	4	5	3	30
R29	4	3	3	5	3	5	4	3	30
R30	4	4	4	2	3	3	3	4	27

5. Perilaku Konsumtif (Y)

PERILAKU KONSUMTIF											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
R1	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	35
R2	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	36
R3	4	3	4	3	3	3	4	3	5	3	35
R4	3	3	5	4	4	2	4	4	4	4	37
R5	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	38
R6	2	3	3	3	3	4	5	3	4	3	33
R7	3	4	3	4	4	4	4	5	3	3	37
R8	3	3	3	4	5	3	3	4	3	4	35
R9	4	2	5	5	3	3	4	4	4	5	39
R10	3	3	2	3	3	5	3	4	3	4	33
R11	5	3	3	4	4	5	4	3	4	4	39
R12	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	39
R13	4	3	4	5	4	4	2	4	4	5	39
R14	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4	38
R15	4	3	4	3	4	2	3	4	5	3	35
R16	3	5	2	2	4	3	3	4	4	3	33
R17	2	4	4	3	5	3	2	3	3	4	33
R18	3	4	2	5	3	4	4	4	4	4	37
R19	4	5	4	4	3	5	3	5	3	2	38
R20	4	3	4	3	3	2	3	2	2	4	30
R21	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	36
R22	4	2	3	3	3	3	5	4	3	4	34
R23	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	39
R24	5	4	5	3	5	4	3	3	3	4	39
R25	4	3	3	5	5	4	4	4	4	3	39
R26	3	2	4	4	3	5	3	2	4	4	34
R27	5	3	4	3	3	4	4	2	5	5	38
R28	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	35
R29	4	1	4	2	3	3	2	4	3	4	30
R30	3	4	4	2	4	3	2	3	5	4	34

Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel Faktor Budaya (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,795**	,892**	,890**	,819**	,834**	,947**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,795**	1	,788**	,808**	,824**	,843**	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,892**	,788**	1	,773**	,750**	,811**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,890**	,808**	,773**	1	,766**	,848**	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,819**	,824**	,750**	,766**	1	,801**	,892**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,834**	,843**	,811**	,848**	,801**	1	,934**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30

TOTAL X1	Pearson Correlation	,947**	,914**	,910**	,923**	,892**	,934**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

Variabel Faktor Sosial (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,699**	,849**	,594**	,916**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,699**	1	,533**	,623**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,849**	,533**	1	,625**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,594**	,623**	,625**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL X2	Pearson Correlation	,916**	,832**	,874**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

Variabel Faktor Pribadi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,684**	,624**	,548**	,578**	,809**	,848**	,745**	,896**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,001	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,684**	1	,514**	,444*	,481**	,735**	,689**	,570**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000		,004	,014	,007	,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,624**	,514**	1	,398*	,449*	,618**	,693**	,614**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004		,029	,013	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	,548**	,444*	,398*	1	,638**	,554**	,475**	,535**	,699**
	Sig. (2-tailed)	,002	,014	,029		,000	,001	,008	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	,578**	,481**	,449*	,638**	1	,559**	,698**	,545**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,001	,007	,013	,000		,001	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	,809**	,735**	,618**	,554**	,559**	1	,773**	,729**	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,001		,000	,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	,848**	,689**	,693**	,475**	,698**	,773**	1	,687**	,905**
	Sig. tailed)	(2-,000	,000	,000	,008	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	,745**	,570**	,614**	,535**	,545**	,729**	,687**	1	,830**
	Sig. tailed)	(2-,000	,001	,000	,002	,002	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,896**	,784**	,754**	,699**	,763**	,886**	,905**	,830**	1
	Sig. tailed)	(2-,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



Variabel F aktor Psikologis (X4)

Correlations

[illegible]

	Sig. tailed)	(2-,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.7	Pearson Correlation	,778**	,825**	,822**	,816**	,939**	,903**	1	,854**	,942**
	Sig. tailed)	(2-,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.8	Pearson Correlation	,672**	,763**	,720**	,765**	,823**	,763**	,854**	1	,861**
	Sig. tailed)	(2-,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X4	Pearson Correlation	,886**	,942**	,921**	,919**	,958**	,933**	,942**	,861**	1
	Sig. tailed)	(2-,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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



Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations

[illegible]

[illegible]

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

Hasil Uji Realibilitas Instrumen

Variabel Faktor Budaya (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,963	6

Variabel Faktor Sosial (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,883	4

Variabel Faktor Pribadi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	8

Variabel Faktor Psikologis (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,974	8

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,974	10



Lampiran 7. Rekapitulasi Uji Instrumen

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	α	Keterangan
Faktor Budaya (X1)				
X1.1	0,947	0,361	0,05	Valid
X1.2	0,914	0,361	0,05	Valid
X1.3	0,910	0,361	0,05	Valid
X1.4	0,923	0,361	0,05	Valid
X1.5	0,892	0,361	0,05	Valid
X1.6	0,934	0,361	0,05	Valid

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	α	Keterangan
Faktor Sosial (X2)				
X2.1	0,916	0,361	0,05	Valid
X2.2	0,832	0,361	0,05	Valid
X2.3	0,874	0,361	0,05	Valid
X2.4	0,819	0,361	0,05	Valid

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	α	Keterangan
Faktor Pribadi (X3)				
X3.1	0,896	0,361	0,05	Valid
X3.2	0,784	0,361	0,05	Valid
X3.3	0,754	0,361	0,05	Valid
X3.4	0,699	0,361	0,05	Valid
X3.5	0,763	0,361	0,05	Valid
X3.6	0,886	0,361	0,05	Valid
X3.7	0,905	0,361	0,05	Valid
X3.8	0,830	0,361	0,05	Valid

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	α	Keterangan
Faktor Psikologis (X4)				
X4.1	0,886	0,361	0,05	Valid
X4.2	0,942	0,361	0,05	Valid
X4.3	0,921	0,361	0,05	Valid
X4.4	0,919	0,361	0,05	Valid
X4.5	0,958	0,361	0,05	Valid
X4.6	0,933	0,361	0,05	Valid
X4.7	0,942	0,361	0,05	Valid
X4.8	0,861	0,361	0,05	Valid

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	α	Keterangan
Faktor Perilaku Konsumtif (Y)				
Y1	0,928	0,361	0,05	Valid
Y2	0,871	0,361	0,05	Valid
Y3	0,888	0,361	0,05	Valid
Y4	0,891	0,361	0,05	Valid
Y5	0,926	0,361	0,05	Valid
Y6	0,884	0,361	0,05	Valid
Y7	0,915	0,361	0,05	Valid
Y8	0,884	0,361	0,05	Valid
Y9	0,961	0,361	0,05	Valid
Y10	0,876	0,361	0,05	Valid

Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Item Pernyataan	Keterangan
Faktor Budaya (X1)	0,963	6	Reliabel
Faktor Sosial (X2)	0,883	4	Reliabel
Faktor Pribadi (X3)	0,928	8	Reliabel
Faktor Psikologis (X4)	0,974	8	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,974	10	Reliabel

Lampiran 8. Kuesioner Penelitian Untuk Sampel

Kuesioner Penelitian

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

Om Swastiastu, Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Responden yang terhormat, perkenalkan saya Crisna Virania Purba, Mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Dengan ini saya bermaksud melakukan penelitian sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir saya. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden penelitian ini dengan kriteria sebagai berikut:

3. Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi
4. Pernah melakukan belanja *online*

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademik, sehingga semua data responden akan dijaga kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Identitas Responden

1. Nama lengkap :
2. NIM :
3. Jenis kelamin :
4. Fakultas

- Ekonomi

5. Program Studi

- S1 Akuntansi
- S1 Manajemen
- S1 Pendidikan Ekonomi
- Akuntansi D4 Sektor Publik
- Pengelola D4 Perhotelan

6. Uang saku yang diperoleh dari

- Orang tua
- Bekerja

7. Uang saku yang diperoleh sebulan

- < Rp 500.000
- Rp 1.000.000
- Rp 1.500.000
- > Rp 2.000.000

8. Jumlah barang yang di beli dalam sebulan?

- 1-3
- 3-5
- > 6

Pernyataan Kuesioner

Keterangan jawaban

Sangat Tidak Setuju : 1

Tidak Setuju 2

Cukup setuju 3

Setuju 4

Sangat Setuju 5

Faktor Budaya (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Peran Budaya (kebiasaan yang memotivasi orang untuk membeli barang tertentu.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sudah terbiasa melakukannya.					
2.	Saya berbelanja <i>online</i> karena sudah menjadi bagian dari rutinitas saya.					
3.	Sub-budaya (terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena lokasi saya yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh kurir.					
4.	Saya melakukan belanja online karena lokasi dan alamat saya mudah dijangkau oleh berbagai layanan pengiriman.					
5.	Kelas Sosial (memperlihatkan berbagai preferensi produk dan merek di banyak bidang, mencakup pakaian, peralatan rumah, kegiatan santai, mobil, dan lain-lain.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan kelas sosial saya.					
6.	Saya merasa bahwa belanja <i>online</i> memungkinkan saya untuk mengakses produk atau merek yang sesuai dengan status dan kelas sosial saya.					

Faktor Sosial (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
	Keluarga (organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.)					
1.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena adanya pengalaman oleh anggota keluarga.					
2.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena adanya saran atau ulasan positif dari keluarga mengenai produk atau toko <i>online</i> tertentu					
	Kelompok Acuan (kelompok yang berpengaruh pada perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keluarga, teman, tetangga, serta rekan kerja adalah beberapa dari pengelompokan ini.)					
3.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena adanya direkomendasikan oleh teman.					
4.	Saya sering kali memutuskan untuk berbelanja <i>online</i> karena dipengaruhi teman terkait pilihan produk dan merek yang ada pada toko <i>online</i> .					

Faktor Pribadi (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Usia dan Tahap Siklus Hidup (di sepanjang hidupnya, seseorang akan membeli berbagai macam produk dan menggunakan berbagai jasa yang berbeda.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan usia saya.					
2.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena toko <i>online</i> menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan serta gaya hidup yang umumnya relevan dengan usia saya saat ini.					
3.	Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi (keadaan ekonomi, pilihan produk seseorang sangat dipengaruhi oleh situasi keuangannya.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan pendapatan saya.					
4.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai uang saku saya.					
5.	Kepribadian dan Konsep Diri (kepribadian dapat di klasifikasikan dengan akurat dan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan produk pilihan.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena keinginan saya sendiri.					
6.	Saya berbelanja <i>online</i> karena saya sendiri yang menginginkan produk tersebut, tanpa adanya pengaruh signifikan dari orang lain.					
7.	Gaya Hidup (tindakan individu serta pola perilaku sangat dipengaruhi oleh gaya hidup.)					
	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena sesuai dengan gaya hidup saya.					
8.	Saya merasa bahwa belanja <i>online</i> menyediakan akses yang lebih luas ke produk dan layanan yang sesuai dengan minat dan aktivitas dalam gaya hidup saya.					

Faktor Psikologis (X4)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
	Motivasi (proses penggerak perilaku atau tindakan untuk memenuhi tujuan atau intensif dimulai dengan kriteria fisiologis dan psikologis.)					
1.	Saya terdorong untuk berbelanja <i>online</i> karena platform dan prosesnya yang mudah dipahami dan digunakan.					
2.	Saya memilih berbelanja <i>online</i> karena menurut saya mencari, memilih dan membeli barang secara <i>online</i> sangat praktis dan tidak rumit.					
	Persepsi (proses memilih, menyusun dan mengevaluasi data untuk menghasilkan visual bermakna.)					
3.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena produk yang tersedia lebih murah daripada yang ada di toko <i>offline</i> .					
4.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena seringkali menemukan promo dan diskon yang lebih menarik dan menguntungkan dibanding toko <i>offline</i> .					
	Pembelajaran (proses yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari pengalaman sebelumnya, yang digunakan untuk menginformasikan perilaku masa depan dalam keadaan yang serupa.)					
5.	Saya melakukan belanja <i>online</i> berdasarkan pengalaman dari orang sekitar saya.					
6.	Saya merasa lebih yakin dan termotivasi untuk berbelanja <i>online</i> setelah mendengar rekomendasi dari orang-orang di sekitar saya.					
	Keyakinan dan Sikap (konsumen akan mendapatkan keyakinan dan sikap yang nantinya akan dapat mempengaruhi perilaku pembelian.)					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
7.	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena yakin terkait keamanan dan kualitas barang.					
8.	Kepercayaan saya terhadap sistem keamanan transaksi <i>online</i> dan jaminan kualitas produk yang ditawarkan menjadi salah satu alasan saya memilih berbelanja <i>online</i> .					

Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
	Melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa perencanaan matang, dipicu oleh rangsangan emosional atau lingkungan pemasaran seperti iklan dan promosi.					
1.	Saya sering melakukan pembelian <i>online</i> secara tiba-tiba setelah melihat iklan atau promosi menarik.					
2.	Iming-iming bonus pembelian, seperti <i>poin reward</i> , <i>cashback</i> atau potongan harga eksklusif, menjadi salah satu motivasi saya memilih berbelanja <i>online</i> .					
	Terjadinya pembelian berulang dalam waktu yang relatif singkat, sering kali tidak berdasarkan kebutuhan nyata.					
3.	Saya pernah membeli produk yang sejenis dengan merek yang berbeda di toko <i>online</i> .					
4.	Saya melakukan pembelian berulang hanya karena keinginan sesaat, bukan karena kebutuhan.					
	Membeli produk bukan karena kebutuhan fungsional, melainkan untuk meningkatkan citra diri atau mendapatkan pengakuan sosial.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
5.	Saya membeli produk dengan mode terbaru di toko <i>online</i> untuk menjaga penampilan diri dan gengsi.					
6.	Saya melakukan belanja <i>online</i> untuk mendapatkan produk yang dapat meningkatkan citra dan membuat saya terlihat lebih keren atau kekinian.					
Menunjukkan loyalitas berlebih pada merek tertentu meskipun tersedia alternatif yang lebih rasional secara harga atau fungsi.						
7.	Saya tetap memilih merek favorit saya meskipun ada produk lain yang lebih murah atau memiliki fungsi yang sama.					
8.	Saya enggan beralih ke merek lain walaupun produk tersebut menawarkan kualitas atau harga yang lebih baik..					
Terdorong untuk membeli karena pengaruh diskon, bonus atau bentuk promosi lainnya.						
9.	Saya cenderung membeli suatu produk jika ada diskon, bonus, atau promosi khusus.					
10.	Promosi seperti potongan harga atau hadiah langsung mendorong saya untuk melakukan pembelian <i>online</i>					

Lampiran. 9 Data Responden

No	Nama	Nim	Jenis Kelamin	Prodi
1	Gede Widi Wardana	2217041002	L	S1 Manajemen
2	Ni Wayan Sukma Wiantari	2117041011	P	S1 Manajemen
3	Ni Putu Lina Widianingsih	2117041008	P	S1 Manajemen
4	Ni Made Ani Puspitasari	2117041001	P	S1 Manajemen
5	Putu Nadi Asih	2117041010	P	S1 Manajemen
6	Putu Ari Suarsini	2317041008	P	S1 Manajemen
7	Ni Putu Ashya Siva Marshanda	2117041012	P	S1 Manajemen
8	Gede Pureadnyana	2117041065	L	S1 Manajemen
9	Sakinah Umar	2117041014	P	S1 Manajemen
10	Nyoman Triana Meilandani	2117041032	P	S1 Manajemen
11	Komang Novita Sari	2317041016	P	S1 Manajemen
12	Luh Putriasih	2117041022	P	S1 Manajemen
13	Kadek Bella Ayu Gayatri	2117041044	P	S1 Manajemen
14	Kadek Tedi Dwi Prayoga	2117041020	L	S1 Manajemen
15	Luh Dinda Resta Suteja	2117041061	P	S1 Manajemen
16	Abhimayu	2017041025	L	S1 Manajemen
17	Ni Kadek Fernanda Harmawanti	2117041062	L	S1 Manajemen
18	Komang Erlina	2217041030	P	S1 Manajemen
19	Gebby Veralia Sandra	2317041037	P	S1 Manajemen
20	Kadek Intan Selvianti	2117041053	P	S1 Manajemen
21	Ketut Elsa Kusuma Dewi	2217041063	P	S1 Manajemen
22	Ni Putu Novi Yunita Dewi	2417041073	P	S1 Manajemen
23	Nadya Valentine Saragih	2317041080	P	S1 Manajemen
24	Putu Rika Wahyuni	2217041004	P	S1 Manajemen
25	Ida Ayu Shanti Pinandita Erawan	2417041014	P	S1 Manajemen
26	Ida Ayu Kade Indri Ardani	2217041300	P	S1 Manajemen
27	Putu Lia Cahyani Pramesti	2117041320	P	S1 Manajemen
28	Gede Agus Rama Adinata	2217041303	L	S1 Manajemen
29	Devito Ryamirzad Ramadhan	2417041060	L	S1 Manajemen
30	Putu Nova Andari	2217041121	P	S1 Manajemen
31	Komang Ayu Widiada Handayani	2117041308	P	S1 Manajemen
32	Komang Devina Putri Wahyuni	2117041071	P	S1 Manajemen

33	I Putu Evo Reziana Putra	2117041311	L	S1 Manajemen
34	Himalaya Gathan Satria	2317041321	L	S1 Manajemen
35	Made Ginsakti Putra Idarata	2117041313	L	S1 Manajemen
36	I Putu Hendry Abimanyu	2117041114	L	S1 Manajemen
37	Galuh Anindia Putri	2317041042	P	S1 Manajemen
38	Ni Ketut Riska Rahma Saitri	2317041033	P	S1 Manajemen
39	Made Candra Deivi	2317041018	P	S1 Manajemen
40	Made Talyana Ursula	2117041209	P	S1 Manajemen
41	Ni Komang Triana Debi Asri	2117041217	P	S1 Manajemen
42	Komang Agus Putra Yasa	2117041312	L	S1 Manajemen
43	Ni Made Ayu Sri Anita Dewi	2117041324	P	S1 Manajemen
44	Luh Angelika Dewanda	2117041005	P	S1 Manajemen
45	Ni Kadek Kurnianingsih Rai Suyasa	2317041016	L	S1 Manajemen
46	Ni Komang Dien Nia Utami	2317041119	P	S1 Manajemen
47	Ida Gede Komang Arya Santana	2317041006	L	S1 Manajemen
48	Gede Wira Adi Ananta	2317041081	L	S1 Manajemen
49	I Ketut Ananda Jaya	2217041222	L	S1 Manajemen
50	Yogi Goutomo	2117041058	L	S1 Manajemen
51	Ni Luh Tenira Yulianti	2217041024	P	S1 Manajemen
52	Komang Andre Nova Saputra	2417041234	L	S1 Manajemen
53	I Nyoman Yoga Kusuma Jaya	2217041019	L	S1 Manajemen
54	Kadek Radha Darmiani Dewi	2117041221	P	S1 Manajemen
55	Kadek Galuh Iswari	2117041230	L	S1 Manajemen
56	Cok Indra Mahendra Wisnawa	2117041029	L	S1 Manajemen
57	Putu Satya Wadhi Putra	2117041131	L	S1 Manajemen
58	Kadek Mona Dewi Anita Pratiwi	2117041058	P	S1 Manajemen
59	Putu Prawira Abdi Kusuma	2117041034	L	S1 Manajemen
60	I Putu Rian Andika	2317041233	L	S1 Manajemen
61	Nyoman Ayu Mas Manikayasmin	2317041123	P	S1 Manajemen
62	Kadek Lina Ariani	2317041215	P	S1 Manajemen

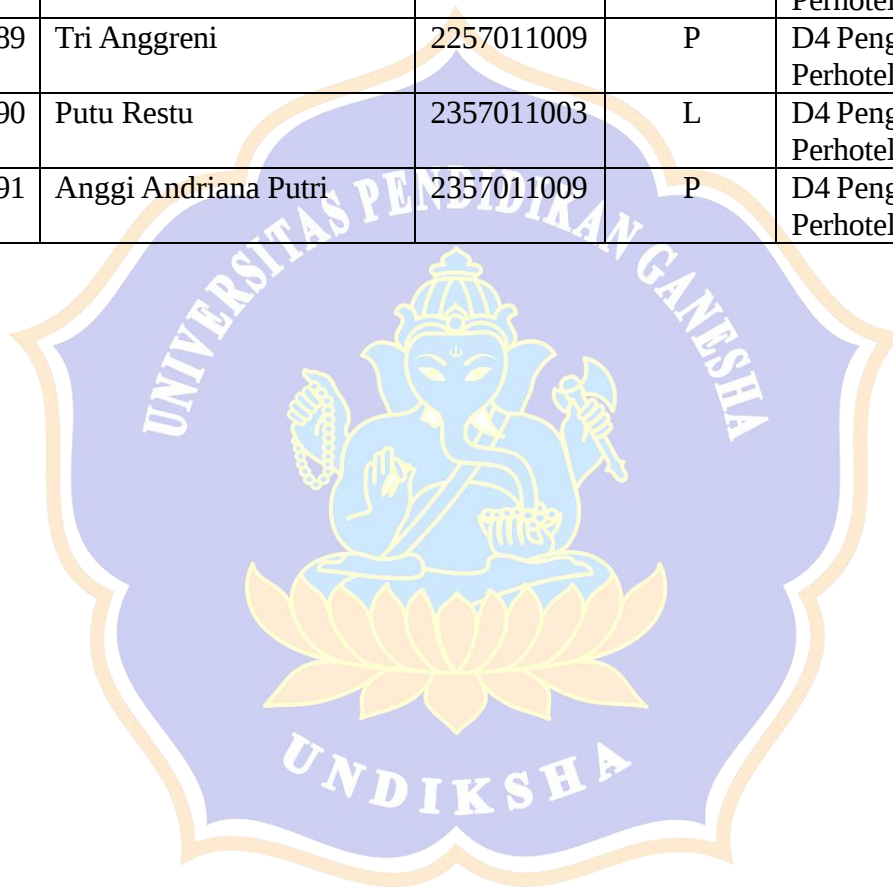
63	M. Fadhil	2117041239	L	S1 Manajemen
64	I Komang Tri Utama	2017041037	P	S1 Manajemen
65	Luh Eka Ariani	2117041242	P	S1 Manajemen
66	Putu Lemmya Putri Ardika	2117041139	P	S1 Manajemen
67	Amelia Juliyanti	2117041299	P	S1 Manajemen
68	Made Agum Beratha	2117041241	L	S1 Manajemen
69	Ni Komang Bintang Mutiara Sari	2217041033	P	S1 Manajemen
70	Ni Luh Putu Dewi Angelina Pradnya Swari	2217041024	P	S1 Manajemen
71	Ni Ketut Astiti Widiyanti	2217041054	P	S1 Manajemen
72	Ni Putu Kertina Julia Pratistha	2217041064	P	S1 Manajemen
73	Ni Wayan Christina Barbie Yola	2117041218	P	S1 Manajemen
74	Ni Putu Bella Widhi Lestari	2317041048	P	S1 Manajemen
75	I Gede Wahyu Krisna Darma	2317041015	L	S1 Manajemen
76	Putu Cantika Aprilia Arta	2117041150	P	S1 Manajemen
77	Gusti Kadek Loris Arjunata Widiananda	2117041116	L	S1 Manajemen
78	Kadek Dinda Damayanti	2117041084	P	S1 Manajemen
79	Ni Luh Landria Purnama Dewi	2117041007	P	S1 Manajemen
80	Komang Fadila Maharani	2317041056	P	S1 Manajemen
81	Ni Kadek Ayu Sekartini	2017041042	P	S1 Manajemen
82	Ni Ketut Kiki Larasati	2217041059	P	S1 Manajemen
83	Komang Dini Anggrellia	2217041121	P	S1 Manajemen
84	Rasella Trivena Ina Kbarek	2217041091	P	S1 Manajemen
85	Kadek Indah Lestari	2117051003	P	S1 Akuntansi
86	Ni Komang Kertiasih	2217051054	P	S1 Akuntansi
87	Ni Putu Herlina	2117051037	P	S1 Akuntansi
88	Ni Kadek Dwi Pradnya Dewi	2117051028	P	S1 Akuntansi
89	Putu Astawa	2117051019	L	S1 Akuntansi
90	Gede Joddy Rayadi	2117051022	L	S1 Akuntansi
91	I Komang Gandy Perdana	2117051014	L	S1 Akuntansi
92	Nyoman Mery Damayanti	2117051018	P	S1 Akuntansi
93	Ketut Gita Ariani	2217051009	P	S1 Akuntansi
94	Ni Kadek Natalia Intan Pratiwi	2217051021	P	S1 Akuntansi

95	Komang Ratna Dewi	2217051032	P	S1 Akuntansi
96	Meya Aca Fedani	2117051023	P	S1 Akuntansi
97	Rizqy Yoga Ramadhan	2117051059	L	S1 Akuntansi
98	Putu Cysa Meldyna Widhi Utami	2117051030	P	S1 Akuntansi
99	Ryoni Mahadewi	2117051031	P	S1 Akuntansi
100	I Gede Ngurah Wira Dharma	2117051037	L	S1 Akuntansi
101	I Nyoman Coky Satya Prabawangsa	2117051049	L	S1 Akuntansi
102	I Made Agus Wedananda Putra	2117051040	L	S1 Akuntansi
103	I Kadek Dwi Arde Prayoga	2117051043	L	S1 Akuntansi
104	Made Devita Indra Kusuma	2117051046	P	S1 Akuntansi
105	Putu Keysha Kusumarani	2117051050	P	S1 Akuntansi
106	Komang Tri Widiastuti	2117051041	P	S1 Akuntansi
107	Moh. Imam Hanafi	2317051052	L	S1 Akuntansi
108	Sang Putu Windayani	2117051043	P	S1 Akuntansi
109	Ketut Sanjaya	2217051054	L	S1 Akuntansi
110	Desak Made Priyani	2217051196	P	S1 Akuntansi
111	Ayu Silviana	2117051055	P	S1 Akuntansi
112	Ayu Davina	2217051010	P	S1 Akuntansi
113	Bunga Dian Permana	2317051047	P	S1 Akuntansi
114	Widyastuti	2217051218	P	S1 Akuntansi
115	Putu Yudhiani	2217051037	P	S1 Akuntansi
116	Wulan Sekar Ningsih	2117051034	P	S1 Akuntansi
117	Waldona	2217051124	L	S1 Akuntansi
118	Kadek Noviani	2317051145	P	S1 Akuntansi
119	Made Ayu Anggita	2317051007	P	S1 Akuntansi
120	Lutfi Lupiana Sari	2217051122	P	S1 Akuntansi
121	Meita Indra Swari	2317051087	P	S1 Akuntansi
122	Ini Luh Juniari	2317051091	P	S1 Akuntansi
123	Dewa Ayu Intan Sari	2317051101	P	S1 Akuntansi
124	Ayu Cahyani	2117051082	P	S1 Akuntansi
125	Aris Tianti	2317051112	P	S1 Akuntansi
126	Try Oktaviani	2317051132	P	S1 Akuntansi
127	Komang Ayu Maharani	2417051032	P	S1 Akuntansi
128	Ni Made Tika	2317051096	P	S1 Akuntansi
129	Ni Putu Awinda Putri	2317051100	P	S1 Akuntansi
130	Dewa Ayu Sintia	2317051085	P	S1 Akuntansi

131	Agus Kusuma Jaya	2117051030	L	S1 Akuntansi
132	Ketut Sariasih	2417051014	P	S1 Akuntansi
133	Ni Putu Erliyani	2117051235	P	S1 Akuntansi
134	Putu Aldy Vanessa	2017051236	P	S1 Akuntansi
135	Kadek Bintang Nimas Ayu Rastiti	2117051237	P	S1 Akuntansi
136	Naylatul Hidayah	2217051138	P	S1 Akuntansi
137	Ni Made Yanti Priandani	2217051224	P	S1 Akuntansi
138	Ayu Della Putri Damayanti	2117051241	P	S1 Akuntansi
139	Ida Bagus Putu Widi Putra	2417051042	L	S1 Akuntansi
140	Diah Laksmi Hermaswari	2417051135	P	S1 Akuntansi
141	Komang Febriani	2117051236	P	S1 Akuntansi
142	Erlita Dwi Indriyanti	2117051223	P	S1 Akuntansi
143	Shabrina Lestari	2117051218	P	S1 Akuntansi
144	Gede Adi Sujana	2217051011	L	S1 Akuntansi
145	Putu Indah Sutariani	2417051024	P	S1 Akuntansi
146	Kadek Yogi Dwi Mahendra	2417051015	L	S1 Akuntansi
147	Monica Titian Rahma Kinasih	2217051035	P	S1 Akuntansi
148	Ni Kadek Chicha Suardiayuni	2217051036	P	S1 Akuntansi
149	Luh Mia Parta Liana Putri	2117051217	P	S1 Akuntansi
150	Arya Ryanjaya	2317051138	L	S1 Akuntansi
151	I Kadek Dapet Setia Putra	2317051032	L	S1 Akuntansi
152	I Gede Agas Aryanta	2417051014	L	S1 Akuntansi
153	Ketut Diah Amanda Prabawati	2117051242	P	S1 Akuntansi
154	I Gede Teguh Brahmastra Wiradharma	2117051239	L	S1 Akuntansi
155	Kadek Pastika Diana Artha	2117051241	P	S1 Akuntansi
156	Ketut Agustini	2117051116	P	S1 Akuntansi
157	Evi Yuliantini	2117011054	P	S1 Pendidikan Ekonomi
158	Yolanda	2117011073	P	S1 Pendidikan Ekonomi
159	Tegar Dewantara	2117011044	L	S1 Pendidikan Ekonomi
160	Lusia Nadia	2117011038	P	S1 Pendidikan Ekonomi

161	Sintya Devi	2117011075	P	S1 Pendidikan Ekonomi
162	Angga Dwipa	2417011036	L	S1 Pendidikan Ekonomi
163	Luh Putu Widianari	2217011041	P	S1 Pendidikan Ekonomi
164	Diana Putri	2217011005	P	S1 Pendidikan Ekonomi
165	Nyoman Deta	2217011045	L	S1 Pendidikan Ekonomi
166	Putu Suciantini	2317011049	P	S1 Pendidikan Ekonomi
167	Kadek Steril Anjani	2317011044	P	S1 Pendidikan Ekonomi
168	Kadek Ayu Deviani	2217011010	P	S1 Pendidikan Ekonomi
169	Ni Luh Sukreni	2217011027	P	S1 Pendidikan Ekonomi
170	Arika Nabila	2317011041	P	S1 Pendidikan Ekonomi
171	Kadek Wulandari	2317011019	P	S1 Pendidikan Ekonomi
172	Putu Sucitiani	2317011049	P	S1 Pendidikan Ekonomi
173	Juliana Safitri	2417011029	P	S1 Pendidikan Ekonomi
174	Ketut Oka Indra	2417011037	L	S1 Pendidikan Ekonomi
175	Gede Marna Yoga	2417011094	P	S1 Pendidikan Ekonomi
176	Gusti Ayu Dina Noviyanti	2417011087	P	S1 Pendidikan Ekonomi
177	Mila Kriswandi	2017011033	P	S1 Pendidikan Ekonomi
178	Nyoman Bintang Cahyani	2417011024	P	S1 Pendidikan Ekonomi
179	Putu Chintya Nabila Putri	2257023011	P	D4 Akuntansi Sektor Publik
180	Ihfadna Al Insani	2257023012	P	D4 Akuntansi Sektor Publik
181	I Kadek Danta Paramananda	2257023013	L	D4 Akuntansi Sektor Publik
182	Ni Komang Winda Puspawati	2257023014	P	D4 Akuntansi Sektor Publik

183	Putri Alicia	2357021010	P	D4 Akuntansi Sektor Publik
184	Kedek Asa	2257013032	L	D4 Pengelola Perhotelan
185	I Kadek Yoga	2257013032	L	D4 Pengelola Perhotelan
186	Gusti Ayu Tri Lindayani	2257013001	P	D4 Pengelola Perhotelan
187	Putu Jamini	2257030120	P	D4 Pengelola Perhotelan
188	Ni Luh Putu Sri Antari	2257013006	P	D4 Pengelola Perhotelan
189	Tri Anggreni	2257011009	P	D4 Pengelola Perhotelan
190	Putu Restu	2357011003	L	D4 Pengelola Perhotelan
191	Anggi Andriana Putri	2357011009	P	D4 Pengelola Perhotelan



Lampiran 10. Gambaran Umum Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	55	28,8	28,8	28,8
	P	136	71,2	71,2	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Program Studi

Prodi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D4 Pengelola Perhotelan	8	4,2	4,2	4,2
	D4- Akuntansi Sektor Publik	5	2,6	2,6	6,8
	Pendidikan Ekonomi	22	11,5	11,5	18,3
	S1 Akuntansi	72	37,7	37,7	56,0
	S1 Manajemen	84	44,0	44,0	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Uang saku yang diperoleh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gaji bekerja	1	,5	,5	,5
	Orang tua	190	99,5	99,5	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Uang Saku Perbulan

jumlah uang saku/ bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000	2	1,0	1,0	1,0
	> Rp 2.000.000	13	6,8	6,8	7,9
	1.000.000	62	32,5	32,5	40,3
	1.500.000	114	59,7	59,7	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Jumlah Barang yang Dibeli Satu Bulan

Jumlah barang dibeli/bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3	122	63,9	63,9	63,9
	3-5	64	33,5	33,5	97,4
	>6	5	2,6	2,6	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Pengeluaran Satu Bulan Belanja Online

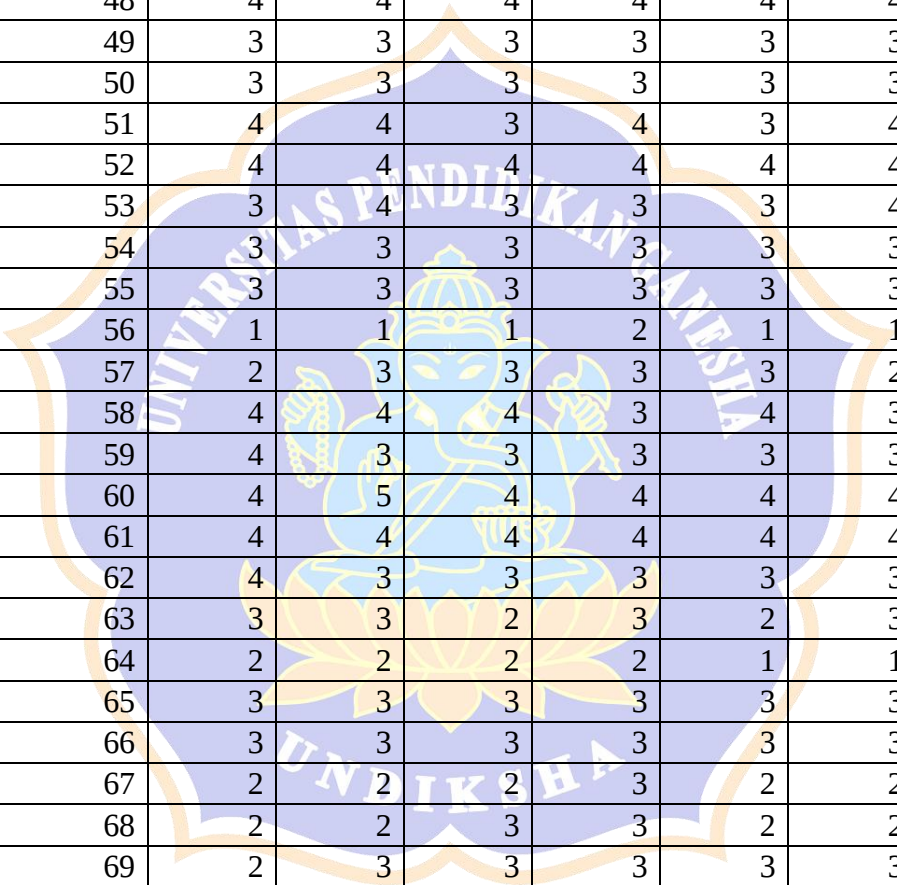
Pengeluaran belanja/ bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> Rp 500.000	1	,5	,5	,5
	Rp 100.000- 200.000	136	71,2	71,2	71,7
	Rp 300.000- 400.000	54	28,3	28,3	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

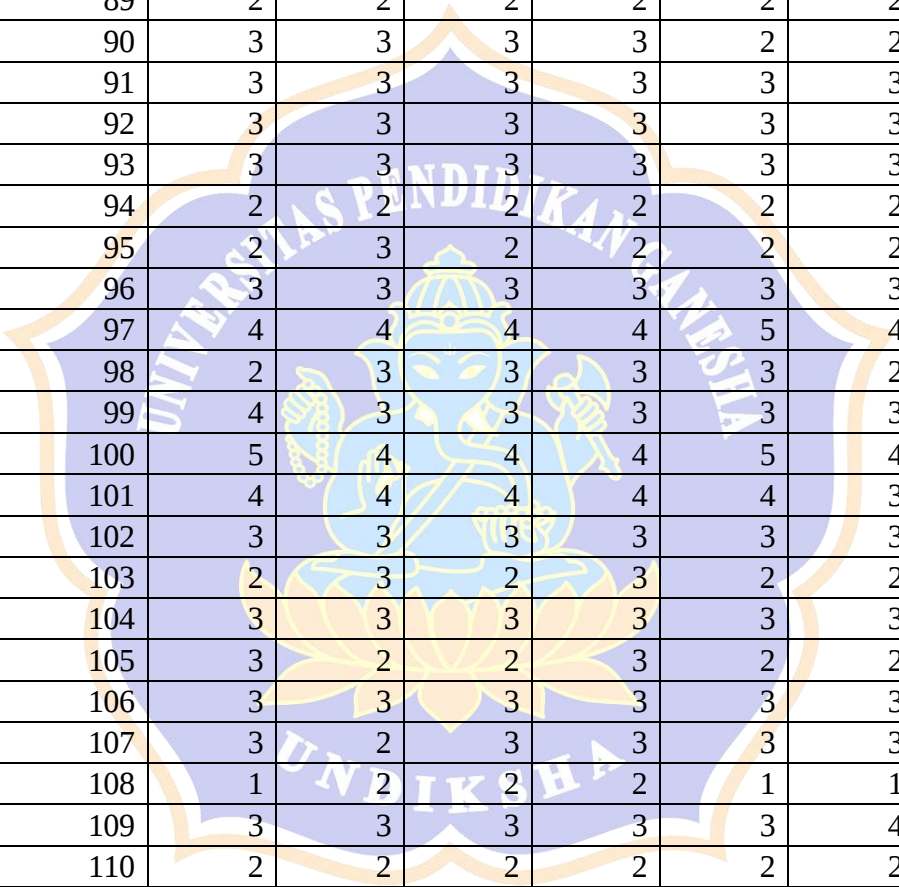
Lampiran 11. Data Likert Kuesioner Penelitian

Data Likert Kuesioner Faktor Budaya (X1)

Respondent	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	BUDAYA
1	4	4	3	4	3	3	21
2	3	4	3	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	2	3	2	3	16
5	3	3	2	3	3	3	17
6	2	2	1	2	2	1	10
7	4	4	3	4	3	4	22
8	4	4	4	5	4	4	25
9	3	3	3	2	2	3	16
10	3	3	3	2	3	3	17
11	3	3	2	3	2	3	16
12	4	4	5	4	4	4	25
13	2	3	3	3	3	3	17
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	3	3	4	4	22
16	3	3	3	3	2	3	17
17	3	3	3	3	3	3	18
18	3	4	3	4	4	3	21
19	4	3	4	3	3	3	20
20	2	2	2	2	2	2	12
21	3	2	3	3	3	3	17
22	4	3	4	3	4	4	22
23	4	3	4	4	4	4	23
24	3	2	3	3	2	3	16
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	18
31	2	2	1	2	2	2	11
32	3	3	2	2	2	2	14
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	4	4	4	4	4	24
35	3	3	3	3	2	2	16
36	3	3	3	3	3	3	18
37	2	2	2	2	2	3	13



38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	3	3	3	3	3	18
40	2	2	3	2	3	3	15
41	3	3	3	3	3	3	18
42	4	4	4	3	3	4	22
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	4	3	4	20
45	5	5	4	4	5	4	27
46	3	3	3	4	3	3	19
47	3	3	3	3	3	3	18
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	3	3	3	3	18
51	4	4	3	4	3	4	22
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	4	3	3	3	4	20
54	3	3	3	3	3	3	18
55	3	3	3	3	3	3	18
56	1	1	1	2	1	1	7
57	2	3	3	3	3	2	16
58	4	4	4	3	4	3	22
59	4	3	3	3	3	3	19
60	4	5	4	4	4	4	25
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	3	3	3	3	3	19
63	3	3	2	3	2	3	16
64	2	2	2	2	1	1	10
65	3	3	3	3	3	3	18
66	3	3	3	3	3	3	18
67	2	2	2	3	2	2	13
68	2	2	3	3	2	2	14
69	2	3	3	3	3	3	17
70	3	3	3	2	3	3	17
71	2	2	2	3	2	3	14
72	2	2	2	2	2	2	12
73	3	3	2	3	3	3	17
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	3	3	3	3	18
76	4	4	4	4	3	4	23
77	3	2	3	3	3	3	17
78	4	3	3	3	3	3	19



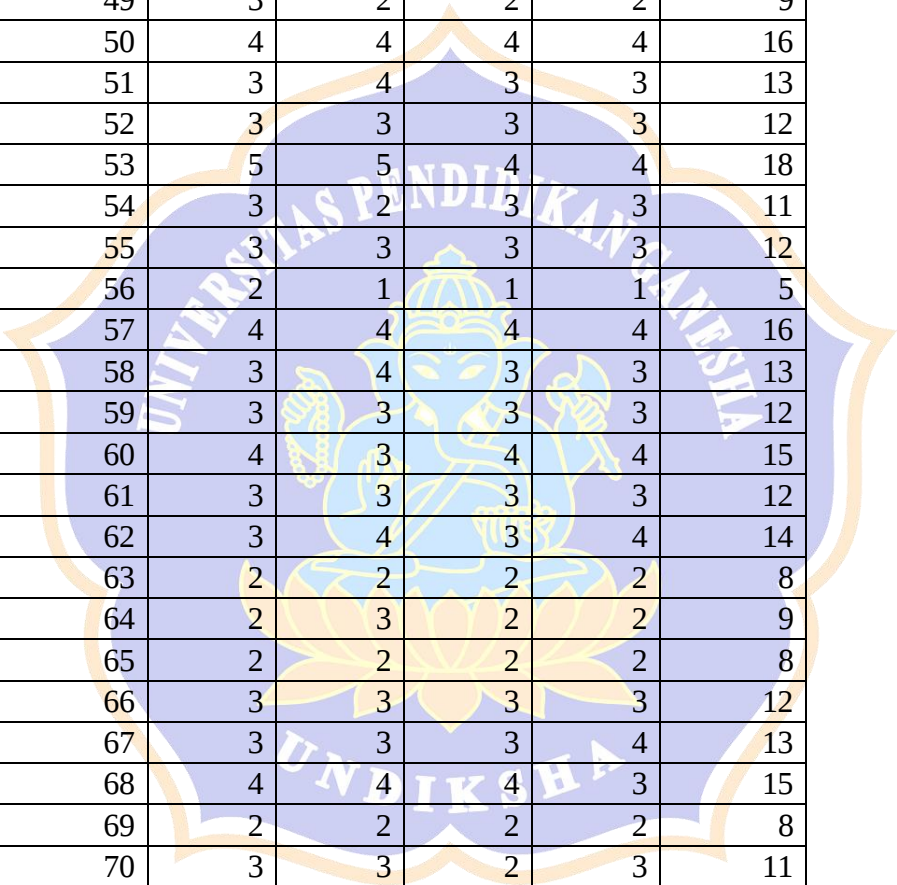
79	2	3	3	3	3	2	16
80	3	3	3	3	3	3	18
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	2	2	2	2	2	2	12
84	4	3	3	3	2	3	18
85	3	3	3	3	3	3	18
86	3	4	3	3	3	3	19
87	2	2	2	2	2	2	12
88	4	4	5	4	5	4	26
89	2	2	2	2	2	2	12
90	3	3	3	3	2	2	16
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	3	18
93	3	3	3	3	3	3	18
94	2	2	2	2	2	2	12
95	2	3	2	2	2	2	13
96	3	3	3	3	3	3	18
97	4	4	4	4	5	4	25
98	2	3	3	3	3	2	16
99	4	3	3	3	3	3	19
100	5	4	4	4	5	4	26
101	4	4	4	4	4	3	23
102	3	3	3	3	3	3	18
103	2	3	2	3	2	2	14
104	3	3	3	3	3	3	18
105	3	2	2	3	2	2	14
106	3	3	3	3	3	3	18
107	3	2	3	3	3	3	17
108	1	2	2	2	1	1	9
109	3	3	3	3	3	4	19
110	2	2	2	2	2	2	12
111	3	3	3	3	3	3	18
112	4	3	3	3	3	3	19
113	4	4	4	4	4	4	24
114	3	3	3	3	3	3	18
115	2	2	3	3	2	2	14
116	3	2	2	2	2	2	13
117	4	4	4	4	3	4	23
118	2	2	2	2	2	2	12
119	3	3	4	3	3	4	20

120	4	4	3	4	4	3	22
121	3	3	3	3	3	3	18
122	3	2	3	3	3	3	17
123	3	3	3	3	3	3	18
124	3	4	4	3	3	3	20
125	3	3	3	2	3	3	17
126	3	3	3	3	3	3	18
127	3	3	3	3	3	3	18
128	3	3	3	3	3	3	18
129	4	4	4	4	4	3	23
130	3	3	3	4	4	3	20
131	4	4	5	4	4	4	25
132	4	4	3	3	4	3	21
133	2	2	2	2	2	2	12
134	3	3	3	3	3	3	18
135	3	3	3	3	3	3	18
136	3	3	3	3	3	4	19
137	4	4	4	4	4	4	24
138	3	3	3	3	3	3	18
139	2	2	2	2	2	2	12
140	3	3	3	3	3	3	18
141	3	3	2	3	3	3	17
142	2	2	2	2	2	2	12
143	4	4	4	5	5	5	27
144	2	2	1	2	2	2	11
145	4	4	4	3	3	3	21
146	5	4	5	5	4	4	27
147	2	2	2	2	3	2	13
148	2	3	3	2	2	3	15
149	3	2	3	3	3	3	17
150	4	4	3	3	4	3	21
151	3	3	4	3	4	3	20
152	2	2	2	2	2	2	12
153	4	3	4	4	4	4	23
154	3	3	3	3	3	3	18
155	3	4	3	4	3	3	20
156	4	4	4	4	4	4	24
157	2	2	2	2	2	3	13
158	4	4	4	4	4	4	24
159	2	2	2	3	2	2	13
160	2	2	2	2	2	2	12

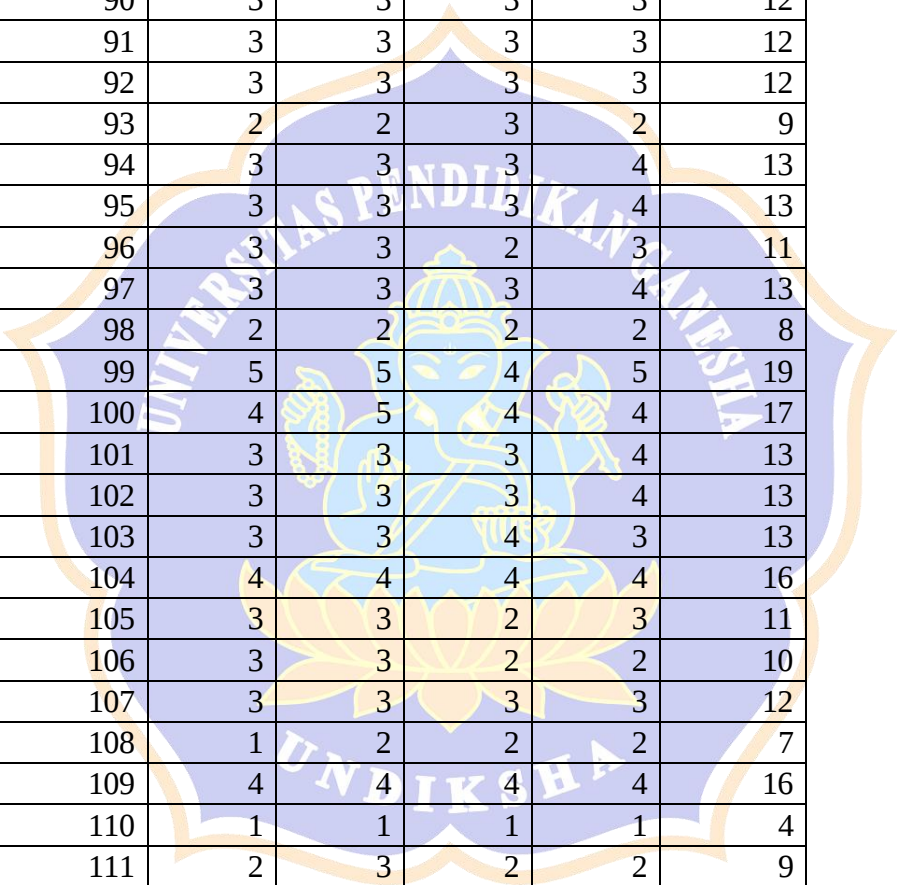
161	3	2	2	3	2	2	14
162	3	4	3	3	3	3	19
163	4	4	4	4	4	4	24
164	3	3	3	3	3	3	18
165	3	3	3	3	3	3	18
166	3	3	3	3	3	3	18
167	4	4	4	4	4	4	24
168	4	3	3	3	4	3	20
169	2	2	3	3	2	3	15
170	4	5	4	4	4	4	25
171	3	3	3	3	3	3	18
172	3	3	3	3	3	3	18
173	3	3	3	4	3	3	19
174	3	3	3	3	3	3	18
175	3	3	3	3	3	3	18
176	2	3	3	2	3	2	15
177	4	5	5	4	5	5	28
178	4	4	4	4	4	4	24
179	4	4	4	4	4	4	24
180	3	3	2	3	3	3	17
181	4	4	3	3	3	3	20
182	3	3	3	3	3	3	18
183	2	2	2	3	3	3	15
184	3	3	3	3	3	3	18
185	3	4	4	4	3	4	22
186	4	4	4	4	4	4	24
187	2	3	2	2	2	2	13
188	3	3	3	2	3	2	16
189	5	5	5	5	5	5	30
190	4	3	3	4	3	3	20
191	3	3	3	4	3	3	19

Faktor sosial (X2)

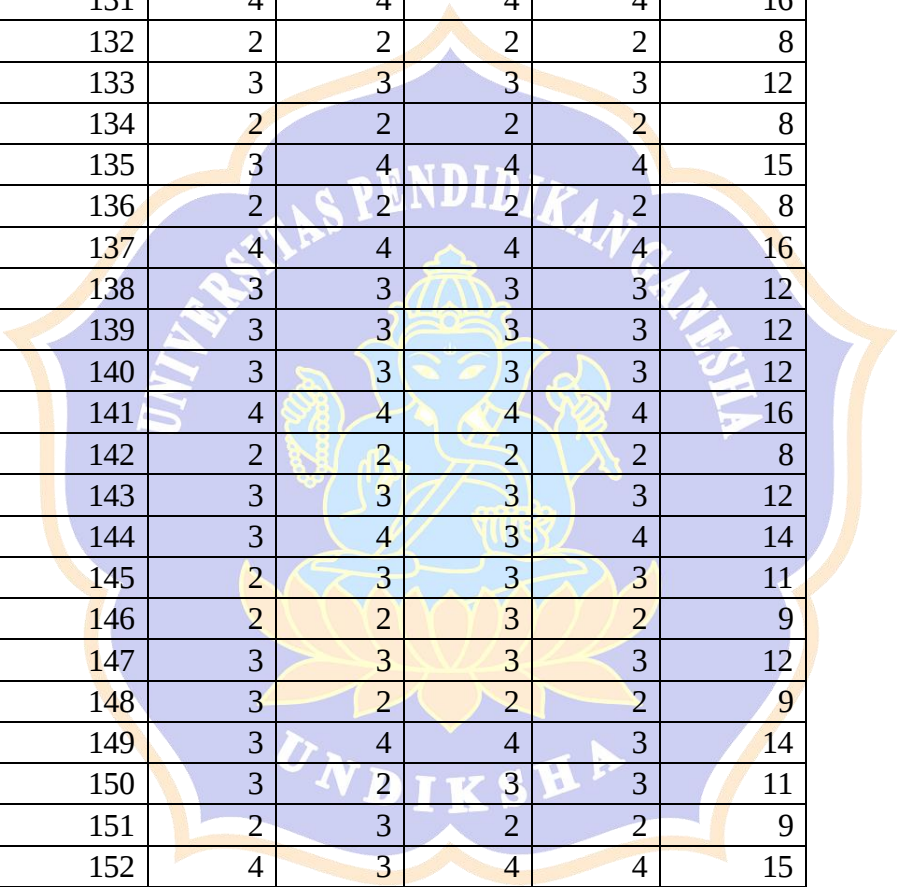
Respondent	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	SOSIAL
1	3	2	3	2	10
2	4	3	3	3	13
3	4	4	3	4	15
4	2	1	2	2	7
5	3	4	4	4	15
6	2	2	3	3	10
7	3	3	3	2	11
8	3	3	2	3	11
9	3	3	3	3	12
10	2	2	1	2	7
11	2	3	3	3	11
12	3	3	3	3	12
13	2	2	3	2	9
14	4	4	4	4	16
15	4	3	3	3	13
16	3	3	3	3	12
17	2	3	3	3	11
18	2	2	3	2	9
19	3	3	3	3	12
20	4	4	4	3	15
21	3	4	4	4	15
22	3	3	3	3	12
23	3	3	3	3	12
24	3	3	3	4	13
25	4	3	3	3	13
26	3	3	3	3	12
27	4	4	4	3	15
28	3	3	2	3	11
29	4	4	4	4	16
30	3	3	3	3	12
31	3	3	3	3	12
32	4	4	4	4	16
33	2	3	2	2	9
34	3	3	3	3	12
35	4	3	3	3	13
36	3	3	3	3	12
37	3	4	3	3	13
38	3	3	3	3	12



39	4	3	4	4	15
40	2	2	2	2	8
41	4	4	4	4	16
42	3	3	3	3	12
43	2	3	3	3	11
44	3	3	3	3	12
45	3	3	3	3	12
46	2	2	2	3	9
47	3	3	4	3	13
48	3	2	2	3	10
49	3	2	2	2	9
50	4	4	4	4	16
51	3	4	3	3	13
52	3	3	3	3	12
53	5	5	4	4	18
54	3	2	3	3	11
55	3	3	3	3	12
56	2	1	1	1	5
57	4	4	4	4	16
58	3	4	3	3	13
59	3	3	3	3	12
60	4	3	4	4	15
61	3	3	3	3	12
62	3	4	3	4	14
63	2	2	2	2	8
64	2	3	2	2	9
65	2	2	2	2	8
66	3	3	3	3	12
67	3	3	3	4	13
68	4	4	4	3	15
69	2	2	2	2	8
70	3	3	2	3	11
71	4	4	3	4	15
72	1	1	1	1	4
73	2	3	2	3	10
74	4	4	4	3	15
75	3	3	3	3	12
76	3	3	3	3	12
77	4	4	3	4	15
78	3	3	3	2	11
79	3	3	3	3	12



80	3	3	3	2	11
81	3	3	3	3	12
82	3	3	3	3	12
83	3	4	3	3	13
84	3	2	3	3	11
85	4	4	3	4	15
86	4	3	3	4	14
87	3	3	3	3	12
88	3	3	3	3	12
89	3	3	2	2	10
90	3	3	3	3	12
91	3	3	3	3	12
92	3	3	3	3	12
93	2	2	3	2	9
94	3	3	3	4	13
95	3	3	3	4	13
96	3	3	2	3	11
97	3	3	3	4	13
98	2	2	2	2	8
99	5	5	4	5	19
100	4	5	4	4	17
101	3	3	3	4	13
102	3	3	3	4	13
103	3	3	4	3	13
104	4	4	4	4	16
105	3	3	2	3	11
106	3	3	2	2	10
107	3	3	3	3	12
108	1	2	2	2	7
109	4	4	4	4	16
110	1	1	1	1	4
111	2	3	2	2	9
112	4	4	4	4	16
113	3	2	3	2	10
114	3	4	4	4	15
115	2	3	2	3	10
116	2	2	2	2	8
117	3	3	3	3	12
118	4	4	3	3	14
119	5	5	5	5	20
120	3	3	4	3	13



121	2	2	2	2	8
122	2	3	3	3	11
123	3	2	3	2	10
124	3	3	3	3	12
125	4	4	4	3	15
126	4	3	3	3	13
127	3	3	3	3	12
128	3	2	2	3	10
129	2	3	3	2	10
130	2	2	3	2	9
131	4	4	4	4	16
132	2	2	2	2	8
133	3	3	3	3	12
134	2	2	2	2	8
135	3	4	4	4	15
136	2	2	2	2	8
137	4	4	4	4	16
138	3	3	3	3	12
139	3	3	3	3	12
140	3	3	3	3	12
141	4	4	4	4	16
142	2	2	2	2	8
143	3	3	3	3	12
144	3	4	3	4	14
145	2	3	3	3	11
146	2	2	3	2	9
147	3	3	3	3	12
148	3	2	2	2	9
149	3	4	4	3	14
150	3	2	3	3	11
151	2	3	2	2	9
152	4	3	4	4	15
153	5	5	5	5	20
154	3	3	3	3	12
155	3	3	3	4	13
156	4	4	4	3	15
157	1	2	2	2	7
158	3	2	3	3	11
159	3	3	3	3	12
160	3	3	2	2	10
161	4	4	4	4	16

162	3	3	2	2	10
163	4	3	4	3	14
164	3	3	4	3	13
165	3	3	3	3	12
166	3	3	3	3	12
167	3	3	3	3	12
168	5	5	5	5	20
169	3	3	3	3	12
170	4	4	4	4	16
171	2	2	2	2	8
172	4	4	4	4	16
173	2	3	3	3	11
174	3	4	4	4	15
175	2	2	2	3	9
176	3	4	4	4	15
177	3	3	4	3	13
178	5	5	5	4	19
179	3	3	3	3	12
180	3	3	4	3	13
181	2	1	1	1	5
182	3	3	2	3	11
183	3	3	3	3	12
184	2	2	2	2	8
185	4	4	3	3	14
186	3	3	3	3	12
187	3	3	2	3	11
188	2	3	3	2	10
189	3	4	3	3	13
190	3	3	3	3	12
191	4	4	4	4	16

Faktor Pribadi (X3)

Respondent	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	PRIBADI
1	2	2	2	2	2	2	2	2	16
2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	4	3	3	3	4	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	3	2	2	3	3	3	3	2	21
7	4	4	4	4	4	4	3	4	31
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	3	3	2	3	3	3	3	3	23
10	4	4	4	3	3	4	4	4	30
11	3	3	3	3	3	3	3	2	23
12	4	3	4	4	4	4	4	3	30
13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	2	3	3	3	2	2	2	2	19
15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	4	3	4	4	4	4	4	4	31
17	2	2	3	3	2	2	3	2	19
18	2	2	3	3	3	2	2	3	20
19	4	4	4	5	4	4	4	4	33
20	3	3	4	3	3	3	3	3	25
21	3	2	3	2	2	2	2	2	18
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	3	3	3	3	3	3	3	2	23
24	3	4	4	4	4	4	3	4	30
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	2	2	2	2	2	2	2	2	16
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	3	3	3	3	3	2	3	3	23
30	3	2	2	3	2	2	2	2	18
31	2	3	2	2	2	3	2	2	18
32	4	3	4	3	3	3	3	3	26
33	4	4	3	4	4	4	4	4	31
34	4	4	4	3	4	4	3	4	30

35	3	3	3	3	3	3	3	3	24
36	4	4	4	3	3	4	4	4	30
37	4	4	4	4	4	3	3	4	30
38	3	2	3	2	2	3	3	3	21
39	3	3	3	4	4	3	3	3	26
40	2	2	3	3	2	3	3	2	20
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	1	2	2	2	2	2	2	2	15
43	4	3	4	4	4	4	4	4	31
44	3	3	3	3	2	2	3	2	21
45	2	3	2	2	3	3	3	3	21
46	3	3	3	4	3	3	3	4	26
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	3	3	4	3	3	4	4	4	28
49	3	3	3	3	3	3	3	3	24
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	3	3	2	2	2	2	2	2	18
52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
53	2	2	2	2	2	2	2	2	16
54	3	3	2	3	3	3	2	2	21
55	3	4	3	3	4	4	3	3	27
56	2	2	2	2	2	2	2	2	16
57	4	4	3	3	3	3	4	3	27
58	4	4	3	4	4	4	4	3	30
59	2	2	2	2	2	2	1	2	15
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	3	3	3	3	3	3	3	3	24
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	3	3	3	3	3	3	2	3	23
64	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	2	2	2	2	2	2	2	2	16
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	3	2	3	2	2	2	2	2	18
68	3	2	3	3	2	3	3	3	22
69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	3	3	3	3	3	3	3	3	24
71	2	3	2	2	2	2	3	2	18

72	2	2	2	2	2	2	2	3	17
73	3	3	3	4	3	3	3	3	25
74	3	3	3	3	3	3	3	4	25
75	2	2	2	2	2	2	2	2	16
76	3	3	3	3	2	3	3	3	23
77	3	2	2	3	3	3	3	2	21
78	3	3	3	3	3	3	3	3	24
79	2	2	2	2	2	2	2	2	16
80	3	3	3	3	3	3	3	2	23
81	3	3	3	3	3	3	3	3	24
82	3	3	2	2	2	2	3	3	20
83	3	2	3	3	3	3	3	3	23
84	2	2	2	3	2	3	2	3	19
85	3	3	3	3	3	3	4	3	25
86	3	4	3	4	4	4	3	3	28
87	4	4	4	4	4	4	5	4	33
88	3	3	3	3	3	4	3	3	25
89	3	3	3	2	3	3	3	3	23
90	3	3	3	3	4	3	3	3	25
91	3	3	3	3	2	3	2	3	22
92	3	3	2	3	2	3	3	3	22
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	1	2	1	2	2	1	1	1	11
95	2	1	2	2	2	1	1	2	13
96	5	4	4	4	4	4	5	4	34
97	3	3	2	3	3	3	3	3	23
98	3	3	3	3	3	3	3	3	24
99	3	3	3	3	3	3	3	3	24
100	3	4	3	3	3	3	4	4	27
101	4	4	3	4	4	3	4	4	30
102	4	4	4	4	4	4	4	4	32
103	3	3	3	3	3	3	3	2	23
104	4	3	4	3	4	3	3	4	28
105	2	2	2	2	2	2	2	2	16
106	2	2	2	2	2	2	2	2	16
107	3	3	3	3	3	3	3	3	24
108	3	3	3	3	4	3	4	3	26

109	2	3	2	2	2	2	2	2	17
110	3	3	3	3	4	3	3	3	25
111	4	4	4	3	4	4	4	4	31
112	3	4	4	4	4	3	4	4	30
113	3	3	3	3	3	3	3	3	24
114	4	4	4	4	3	4	4	4	31
115	3	4	3	3	4	4	4	3	28
116	2	3	3	2	3	2	3	2	20
117	3	3	2	2	2	3	3	3	21
118	4	4	4	4	4	3	3	4	30
119	3	3	3	3	3	3	3	3	24
120	1	1	1	1	1	1	1	1	8
121	4	4	4	4	4	4	4	4	32
122	4	4	4	4	4	4	4	4	32
123	2	2	2	2	2	2	2	2	16
124	2	2	2	2	2	2	2	2	16
125	4	5	4	4	4	4	4	4	33
126	3	4	3	4	3	3	3	3	26
127	4	4	3	4	4	3	4	4	30
128	4	3	3	2	3	3	3	3	24
129	3	3	3	3	3	4	3	3	25
130	2	2	3	3	3	3	2	3	21
131	4	4	4	4	4	4	4	4	32
132	4	4	4	4	4	4	4	4	32
133	3	3	3	3	3	3	3	3	24
134	3	3	4	4	4	3	4	3	28
135	3	3	3	3	3	3	3	2	23
136	2	2	2	2	2	2	2	2	16
137	4	4	4	4	4	4	4	4	32
138	3	3	3	3	3	3	3	3	24
139	3	3	2	2	2	3	3	2	20
140	3	3	3	3	3	3	3	3	24
141	3	2	3	2	2	2	2	3	19
142	4	4	3	4	3	4	4	4	30
143	4	3	3	4	4	3	4	3	28
144	3	3	3	2	3	3	3	3	23
145	4	3	3	3	4	3	3	3	26

183	3	3	3	4	3	3	3	3	25
184	2	2	2	2	2	2	2	2	16
185	2	2	2	2	1	2	1	2	14
186	4	4	5	4	4	4	4	4	33
187	3	3	2	3	3	2	2	2	20
188	4	4	4	5	4	4	4	3	32
189	3	3	3	4	3	3	3	4	26
190	3	4	3	3	3	3	3	3	25
191	2	2	2	2	2	2	2	2	16



Faktor Psikologis (X4)

Respondent	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	X4_7	X4_8	PSIKOLOGIS
1	2	3	3	3	3	3	2	3	22
2	3	4	4	4	4	3	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	4	3	4	3	3	4	27
5	3	3	3	3	4	3	3	3	25
6	2	3	2	3	3	3	3	3	22
7	3	3	3	3	3	3	3	2	23
8	3	3	3	2	2	3	3	3	22
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	3	3	3	4	3	3	3	3	25
11	3	3	3	3	3	3	2	3	23
12	3	4	4	4	4	3	4	3	29
13	4	4	4	4	4	3	4	4	31
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	4	3	4	3	3	3	3	4	27
16	3	3	4	3	3	3	3	3	25
17	2	2	2	2	2	2	2	1	15
18	2	3	3	3	3	3	3	3	23
19	1	1	2	2	2	2	2	2	14
20	4	3	4	3	4	3	3	3	27
21	3	3	3	3	3	3	3	4	25
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	3	3	2	3	3	3	3	23
24	4	4	4	3	4	4	3	3	29
25	3	2	3	3	2	3	3	3	22
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	3	3	3	3	3	3	4	4	26
28	2	3	2	2	3	3	3	3	21
29	1	2	2	2	2	1	2	2	14
30	4	4	4	4	4	4	3	4	31
31	4	4	4	3	4	4	4	3	30
32	2	1	2	1	2	1	1	2	12
33	2	2	3	3	3	3	3	3	22
34	2	3	2	3	3	3	3	3	22

35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	2	2	2	2	2	2	2	2	16
37	3	2	2	2	2	2	3	2	18
38	3	2	3	3	3	2	3	2	21
39	3	3	3	3	4	3	4	3	26
40	2	2	2	2	1	2	1	1	13
41	3	3	4	4	4	3	3	4	28
42	2	2	3	3	2	2	2	3	19
43	3	4	3	3	3	4	3	4	27
44	2	3	3	3	3	3	3	3	23
45	2	2	2	2	2	2	2	2	16
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	3	4	4	4	4	4	4	31
49	4	3	4	3	3	4	3	3	27
50	4	4	4	4	3	4	4	4	31
51	3	3	3	3	2	3	2	3	22
52	4	4	3	4	5	4	4	4	32
53	1	1	1	1	1	1	1	1	8
54	2	2	2	2	2	2	2	2	16
55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
56	4	3	3	3	3	3	3	4	26
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	3	3	3	3	2	3	3	3	23
59	4	4	4	4	4	4	3	4	31
60	3	4	4	3	3	4	4	4	29
61	4	3	4	3	3	3	3	4	27
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	2	2	1	1	2	1	1	1	11
64	1	1	1	2	1	2	1	1	10
65	3	2	2	3	2	3	3	3	21
66	2	2	3	3	3	3	3	3	22
67	4	5	4	4	5	4	4	4	34
68	4	4	4	4	4	5	4	3	32
69	2	3	2	2	2	2	2	2	17
70	3	3	3	4	4	3	3	3	26
71	3	4	4	3	4	3	3	3	27

72	2	3	3	2	3	3	2	3	21
73	3	3	3	3	4	3	3	4	26
74	3	3	3	3	3	4	3	3	25
75	2	3	3	3	3	3	3	3	23
76	3	4	4	3	3	3	4	4	28
77	3	4	4	4	3	3	3	3	27
78	3	3	3	3	2	3	3	3	23
79	3	3	3	3	3	3	3	3	24
80	3	3	3	3	3	3	3	3	24
81	2	2	2	3	2	2	2	2	17
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	2	3	2	3	3	3	2	2	20
84	4	3	4	4	4	4	3	3	29
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	3	3	3	3	4	4	3	4	27
87	3	3	3	3	3	3	3	3	24
88	3	3	3	3	3	3	3	3	24
89	3	3	3	3	3	3	3	3	24
90	3	3	3	3	3	3	4	3	25
91	2	2	2	2	2	2	2	2	16
92	3	3	3	3	3	3	3	3	24
93	4	3	3	3	3	3	3	3	25
94	2	3	3	3	3	2	3	3	22
95	3	3	4	3	3	3	3	3	25
96	3	3	3	4	3	3	3	3	25
97	3	3	3	3	3	3	3	3	24
98	2	3	2	2	2	2	2	3	18
99	3	3	4	3	3	3	3	3	25
100	3	3	3	3	3	3	3	3	24
101	4	4	4	4	4	4	4	4	32
102	3	3	3	2	3	2	2	3	21
103	3	4	3	3	3	4	3	3	26
104	3	3	3	3	3	4	3	3	25
105	2	3	2	3	2	2	3	3	20
106	1	1	1	1	1	1	1	1	8
107	2	1	2	2	2	2	2	1	14
108	3	3	3	3	3	4	4	3	26

[illegible]

183	4	4	4	4	4	4	4	4	32
184	4	3	4	4	4	3	4	4	30
185	3	3	3	3	3	3	3	3	24
186	4	4	4	4	4	4	4	4	32
187	3	3	3	3	3	3	3	3	24
188	4	4	4	4	4	4	4	3	31
189	2	2	2	2	2	3	2	2	17
190	3	2	2	2	2	2	2	2	17
191	4	4	3	4	4	3	4	4	30



Perilaku Konsumtif (Y)

Respon den	Y_ 1	Y_ 2	Y_ 3	Y_ 4	Y_ 5	Y_ 6	Y_ 7	Y_ 8	Y_ 9	Y_1 0	PERILAK U KONSUM TIF
1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	27
2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	33
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	27
5	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	36
6	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	17
7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
8	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	25
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	28
14	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	28
15	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	28
16	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	39
17	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	23
18	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	28
19	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	30
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
21	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	33
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
24	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	28
25	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
26	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
27	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	36
28	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	27
29	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	23
30	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
31	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	25
32	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	27

33	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	25
34	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
36	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	25
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	2	3	2	3	3	3	3	2	3	1	25
39	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
41	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
42	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	22
43	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	36
44	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	26
45	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
47	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	33
48	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4	37
49	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	30
50	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	41
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
52	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
53	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	26
54	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	34
55	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	35
56	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	16
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
58	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
59	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
60	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
62	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	25
63	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	21
64	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	13
65	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	19
66	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	35
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
69	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	24

70	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	25
71	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
72	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	15
73	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	30
74	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	44
75	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	17
78	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	28
79	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
80	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
81	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	36
82	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
83	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	25
84	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
85	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	25
86	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
87	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
88	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
89	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	15
90	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	28
91	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	25
92	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	28
93	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	24
94	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	26
95	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
97	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
98	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	23
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
101	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
102	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	36
103	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	23
104	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
105	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	19
106	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11

181	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
182	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
183	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
184	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
185	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	25
186	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
187	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
188	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	27
189	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
190	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
191	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41



Lampiran 12. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BUDAYA	191	7	30	18,36	4,075
SOSIAL	191	4	20	12,10	2,861
PRIBADI	191	8	40	24,21	5,603
PSIKOLOGIS	191	8	36	24,31	5,591
PERILAKU KONSUMTIF	191	10	50	29,91	9,055
Valid N (listwise)	191				

2. Tabel Frekuensi Faktor Budaya (X1)

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	38	19,9	19,9	20,9
	Cukup Setuju	95	49,7	49,7	70,7
	Setuju	52	27,2	27,2	97,9
	Sangat Setuju	4	2,1	2,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju 1	1	,5	,5	,5
	Tidak Setuju	38	19,9	19,9	20,4
	Cukup Setuju	100	52,4	52,4	72,8
	Setuju	47	24,6	24,6	97,4
	Sangat Setuju	5	2,6	2,6	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	2,1	2,1	2,1
	Tidak Setuju	36	18,8	18,8	20,9
	Cukup Setuju	107	56,0	56,0	77,0
	Setuju	38	19,9	19,9	96,9
	Sangat Setuju	6	3,1	3,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	34	17,8	17,8	17,8
	Cukup Setuju	109	57,1	57,1	74,9
	Setuju	44	23,0	23,0	97,9
	Sangat Setuju	4	2,1	2,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1,6	1,6	1,6
	Tidak Setuju	41	21,5	21,5	23,0
	Cukup Setuju	104	54,5	54,5	77,5
	Setuju	36	18,8	18,8	96,3
	Sangat Setuju	7	3,7	3,7	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	2,1	2,1	2,1
	Tidak Setuju	34	17,8	17,8	19,9
	Cukup Setuju	108	56,5	56,5	76,4
	Setuju	42	22,0	22,0	98,4
	Sangat Setuju	3	1,6	1,6	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Data Capaian Responden

Variabel Faktor Budaya

1. Peran Budaya

Tingkat capaian P1, P2

$$\text{Skor P1} = (2 \times 1) + (38 \times 2) + (95 \times 3) + (52 \times 4) + (4 \times 5) = 591$$

$$\text{Mean P1} = \frac{591}{191} = 3,094. \text{TCR} = \frac{3,094}{5} \times 100 = 61,88\%$$

$$\text{Skor P2} = (1 \times 1) + (38 \times 2) + (100 \times 3) + (47 \times 4) + (5 \times 5) = 590$$

$$\text{Mean P2} = \frac{590}{191} = 3,089. \text{TCR} = \frac{3,089}{5} \times 100 = 61,78\%$$

2. Sub-Budaya

Tingkat capaian P3, P4

$$\text{Skor P3} = (4 \times 1) + (36 \times 2) + (107 \times 3) + (38 \times 4) + (6 \times 5) = 579$$

$$\text{Mean P3} = \frac{579}{191} = 3,031. \text{TCR} = \frac{3,031}{5} \times 100 = 60,62\%$$

$$\text{Skor P4} = (0 \times 1) + (34 \times 2) + (109 \times 3) + (44 \times 4) + (4 \times 5) = 591$$

$$\text{Mean P4} = \frac{591}{191} = 3,094. \text{TCR} = \frac{3,094}{5} \times 100 = 61,88\%$$

3. Kelas Sosial

Tingkat capaian P5, P6

$$\text{Skor P5} = (3 \times 1) + (41 \times 2) + (104 \times 3) + (36 \times 4) + (7 \times 5) = 576$$

$$\text{Mean P5} = \frac{576}{191} = 3,015. \text{TCR} = \frac{3,015}{5} \times 100 = 60,31\%$$

$$\text{Skor P6} = (4 \times 1) + (34 \times 2) + (108 \times 3) + (42 \times 4) + (3 \times 5) = 579$$

$$\text{Mean P6} = \frac{579}{191} = 3,031. \text{ TCR} = \frac{3,031}{5} \times 100 = 60,62\%$$

$$\text{Rerata skor TCR} = \frac{61,88 + 61,78 + 60,62 + 61,88 + 60,31 + 60,62}{6} = 61,18\%$$

3. Tabel Frekuensi Faktor Sosial (X2)

		X2_1		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	2,1	2,1	2,1
	Tidak Setuju	39	20,4	20,4	22,5
	Cukup Setuju	103	53,9	53,9	76,4
	Setuju	39	20,4	20,4	96,9
	Sangat Setuju	6	3,1	3,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

		X2_2		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	35	18,3	18,3	20,9
	Cukup Setuju	102	53,4	53,4	74,3
	Setuju	42	22,0	22,0	96,3
	Sangat Setuju	7	3,7	3,7	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	39	20,4	20,4	23,0
	Cukup Setuju	101	52,9	52,9	75,9
	Setuju	42	22,0	22,0	97,9
	Sangat Setuju	4	2,1	2,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	2,1	2,1	2,1
	Tidak Setuju	40	20,9	20,9	23,0
	Cukup Setuju	100	52,4	52,4	75,4
	Setuju	43	22,5	22,5	97,9
	Sangat Setuju	4	2,1	2,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Variabel Faktor Sosial

1. Keluarga

Tingkat capaian P1,P2

$$\text{Skor P1} = (4 \times 1) + (39 \times 2) + (103 \times 3) + (39 \times 4) + (6 \times 5) = 577$$

$$\text{Mean P1} = \frac{577}{191} = 3,020. \text{TCR} = \frac{3,020}{5} \times 100 = 60,41\%$$

$$\text{Skor P2} = (5 \times 1) + (35 \times 2) + (102 \times 3) + (42 \times 4) + (7 \times 5) = 584$$

$$\text{Mean P2} = \frac{584}{191} = 3,057. \text{TCR} = \frac{3,057}{5} \times 100 = 61,15\%$$

2. Kelompok Acuan

Tingkat capaian P3,P4

$$\text{Skor P3} = (5 \times 1) + (39 \times 2) + (101 \times 3) + (42 \times 4) + (4 \times 5) = 574$$

$$\text{Mean P3} = \frac{574}{191} = 3,005. \text{TCR} = \frac{3,005}{5} \times 100 = 60,10\%$$

$$\text{Skor P4} = (4 \times 1) + (40 \times 2) + (100 \times 3) + (43 \times 4) + (4 \times 5) = 576$$

$$\text{Mean P4} = \frac{576}{191} = 3,015. \text{TCR} = \frac{3,015}{5} \times 100 = 60,31\%$$

$$\text{Rerata skor TCR} = \frac{60,41 + 61,15 + 60,19 + 60,31}{4} = 60,51\%$$

4. Tabel Frekuensi Faktor Pribadi (X3)

X3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1,6	1,6	1,6
	Tidak Setuju	41	21,5	21,5	23,0
	Cukup Setuju	95	49,7	49,7	72,8
	Setuju	50	26,2	26,2	99,0
	Sangat Setuju	2	1,0	1,0	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju 2		1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	43	22,5	22,5	23,6
	Cukup Setuju	95	49,7	49,7	73,3
	Setuju	48	25,1	25,1	98,4
	Sangat Setuju	3	1,6	1,6	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X3_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	46	24,1	24,1	25,1
	Cukup Setuju	91	47,6	47,6	72,8
	Setuju	50	26,2	26,2	99,0
	Sangat Setuju	2	1,0	1,0	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X3_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	,5	,5	,5
	Tidak Setuju	45	23,6	23,6	24,1
	Cukup Setuju	91	47,6	47,6	71,7
	Setuju	51	26,7	26,7	98,4
	Sangat Setuju	3	1,6	1,6	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X3_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	50	26,2	26,2	27,2
	Cukup Setuju	80	41,9	41,9	69,1
	Setuju	58	30,4	30,4	99,5
	Sangat Setuju	1	,5	,5	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X3_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	2,1	2,1	2,1
	Tidak Setuju	45	23,6	23,6	25,7
	Cukup Setuju	92	48,2	48,2	73,8
	Setuju	48	25,1	25,1	99,0
	Sangat Setuju	2	1,0	1,0	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X3_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	41	21,5	21,5	24,1
	Cukup Setuju	92	48,2	48,2	72,3
	Setuju	48	25,1	25,1	97,4
	Sangat Setuju	5	2,6	2,6	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X3_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	48	25,1	25,1	26,2
	Cukup Setuju	90	47,1	47,1	73,3
	Setuju	50	26,2	26,2	99,5
	Sangat Setuju	1	,5	,5	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Variabel Faktor Pribadi

1. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Tingkat capaian P1,P2

$$\text{Skor P1} = (3 \times 1) + (41 \times 2) + (95 \times 3) + (50 \times 4) + (2 \times 5) = 580$$

$$\text{Mean P1} = \frac{580}{191} = 3,036. \text{ TCR} = \frac{3,036}{5} \times 100 = 60,73 \%$$

$$\text{Skor P2} = (2 \times 1) + (43 \times 2) + (95 \times 3) + (48 \times 4) + (3 \times 5) = 580$$

$$\text{Mean P2} = \frac{580}{191} = 3,036. \text{ TCR} = \frac{3,036}{5} \times 100 = 60,73\%$$

2. Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Tingkat capaian P3,P4

$$\text{Skor P3} = (2 \times 1) + (46 \times 2) + (91 \times 3) + (50 \times 4) + (2 \times 5) = 577$$

$$\text{Mean P3} = \frac{577}{191} = 3,020. \text{ TCR} = \frac{3,020}{5} \times 100 = 60,41\%$$

$$\text{Skor P4} = (1 \times 1) + (45 \times 2) + (91 \times 3) + (51 \times 4) + (3 \times 5) = 583$$

$$\text{Mean P4} = \frac{583}{191} = 3,052. \text{ TCR} = \frac{3,052}{5} \times 100 = 61,04\%$$

3. Kepribadian dan Konsep Diri

Tingkat penilaian P5,P6

$$\text{Skor P5} = (2 \times 1) + (50 \times 2) + (80 \times 3) + (58 \times 4) + (1 \times 5) = 579$$

$$\text{Mean P5} = \frac{579}{191} = 3,031. \text{ TCR} = \frac{3,031}{5} \times 100 = 60,62\%$$

$$\text{Skor P6} = (2 \times 1) + (45 \times 2) + (92 \times 3) + (48 \times 4) + (2 \times 5) = 570$$

$$\text{Mean P5} = \frac{570}{191} = 2,984. \text{ TCR} = \frac{2,984}{5} \times 100 = 59,68\%$$

4. Gaya Hidup

Tingkat capaian P7,P8

$$\text{Skor P7} = (5 \times 1) + (41 \times 2) + (92 \times 3) + (48 \times 4) + (5 \times 5) = 580$$

$$\text{Mean P7} = \frac{580}{191} = 3,036. \text{ TCR} = \frac{3,036}{5} \times 100 = 60,73\%$$

$$\text{Skor P8} = (2 \times 1) + (48 \times 2) + (90 \times 3) + (50 \times 4) + (1 \times 5) = 573$$

$$\text{Mean P8} = \frac{573}{191} = 3,000. \text{ TCR} = \frac{3,000}{5} \times 100 = 60,00\%$$

$$\text{Rerata skor TCR} = \frac{60,73+60,73+60,41+61,04+60,62+59,68+60,73+60,00}{8} = 60,36\%$$

5. Tabel Frekuensi Faktor Psikologis (X4)

X4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	3,1	3,1	3,1
	Tidak Setuju	38	19,9	19,9	23,0
	Cukup Setuju	99	51,8	51,8	74,9
	Setuju	47	24,6	24,6	99,5
	Sangat Setuju	1	,5	,5	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	4,2	4,2	4,2
	Tidak Setuju	30	15,7	15,7	19,9
	Cukup Setuju	102	53,4	53,4	73,3
	Setuju	50	26,2	26,2	99,5
	Sangat Setuju	1	,5	,5	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X4_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	3,1	3,1	3,1
	Tidak Setuju	34	17,8	17,8	20,9
	Cukup Setuju	91	47,6	47,6	68,6
	Setuju	59	30,9	30,9	99,5
	Sangat Setuju	1	,5	,5	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X4_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	3,1	3,1	3,1
	Tidak Setuju	30	15,7	15,7	18,8
	Cukup Setuju	107	56,0	56,0	74,9
	Setuju	46	24,1	24,1	99,0
	Sangat Setuju	2	1,0	1,0	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X4_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	38	19,9	19,9	22,5
	Cukup Setuju	96	50,3	50,3	72,8
	Setuju	48	25,1	25,1	97,9
	Sangat Setuju	4	2,1	2,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X4_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	32	16,8	16,8	19,4
	Cukup Setuju	102	53,4	53,4	72,8
	Setuju	51	26,7	26,7	99,5
	Sangat Setuju	1	,5	,5	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X4_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	3,7	3,7	3,7
	Tidak Setuju	33	17,3	17,3	20,9
	Cukup Setuju	103	53,9	53,9	74,9
	Setuju	48	25,1	25,1	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

X4_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	4,7	4,7	4,7
	Tidak Setuju	28	14,7	14,7	19,4
	Cukup Setuju	99	51,8	51,8	71,2
	Setuju	52	27,2	27,2	98,4
	Sangat Setuju	3	1,6	1,6	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Variabel Faktor Psikologis

1. Motivasi

Tingkat capaian P1,P2

$$\text{Skor P1} = (6 \times 1) + (38 \times 2) + (99 \times 3) + (47 \times 4) + (1 \times 5) = 572$$

$$\text{Mean P1} = \frac{572}{191} = 2,994. \text{TCR} = \frac{2,994}{5} \times 100 = 59,89\%$$

$$\text{Skor P2} = (8 \times 1) + (30 \times 2) + (102 \times 3) + (50 \times 4) + (1 \times 5) = 579$$

$$\text{Mean P2} = \frac{579}{191} = 3,031. \text{TCR} = \frac{3,031}{5} \times 100 = 60,62\%$$

2. Persepsi

Tingkat capaian P3,P4

$$\text{Skor P3} = (6 \times 1) + (34 \times 2) + (91 \times 3) + (59 \times 4) + (1 \times 5) = 588$$

$$\text{Mean P3} = \frac{588}{191} = 3,078. \text{TCR} = \frac{3,078}{5} \times 100 = 61,57\%$$

$$\text{Skor P4} = (6 \times 1) + (30 \times 2) + (107 \times 3) + (46 \times 4) + (2 \times 5) = 581$$

$$\text{Mean P4} = \frac{581}{191} = 3,041. \text{TCR} = \frac{3,041}{5} \times 100 = 60,83\%$$

3. Pembelajaran

Tingkat capaian P5,P6

$$\text{Skor P5} = (5 \times 1) + (38 \times 2) + (96 \times 3) + (48 \times 4) + (4 \times 5) = 581$$

$$\text{Mean P5} = \frac{581}{191} = 3,041. \text{TCR} = \frac{3,041}{5} \times 100 = 60,83\%$$

$$\text{Skor P6} = (5 \times 1) + (32 \times 2) + (102 \times 3) + (51 \times 4) + (1 \times 5) = 584$$

$$\text{Mean P6} = \frac{584}{191} = 3,057. \text{TCR} = \frac{3,057}{5} \times 100 = 61,15\%$$

4. Keyakinan dan sikap

Tingkat capaian P7,P8

$$\text{Skor P7} = (7 \times 1) + (33 \times 2) + (103 \times 3) + (48 \times 4) + (0 \times 5) = 574$$

$$\text{Mean P7} = \frac{574}{191} = 3,005. \text{TCR} = \frac{3,005}{5} \times 100 = 60,10\%$$

$$\text{Skor P8} = (9 \times 1) + (28 \times 2) + (99 \times 3) + (52 \times 4) + (3 \times 5) = 585$$

$$\text{Mean P8} = \frac{585}{191} = 3,062. \text{TCR} = \frac{3,062}{5} \times 100 = 61,25\%$$

$$\text{Rerata skor TCR} = \frac{59,89+60,62+61,57+60,83+60,83+61,15+60,10+61,25}{8} = 60,78\%$$

6. Tabel Frekuensi Perilaku Konsumtif (Y)

Y_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	5,8	5,8	5,8
	Tidak Setuju	48	25,1	25,1	30,9
	Cukup Setuju	76	39,8	39,8	70,7
	Setuju	43	22,5	22,5	93,2
	Sangat Setuju	13	6,8	6,8	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	4,2	4,2	4,2
	Tidak Setuju	50	26,2	26,2	30,4
	Cukup Setuju	80	41,9	41,9	72,3
	Setuju	40	20,9	20,9	93,2
	Sangat Setuju	13	6,8	6,8	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	5,8	5,8	5,8
	Tidak Setuju	51	26,7	26,7	32,5
	Cukup Setuju	79	41,4	41,4	73,8
	Setuju	33	17,3	17,3	91,1
	Sangat Setuju	17	8,9	8,9	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	3,1	3,1	3,1
	Tidak Setuju	58	30,4	30,4	33,5
	Cukup Setuju	74	38,7	38,7	72,3
	Setuju	41	21,5	21,5	93,7
	Sangat Setuju	12	6,3	6,3	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	5,2	5,2	5,2
	Tidak Setuju	53	27,7	27,7	33,0
	Cukup Setuju	70	36,6	36,6	69,6
	Setuju	48	25,1	25,1	94,8
	Sangat Setuju	10	5,2	5,2	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	4,7	4,7	4,7
	Tidak Setuju	46	24,1	24,1	28,8
	Cukup Setuju	79	41,4	41,4	70,2
	Setuju	43	22,5	22,5	92,7
	Sangat Setuju	14	7,3	7,3	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	5,8	5,8	5,8
	Tidak Setuju	50	26,2	26,2	31,9
	Cukup Setuju	79	41,4	41,4	73,3
	Setuju	36	18,8	18,8	92,1
	Sangat Setuju	15	7,9	7,9	100,0
	Total	191	100,0	100,0	


 A logo for UNDIKSHA (Universitas Pendidikan Indonesia) featuring a blue shield with a yellow border and the word "UNDIKSHA" in white capital letters.

UNDIKSHA

Y_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	5,2	5,2	5,2
	Tidak Setuju	49	25,7	25,7	30,9
	Cukup Setuju	72	37,7	37,7	68,6
	Setuju	41	21,5	21,5	90,1
	Sangat Setuju	19	9,9	9,9	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	13	6,8	6,8	6,8
	Tidak Setuju	56	29,3	29,3	36,1
	Cukup Setuju	66	34,6	34,6	70,7
	Setuju	41	21,5	21,5	92,1
	Sangat Setuju	15	7,9	7,9	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

Y_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	4,2	4,2	4,2
	Tidak Setuju	52	27,2	27,2	31,4
	Cukup Setuju	76	39,8	39,8	71,2
	Setuju	43	22,5	22,5	93,7
	Sangat Setuju	12	6,3	6,3	100,0
	Total	191	100,0	100,0	

1. Melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa perencanaan matang, dipicu oleh rangsangan emosional atau lingkungan pemasaran seperti iklan dan promosi.

Tingkat capaian P1,P2

$$\text{Skor P1} = (11 \times 1) + (48 \times 2) + (76 \times 3) + (43 \times 4) + (13 \times 5) = 572$$

$$\text{Mean P1} = \frac{572}{191} = 2,994. \text{TCR} = \frac{2,994}{5} \times 100 = 59,89\%$$

$$\text{Skor P2} = (8 \times 1) + (50 \times 2) + (80 \times 3) + (40 \times 4) + (13 \times 5) = 573$$

$$\text{Mean P2} = \frac{573}{191} = 3,000. \text{TCR} = \frac{3,000}{5} \times 100 = 60,00\%$$

2. Terjadinya pembelian berulang dalam waktu yang relatif singkat, sering kali tidak berdasarkan kebutuhan nyata.

Tingkat capaian P3,P4

$$\text{Skor P3} = (11 \times 1) + (51 \times 2) + (79 \times 3) + (33 \times 4) + (17 \times 5) = 567$$

$$\text{Mean P3} = \frac{567}{191} = 2,968. \text{TCR} = \frac{2,968}{5} \times 100 = 59,37\%$$

$$\text{Skor P4} = (6 \times 1) + (58 \times 2) + (74 \times 3) + (41 \times 4) + (12 \times 5) = 568$$

$$\text{Mean P4} = \frac{568}{191} = 2,973. \text{TCR} = \frac{2,973}{5} \times 100 = 59,47\%$$

3. Membeli produk bukan karena kebutuhan fungsional, melainkan untuk meningkatkan citra diri atau mendapatkan pengakuan sosial.

Tingkat capaian P5,P6

$$\text{Skor P5} = (10 \times 1) + (53 \times 2) + (70 \times 3) + (48 \times 4) + (10 \times 5) = 569$$

$$\text{Mean P5} = \frac{569}{191} = 2,979. \text{TCR} = \frac{2,979}{5} \times 100 = 59,58\%$$

$$\text{Skor P6} = (9 \times 1) + (46 \times 2) + (79 \times 3) + (43 \times 4) + (14 \times 5) = 568$$

$$\text{Mean P6} = \frac{568}{191} = 2,973. \text{TCR} = \frac{2,973}{5} \times 100 = 59,47\%$$

4. Menunjukkan loyalitas berlebih pada merek tertentu meskipun tersedia alternatif yang lebih rasional secara harga atau fungsi.

Tingkat capaian P7,P8

$$\text{Skor P7} = (11 \times 1) + (50 \times 2) + (79 \times 3) + (36 \times 4) + (15 \times 5) = 567$$

$$\text{Mean P7} = \frac{567}{191} = 2,968. \text{TCR} = \frac{2,968}{5} \times 100 = 59,37\%$$

$$\text{Skor P8} = (10 \times 1) + (49 \times 2) + (72 \times 3) + (41 \times 4) + (19 \times 5) = 583$$

$$\text{Mean P8} = \frac{583}{191} = 3,052. \text{TCR} = \frac{3,052}{5} \times 100 = 61,04\%$$

5. Terdorong untuk membeli karena pengaruh diskon, bonus atau bentuk promosi lainnya.

Tingkat capaian P9,P10

$$\text{Skor P9} = (13 \times 1) + (56 \times 2) + (66 \times 3) + (41 \times 4) + (15 \times 5) = 562$$

$$\text{Mean P9} = \frac{565}{191} = 2,942. \text{TCR} = \frac{2,942}{5} \times 100 = 58,84\%$$

$$\text{Skor P10} = (8 \times 1) + (52 \times 2) + (76 \times 3) + (43 \times 4) + (12 \times 5) = 572$$

$$\text{Mean P10} = \frac{572}{191} = 2,994. \text{TCR} = \frac{2,994}{5} \times 100 = 59,89\%$$

$$\text{Rerata skor TCR} = \frac{59,89 + 60,00 + 59,37 + 59,47 + 59,58 + 59,47 + 59,37 + 61,04 + 58,84 + 59,89}{10} = 59,69\%$$



Lampiran 13. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		191
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,25198402
Most Extreme Differences	Absolute	,027
	Positive	,027
	Negative	-,020
Test Statistic		,027
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-18,813	3,462		-5,434	,000	
	BUDAYA	,791	,116	,356	6,838	,000	,945
	SOSIAL	,769	,168	,243	4,590	,000	,913
	PRIBADI	,453	,082	,280	5,498	,000	,988
	PSIKOLOGIS	,573	,084	,354	6,825	,000	,954

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

3. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	(Constant)	1,648	2,045		,806	,421
	BUDAYA	,074	,068	,080	1,090	,277
	SOSIAL	,177	,099	,134	1,784	,076
	PRIBADI	-,064	,049	-,095	-1,316	,190
	PSIKOLOGIS	,056	,050	,083	1,129	,261

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 14. Uji Hipotesis

1. Uji t (parsial) Faktor Budaya (X1)

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	11,168	2,699		4,138	,000	
	BUDAYA	1,021	,144	,459	7,111	,000	1,000 1,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

2. Uji t (parsial) Faktor Sosial (X2)

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	13,996	2,604		5,376	,000	
	SOSIAL	1,315	,209	,415	6,278	,000	1,000 1,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

3. Uji t (Parsial) Faktor Pribadi (X3)

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	16,243	2,737		5,935	,000	
	PRIBADI	,564	,110	,349	5,124	,000	1,000 1,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

4. Uji t (Parsial) Faktor Psikologis (X4)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,984	2,617		4,579	,000		
	PSIKOLOGIS	,737	,105	,455	7,026	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

5. Uji F (Simultan) Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8153,716	4	2038,429	51,053	,000 ^b
	Residual	7426,588	186	39,928		
	Total	15580,304	190			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), PSIKOLOGIS, PRIBADI, BUDAYA, SOSIAL

6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,723 ^a	,523	,513	6,319

a. Predictors: (Constant), PSIKOLOGIS, PRIBADI, BUDAYA, SOSIAL

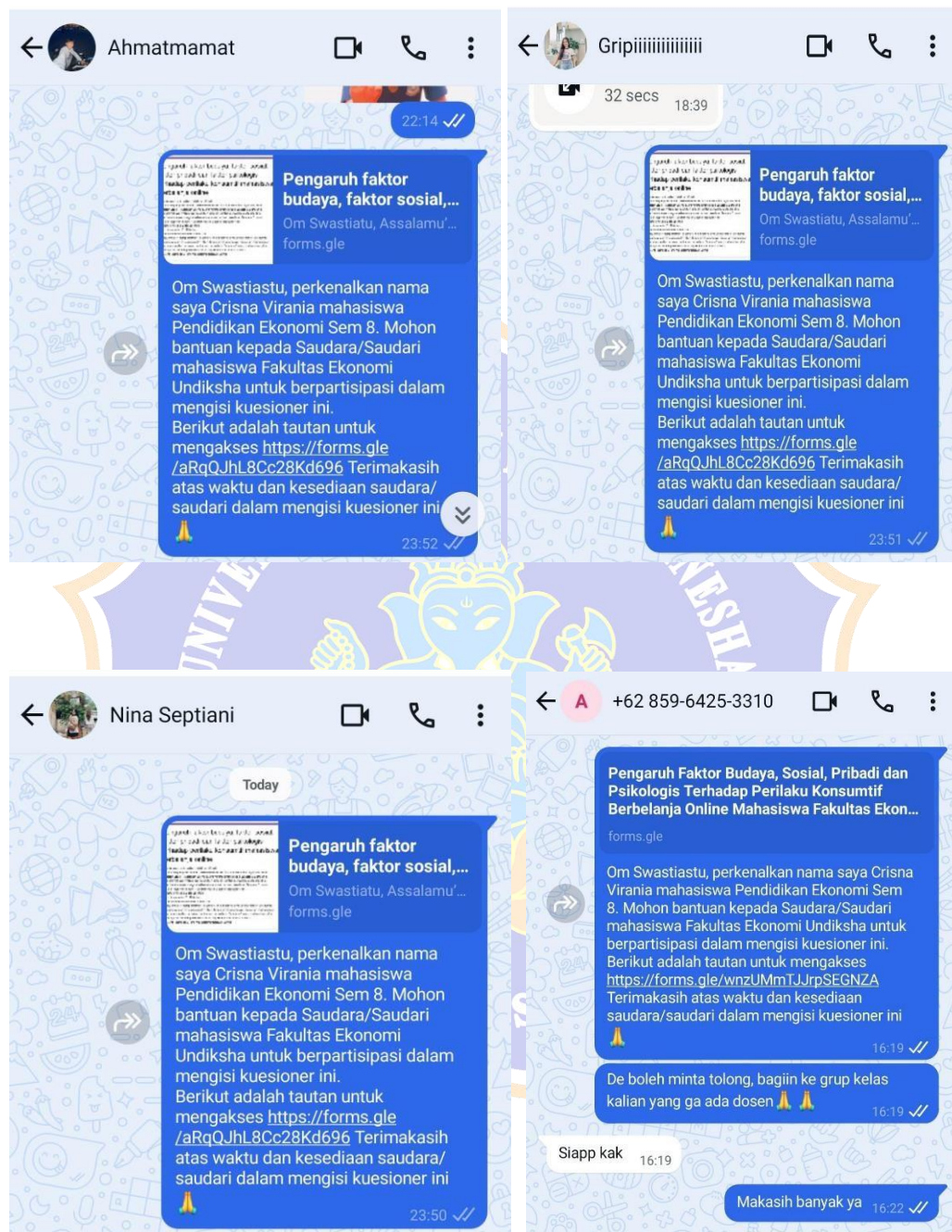
Lampiran 15. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	-18,813	3,462		-5,434
	BUDAYA	,791	,116	,356	6,838
	SOSIAL	,769	,168	,243	4,590
	PRIBADI	,453	,082	,280	5,498
	PSIKOLOGIS	,573	,084	,354	6,825

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF



Lampiran 16. Bukti Penyebaran Kuesioner



RIWAYAT HIDUP



Crisna Virania Purba lahir di Dusun Bintang Mariah pada tanggal 25 Mei 2003. Penulis merupakan anak ke tiga dari pasangan suami istri Bapak Rianto Purba dan Ibu Meslianna Haloho. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Kristen Protestan. Kini penulis beralamat di Dusun Bintang Mariah, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD Swasta GKPS Saribudolok dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Silimakuta dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di jenjang menengah atas di SMA Swasta Van Duynhoven Saribudolok dan lulus pada tahun 2021. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Strata 1 pada program studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Dari tahun 2021 sampai pada tahap penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”.