

LAMPIRAN A
KUESIONER PERILAKU KONSUMTIF

Pengantar Kuesioner

Selamat Pagi/Siang/Malam,
Perkenalkan Saya **Narita Agustine Pratiwi** mahasiswi Universitas Esa Unggul, yang saat ini sedang melakukan sebuah penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir saya. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka saya memohon kesediaan serta bantuan saudara untuk menjawab setiap pernyataan yang ada di dalam kuesioner ini. Saya mengharapkan kejujuran saudara dalam mengisi kuesioner ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Data dan jawaban yang saudara berikan di pastikan kerahasiaannya dan hanya untuk digunakan sebagai penelitian saja. Dimohon setelah selesai menjawab diperiksa kembali kelengkapan jawaban saudara, dan pastikan jangan sampai ada yang terlewat. Untuk memudahkan dalam menjawab, bacalah terlebih dahulu petunjuk pengisian yang diberikan. Akhir kata Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara, dengan menandatangani pernyataan dibawah ini :

Pernyataan Kesediaan Menjadi Responden

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan setuju untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

TTD

()

Hormat Saya,
Narita Agustine Pratiwi

Identitas Responden

(Petunjuk pengisian : Beri tanda (X) pada pilihan jawaban yang telah disediakan)

1. Nama panggilan :

2. Usia :

3. Jenis Kelamin

Perempuan

Laki-laki

4. Apakah saudara membeli produk online selain kebutuhan pokok?

Ya

Tidak

5. Jika Ya, produk apa yang saudara beli di toko online?

Fashion

Kecantikan

Otomotif

Aksesoris

Elektronik

Lain-lain

6. Jumlah barang yang dibeli satu bulan terakhir

1-3

4-6

>6

7. Alasan memilih belanja online

Banyaknya penawaran seperti promo dan diskon

Kemasan produk yang lebih menarik

Harga yang ditawarkan lebih murah

Berbelanja online karena unsur konformitas

Lain-lain

8. Uang yang dihabiskan untuk belanja online dalam sebulan

Rp. 100.000 - Rp. 500.000

Rp. 600.000 – Rp. 1.000.000

> Rp. 1.000.000

9. Aplikasi yang paling sering digunakan untuk belanja online

Shopee

Tokopedia

Lazada

Blibli

Bukalapak

Kuesioner sebelum uji coba

Petunjuk Pengisian

1. Jawaban dilakukan dengan memberi tanda silang (X) pada kolom di sebelah kanan pada setiap pernyataan sesuai dengan keadaan diri saudara saat ini.
2. Dimohon setelah selesai menjawab diperiksa kembali kelengkapan jawaban saudara, dan pastikan jangan sampai ada yang terlewat.
3. Pilihlah salah satu dari empat jawaban yang tersedia, saya mengharapkan saudara dapat memilih jawaban dengan jujur dan pastikan jawaban saudara tidak ada yang terlewat.
4. Saudara tidak perlu khawatir krahasiaan data dan jawaban tidak akan dipublikasikan.
5. Selamat mengerjakan

Contoh:

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya melakukan belanja <i>online</i> sesuai dengan kebutuhan saja.				

Keterangan:

SS : Sangat sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak sesuai

STS : Sangat tidak sesuai

Apabila Saudara menjawab pernyataan (**Sangat Sesuai**), maka dapat memberi tanda silang (X) pada kolom **SS**, seperti pada gambar di bawah ini:

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya melakukan belanja <i>online</i> sesuai dengan kebutuhan saja.	X			

Selamat mengerjakan!!!

KUESIONER SEBELUM UJI COBA

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya tertarik untuk berbelanja online yang terdapat kupon hadiahnya.				
2.	Ketika berbelanja <i>online</i> saya mempertimbangkan mahal/tidaknya harga terlebih dahulu.				
3.	Saya langsung membeli produk yang dipromosikan oleh artis/tokoh idola.				
4	Saya akan membeli produk dengan bentuk/ kemasan yang menarik.				
5	Saya membeli produk mahal untuk menjaga <i>image</i> diri saya				
6	Saya membeli baju yang bermerk untuk menjaga penampilan diri saya.				
7	Saya biasa membeli produk mahal agar tampil percaya diri				
8	Saya belanja online sesuai yang saya butuhkan saja bukan karena adanya iming-iming hadiah				
9	Saya tidak membeli produk hanya untuk menjaga <i>image</i> diri saya				
10	Saya senang mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama				
11	Meskipun produk tersebut kemasannya menarik, belum tentu saya akan membelinya.				
12	Saya berbelanja online karena hal tersebut saya butuhkan saat ini				
13	Membeli pakaian model terbaru tidak berpengaruh pada rasa percaya diri saya				
14	Saya berbelanja online karena adanya promo yang ditawarkan				
15	Saya tidak akan membeli produk bermerk hanya untuk terlihat lebih keren.				
16	Saya merasa cukup untuk membeli satu produk saja dari berbagai macam pilihan.				
17	Saya membeli pakaian yang bermerk untuk menjaga penampilan diri saya.				
18	Saat berbelanja online saya tidak memperdulikan siapa yang mempromosikan produk tersebut.				

19	Ketika saya berbelanja online, saya memilih produk dengan harga yang mahal.				
20	Saya membeli produk apabila kemasannya menarik dan lucu.				
21	Agar menjadi pusat perhatian saya berbelanja online dengan produk yang terbaru.				
22	Saya suka berbelanja online dengan dua produk sejenis tetapi dengan harga yang berbeda				
23	Saya tidak terlalu mementingkan hadiah dari suatu produk.				
24	Saya membeli produk yang dipakai artis idola, agar terlihat tidak ketinggalan mode				
25	Saya membeli pakaian yang beremerek agar terlihat lebih percaya diri				
26	Saya tidak membeli produk hanya karena untuk menjaga penampilan				
27	Saya melakukan belanja <i>online</i> , apabila barang tersebut berguna bagi saya.				
28	Saya berbelanja online karena untuk mendapatkan voucher hadiah.				
29	Saya tidak membeli produk mahal hanya untuk menjaga simbol status diri saya				
30	Dalam membeli produk saya lebih mementingkan isi daripada kemasan.				
31	Memakai produk mahal belum tentu akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi				
32	Saat belanja online saya tidak membeli produk dengan jenis yang sama.				
33	Saya membeli pakaian di toko online bukan karena meniru gaya artis/tokoh idola.				
34	Saya membeli produk ternama yang menjadi idaman banyak orang				
35	Saya tidak merasa malu apabila saya tidak membeli produk yang bermerek				
36	Saya akan berbelanja online dengan harga yang murah meskipun tidak berguna bagi saya				
37	Saya akan membeli dua produk sejenis dari berbagai merek yang berbeda.				
38	Saya lebih terlihat percaya diri apabila memakai produk dengan harga yang mahal				

39	Meskipun ada produk yang dipromosikan oleh artis/tokoh idola, saya tidak harus membeli barang tersebut				
40	Untuk menjaga simbol status pada diri saya, saya tidak perlu membeli produk yang mahal				
41	Ketika berbelanja <i>online</i> , saya mencari barang-barang yang diskon.				
42	Saya lebih memilih harga yang relatif murah ketika berbelanja online				
43	Ketika saya bingung dalam memilih produk saya akan membeli dua jenis produk sekaligus.				
44	Saya tidak mementingkan harga produk yang mahal hanya untuk membuat saya lebih percaya diri.				
45	Saya menggunakan produk yang mereknya sama dengan artis/tokoh idola saya				
46	Saya tidak membeli produk online hanya untuk menjaga gengsi				
47	Untuk menjaga simbol status, saya biasa membeli produk terbaru				
48	Saya merasa malu apabila saya tidak membeli produk yang bermerek				
49	Saya kurang tertarik belanja online hanya karena iming-iming hadiah				
50	Ketika belanja online saya tidak mempertimbangkan mahal/tidaknya harga				

KUESIONER SETELAH UJI COBA

KUESIONER

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli produk mahal untuk menjaga <i>image</i> diri saya				
2	Saya membeli baju yang bermerek untuk menjaga gengsi				
3	Saya biasa membeli produk mahal agar tampil percaya diri				
4	Saya tidak membeli produk hanya untuk menjaga <i>image</i> diri saya				
5	Saya berbelanja online karena hal tersebut saya butuhkan saat ini				
6	Saya membeli pakaian yang bermerek untuk menjaga penampilan diri saya.				
7	Saat berbelanja online saya tidak memperdulikan siapa yang mempromosikan produk tersebut.				
8	Ketika saya berbelanja online, saya memilih produk dengan harga yang mahal.				
9	Saya membeli produk apabila kemasannya menarik dan lucu.				
10	Agar menjadi pusat perhatian saya berbelanja online dengan produk yang terbaru.				
11	Saya suka berbelanja online dengan dua produk sejenis tetapi dengan harga yang berbeda				
12	Saya membeli produk yang dipakai artis/tokoh idola, agar terlihat tidak ketinggalan mode				
13	Saya membeli pakaian yang beremerek agar terlihat lebih percaya diri				
14	Saya melakukan belanja <i>online</i> , apabila barang tersebut berguna bagi saya.				
15	Saya berbelanja online karena untuk mendapatkan voucher hadiah.				
16	Dalam membeli produk saya lebih mementingkan isi daripada kemasan.				
17	Memakai produk mahal belum tentu akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi				
18	Ketika belanja online saya tidak membeli produk dengan jenis yang sama.				

19	Saya membeli pakaian di toko online bukan karena meniru gaya artis/tokoh idola.				
20	Saya membeli produk ternama yang menjadi idaman banyak orang				
21	Saya tidak malu apabila saya tidak membeli produk yang bermerek				
22	Saya akan berbelanja online dengan harga yang murah meskipun tidak berguna bagi saya				
23	Saya akan membeli dua produk sejenis dari berbagai merek yang berbeda.				
24	Saya lebih terlihat percaya diri apabila memakai produk dengan harga yang mahal				
25	Meskipun ada produk yang dipromosikan oleh artis/tokoh idola, saya tidak harus membeli barang tersebut				
26	Untuk menjaga simbol status pada diri saya, saya tidak perlu membeli produk yang mahal				
27	Ketika saya bingung dalam memilih produk, saya akan membeli dua jenis produk sekaligus.				
28	Saya menggunakan produk yang mereknya sama dengan artis/tokoh idola saya				
29	Saya tidak membeli produk online hanya untuk menjaga gengsi				
30	Untuk menjaga simbol status, saya biasa membeli produk terbaru				
31	Saya merasa malu apabila tidak membeli produk online yang bermerek				

LAMPIRAN B
UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

Perilaku Konsumtif
Scale: Perilaku Konsumtif (Putaran Pertama)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	104.0000	198.051	.092	.901
VAR00002	103.5250	201.384	-.074	.902
VAR00003	104.8000	194.010	.238	.899
VAR00004	104.2000	198.779	.042	.902
VAR00005	105.2750	187.435	.670	.894
VAR00006	105.0250	185.410	.703	.893
VAR00007	105.1000	185.426	.748	.892
VAR00008	105.6500	197.669	.180	.899
VAR00009	105.4250	194.866	.315	.898
VAR00010	104.6000	194.656	.239	.899
VAR00011	105.4250	196.199	.323	.898
VAR00012	105.3750	194.804	.332	.898
VAR00013	105.0750	195.712	.237	.899
VAR00014	104.2750	195.076	.242	.899
VAR00015	105.2250	199.820	.004	.902
VAR00016	105.2000	196.318	.250	.899
VAR00017	104.9750	185.051	.732	.892

VAR00018	105.3250	194.533	.313	.898
VAR00019	105.2000	188.421	.665	.894
VAR00020	104.7000	190.626	.474	.896
VAR00021	105.0500	189.792	.495	.896
VAR00022	104.8250	189.328	.595	.895
VAR00023	105.2000	201.446	-.080	.902
VAR00024	105.1750	187.225	.760	.893
VAR00025	105.0000	183.846	.807	.892
VAR00026	105.0250	198.230	.093	.901
VAR00027	105.6500	193.105	.459	.896
VAR00028	105.0250	186.692	.561	.895
VAR00029	105.1250	199.292	.022	.902
VAR00030	105.5250	195.538	.344	.898
VAR00031	105.5000	194.769	.333	.898
VAR00032	105.2750	195.076	.324	.898
VAR00033	105.4250	194.046	.398	.897
VAR00034	104.8500	193.772	.327	.898
VAR00035	105.4000	185.990	.689	.893
VAR00036	105.0000	187.897	.543	.895
VAR00037	105.0000	185.846	.703	.893
VAR00038	105.0750	184.328	.717	.892
VAR00039	105.5250	193.230	.425	.897
VAR00040	105.2750	190.461	.576	.895
VAR00041	104.0000	204.103	-.205	.904
VAR00042	103.9250	206.020	-.315	.905
VAR00043	104.9500	188.408	.582	.895
VAR00044	105.0500	194.254	.247	.899
VAR00045	105.0250	187.102	.688	.893
VAR00046	105.2750	190.461	.537	.895
VAR00047	105.1250	185.548	.721	.893
VAR00048	105.2000	182.779	.774	.891
VAR00049	105.0500	196.408	.193	.899
VAR00050	104.4500	208.100	-.361	.907

Scale: Perilaku Konsumtif (Putaran kedua)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	34

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00005	66.8750	149.446	.676	.926
VAR00006	66.6250	147.317	.728	.925
VAR00007	66.7000	147.549	.761	.925
VAR00009	67.0250	155.974	.330	.930
VAR00011	67.0250	157.666	.299	.930
VAR00012	66.9750	155.358	.388	.929
VAR00017	66.5750	147.430	.732	.925
VAR00018	66.9250	155.763	.321	.930
VAR00019	66.8000	149.190	.748	.925
VAR00020	66.3000	152.472	.470	.928
VAR00021	66.6500	151.515	.502	.928
VAR00022	66.4250	151.276	.593	.927
VAR00024	66.7750	149.307	.765	.925
VAR00025	66.6000	146.144	.820	.924
VAR00027	67.2500	153.987	.507	.928
VAR00028	66.6250	150.035	.503	.928
VAR00030	67.1250	157.087	.321	.930
VAR00031	67.1000	155.938	.345	.930
VAR00032	66.8750	155.958	.355	.929
VAR00033	67.0250	154.948	.436	.929
VAR00034	66.4500	155.382	.316	.930
VAR00035	67.0000	147.538	.731	.925

VAR00036	66.6000	149.426	.571	.927
VAR00037	66.6000	148.144	.703	.926
VAR00038	66.6750	146.225	.748	.925
VAR00039	67.1250	155.087	.400	.929
VAR00040	66.8750	151.548	.626	.927
VAR00042	65.5250	165.846	-.295	.936
VAR00043	66.5500	149.997	.607	.927
VAR00045	66.6250	148.958	.707	.926
VAR00046	66.8750	152.163	.543	.928
VAR00047	66.7250	147.743	.729	.925
VAR00048	66.8000	145.446	.771	.925
VAR00050	66.0500	168.459	-.381	.939

Scale: Perilaku konsumtif (Putaran ketiga)

Case Processing Summary

		N	%
Valid		40	100.0
Cases Excluded ^a		0	.0
Total		40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00005	61.9250	150.071	.691	.933
VAR00006	61.6750	148.071	.733	.932
VAR00007	61.7500	148.192	.774	.932
VAR00009	62.0750	156.687	.342	.936
VAR00012	62.0250	156.128	.396	.936
VAR00017	61.6250	148.035	.746	.932
VAR00018	61.9750	156.794	.312	.937

VAR00019	61.8500	149.874	.760	.932
VAR00020	61.3500	153.464	.463	.935
VAR00021	61.7000	152.421	.500	.935
VAR00022	61.4750	152.204	.589	.934
VAR00024	61.8250	150.148	.766	.932
VAR00025	61.6500	146.900	.826	.931
VAR00027	62.3000	154.882	.505	.935
VAR00028	61.6750	150.789	.508	.935
VAR00030	62.1750	157.943	.323	.936
VAR00031	62.1500	156.900	.339	.936
VAR00032	61.9250	156.943	.347	.936
VAR00033	62.0750	155.969	.425	.936
VAR00034	61.5000	156.051	.329	.937
VAR00035	62.0500	148.305	.736	.932
VAR00036	61.6500	150.028	.585	.934
VAR00037	61.6500	149.105	.697	.933
VAR00038	61.7250	147.179	.742	.932
VAR00039	62.1750	155.994	.398	.936
VAR00040	61.9250	152.635	.611	.934
VAR00043	61.6000	150.913	.604	.934
VAR00045	61.6750	149.866	.704	.933
VAR00046	61.9250	152.840	.556	.934
VAR00047	61.7750	148.743	.720	.932
VAR00048	61.8500	146.438	.764	.932
VAR00050	61.1000	169.477	-.385	.945

Scale: Perilaku Konsumtif (Putaran Keempat)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	31

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00005	59.2250	156.999	.698	.942
VAR00006	58.9750	154.794	.749	.942
VAR00007	59.0500	155.177	.775	.942
VAR00009	59.3750	164.087	.328	.946
VAR00012	59.3250	163.404	.389	.945
VAR00017	58.9250	154.840	.757	.942
VAR00018	59.2750	163.794	.324	.946
VAR00019	59.1500	156.746	.771	.942
VAR00020	58.6500	160.438	.471	.945
VAR00021	59.0000	159.385	.508	.944
VAR00022	58.7750	159.358	.585	.944
VAR00024	59.1250	157.035	.776	.942
VAR00025	58.9500	153.792	.830	.941
VAR00027	59.6000	161.990	.508	.944
VAR00028	58.9750	157.974	.503	.945
VAR00030	59.4750	165.281	.314	.946
VAR00031	59.4500	164.100	.339	.946
VAR00032	59.2250	163.974	.359	.945
VAR00033	59.3750	163.163	.424	.945
VAR00034	58.8000	163.446	.317	.946
VAR00035	59.3500	155.259	.739	.942
VAR00036	58.9500	157.126	.582	.944
VAR00037	58.9500	156.254	.690	.942
VAR00038	59.0250	154.230	.738	.942
VAR00039	59.4750	163.179	.398	.945
VAR00040	59.2250	159.717	.612	.943
VAR00043	58.9000	157.990	.603	.943
VAR00045	58.9750	156.897	.704	.942
VAR00046	59.2250	160.179	.541	.944
VAR00047	59.0750	155.456	.737	.942
VAR00048	59.1500	153.208	.774	.941

LAMPIRAN C
GAMBARAN UMUM SUBJEK

DATA FREKUENSI

1. Jenis Kelamin

Statistics

JenisKelamin		
N	Valid	100
	Missing	0

JenisKelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	50	50.0	50.0	50.0
Valid Wanita	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Jumlah Barang yang dibeli dalam satu bulan (Pria)

Statistics

JumlahBarang		
N	Valid	50
	Missing	0

Jumlah Barang Pria

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-3	42	84.0	84.0	84.0
Valid 4-6	6	12.0	12.0	96.0
Valid >6	2	4.0	4.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

3. Jumlah Barang Yang Dibeli Dalam Satu Bulan (Wanita)

Statistics

JumlahBarang

N	Valid	50
	Missing	0

Jumlah Barang Wanita

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3	34	68.0	68.0
	4-6	10	20.0	88.0
	>6	6	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

4. Pengeluaran Untuk Belanja Online Dalam Satu Bulan (Pria)

Statistics

Pengeluaran

N	Valid	50
	Missing	0

Pengeluaran Untuk Belanja Pria

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp.100.000-Rp.500.000	44	88.0	88.0
	Rp.600.000-Rp.1.000.000	6	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

5. Pengeluaran Untuk Belanja Online Dalam Satu Bulan (Wanita)

Statistics

Pengeluaran

N	Valid	50
	Missing	0

Pengeluaran Untuk Belanja Wanita

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp.100.000-Rp.500.000	40	80.0	80.0	80.0
Rp.600.000-Rp.1.000.000	7	14.0	14.0	94.0
>Rp.1.000.000	3	6.0	6.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

6. Aplikasi yang digunakan untuk belanja online (Pria)

Statistics

AplikasiOnline

N	Valid	50
	Missing	0

Aplikasi Online Pria

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Shopee	26	52.0	52.0	52.0
Tokopedia	15	30.0	30.0	82.0
Lazada	7	14.0	14.0	96.0
Bukalapak	2	4.0	4.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

7. Aplikasi yang digunakan untuk belanja online (Wanita)

Statistics

AplikasiOnline

N	Valid	50
	Missing	0

Aplikasi Online Wanita

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Shopee	46	92.0	92.0	92.0
Tokopedia	1	2.0	2.0	94.0
Valid Lazada	2	4.0	4.0	98.0
Blibli	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

8. Produk Yang Dibeli (Pria)

Statistics

AplikasiOnline

N	Valid	50
	Missing	0

Produk Online Pria

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Fashion	13	26.0	26.0	26.0
Aksesoris	14	28.0	28.0	54.0
Valid Otomotif	5	10.0	10.0	64.0
Elektronik	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

9. Produk Yang Dibeli (Wanita)

Statistics

AplikasiOnline

N	Valid	50
	Missing	0

Produk Online Wanita

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fashion	24	48.0	48.0
	Kecantikan	24	48.0	96.0
	Aksesoris	2	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0

LAMPIRAN D
UJI NORMALITAS DAN UJI BEDA

1. Uji Normalitas

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PerilakuKonsumtif	100	38	86	60.33	9.143
Valid N (listwise)	100				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PerilakuKonsu mtif
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	60.33
	Std. Deviation	9.143
	Absolute	.092
Most Extreme Differences	Positive	.075
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.925
Asymp. Sig. (2-tailed)		.360

a. Test distribution is Normal.

2. Uji Beda

Group Statistics

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Total	pria	50	59.34	9.233	1.306
	wanita	50	61.32	9.036	1.278

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Total									
Equal variances assumed	.368	.546	-1.084	98	.281	-1.980	1.827	-5.606	1.646
Equal variances not assumed			-1.084	97.954	.281	-1.980	1.827	-5.606	1.646

LAMPIRAN E
UJI KATEGORISASI

1. Uji Kategorisasi Pria

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konsumtif Pria	50	38	75	59.34	9.233
Konsumtif Wanita	50	46	86	61.32	9.036
Valid N (listwise)	50				

Statistics

Konsumtif Pria

N	Valid	50
	Missing	0

Konsumtif Pria

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tinggi	27	54.0	54.0	54.0
Valid Rendah	23	46.0	46.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Tabel Kategorisasi Perilaku Konsumtif (Pria)

PK	Kategori
51	Rendah
62	Tinggi
71	Tinggi
63	Tinggi
74	Tinggi
57	Rendah
72	Tinggi
63	Tinggi
51	Rendah
42	Rendah
62	Tinggi

6	Rendah
42	Rendah
75	Tinggi
51	Rendah
66	Tinggi
66	Tinggi
64	Tinggi
47	Rendah
62	Tinggi
57	Rendah
63	Tinggi
65	Tinggi
53	Rendah
49	Rendah
65	Tinggi
57	Rendah
62	Tinggi
70	Tinggi
42	Rendah
52	Rendah
58	Rendah
64	Tinggi
38	Rendah
64	Tinggi
49	Rendah
69	Tinggi
73	Tinggi
65	Tinggi
71	Tinggi
58	Rendah
58	Rendah
41	Rendah
55	Rendah
64	Tinggi
55	Rendah
68	Tinggi
59	Tinggi
64	Tinggi
63	Tinggi

2. Uji Kategorisasi Wanita

Statistics

Konsumtif Wanita

N	Valid	50
	Missing	0

Konsumtif Wanita

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tinggi	29	58.0	58.0	58.0
Valid Rendah	21	42.0	42.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Tabel Kategorisasi Perilaku Konsumtif (Wanita)

PK	Kategorisasi
56	Rendah
54	Rendah
68	Tinggi
46	Rendah
65	Tinggi
64	Tinggi
58	Rendah
70	Tinggi
65	Tinggi
58	Rendah
60	Rendah
62	Tinggi
58	Rendah
46	Rendah
52	Rendah
61	Tinggi
55	Rendah
63	Tinggi
62	Tinggi
64	Tinggi
58	Rendah
58	Rendah

60	Rendah
65	Tinggi
50	Rendah
86	Tinggi
63	Tinggi
52	Rendah
62	Tinggi
49	Rendah
52	Rendah
66	Tinggi
64	Tinggi
56	Rendah
48	Rendah
69	Tinggi
68	Tinggi
78	Tinggi
70	Tinggi
56	Rendah
79	Tinggi
63	Tinggi
57	Rendah
60	Rendah
67	Tinggi
85	Tinggi
48	Rendah
54	Rendah
73	Tinggi
63	Tinggi

**LAMPIRAN F
UJI CROSSTABULATION**

1. Alasan Belanja Pria

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Alasan Belanja Pria * Konsumtif Pria	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Alasan Belanja Pria * Konsumtif Pria Crosstabulation

		Konsumtif Pria		Total
		Tinggi	Rendah	
Alasan Belanja Pria	banyaknya penawaran seperti promo dan diskon	Count 13	8	21
		% within Alasan Belanja Pria 61.9%	38.1%	100.0%
	harga yang ditawarkan lebih murah	Count 11	7	18
		% within Alasan Belanja Pria 61.1%	38.9%	100.0%
	Berbelanja karena unsur konformitas	Count 1	1	2
		% within Alasan Belanja Pria 50.0%	50.0%	100.0%
	lain-lain	Count 2	7	9
		% within Alasan Belanja Pria 22.2%	77.8%	100.0%
	Total	Count 27	23	50
		% within Alasan Belanja Pria 54.0%	46.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.566 ^a	3	.206
Likelihood Ratio	4.720	3	.193
Linear-by-Linear Association	3.723	1	.054
N of Valid Cases	50		

2. Alasan Belanja Wanita

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Alasan Belanja Wanita * Konsumtif Wanita	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Alasan Belanja Wanita * Konsumtif Wanita Crosstabulation

		Konsumtif Wanita		Total
		Tinggi	Rendah	
Alasan Belanja Wanita	Count	16	8	24
	% within Alasan Belanja Wanita	66.7%	33.3%	100.0%
	banyaknya penawaran seperti promo dan diskon			
Alasan Belanja Wanita	Count	9	9	18
	% within Alasan Belanja Wanita	50.0%	50.0%	100.0%
	harga yang ditawarkan lebih murah			
Alasan Belanja Wanita	Count	4	4	8
	% within Alasan Belanja Wanita	50.0%	50.0%	100.0%
	lain-lain			
Total	Count	29	21	50

	% within		
Alasan	58.0%	42.0%	100.0%
Belanja			
Wanita			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.423 ^a	2	.491
Likelihood Ratio	1.433	2	.488
Linear-by-Linear Association	.830	1	.362
N of Valid Cases	50		

3. Jumlah Barang Yang Dibeli Secara Online (Pria)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jumlah Produk Pria *	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
Konsumtif Pria						

Jumlah Produk Pria * Konsumtif Pria Crosstabulation

		Konsumtif Pria		Total	
		Tinggi	Rendah		
Jumlah Produk Pria	1-3	Count	24	18	42
		% within Jumlah Produk Pria	57.1%	42.9%	100.0%
	4-6	Count	3	3	6
		% within Jumlah Produk Pria	50.0%	50.0%	100.0%
	>6	Count	0	2	2
		% within Jumlah Produk Pria	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	27	23	50	
	% within Jumlah Produk Pria	54.0%	46.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.553 ^a	2	.279
Likelihood Ratio	3.312	2	.191
Linear-by-Linear Association	1.894	1	.169
N of Valid Cases	50		

4. Jumlah Barang Yang Dibeli Secara Online (Wanita)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jumlah Produk Wanita *	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
Konsumtif Wanita						

Jumlah Produk Wanita * Konsumtif Wanita Crosstabulation

			Konsumtif Wanita		Total
			Tinggi	Rendah	
Jumlah Produk Wanita	1-3	Count % within Jumlah Produk Wanita	17 50.0%	17 50.0%	34 100.0%
	4-6	Count % within Jumlah Produk Wanita	9 90.0%	1 10.0%	10 100.0%
	>6	Count % within Jumlah Produk Wanita	3 50.0%	3 50.0%	6 100.0%
Total		Count % within Jumlah Produk Wanita	29 58.0%	21 42.0%	50 100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.255 ^a	2	.072
Likelihood Ratio	6.076	2	.048
Linear-by-Linear Association	.830	1	.362
N of Valid Cases	50		

5. Pengeluaran Untuk Belanja Online Dalam Satu Bulan (Pria)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Uang Belanja Pria * Konsumtif Pria	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Uang Belanja Pria * Konsumtif Pria Crosstabulation

		Konsumtif Pria		Total	
		Tinggi	Rendah		
Uang Belanja Pria	Rp.100.000-Rp.500.000	Count 50.0%	22 50.0%	22 50.0%	44 100.0%
	Rp.600.000-Rp.1.000.000	Count 83.3%	5 16.7%	1 4.8%	6 13.6%
Total		Count 54.0%	27 54.0%	23 46.0%	50 100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2.362 ^a	1	.124	.199	.135
Continuity Correction ^b	1.210	1	.271		
Likelihood Ratio	2.591	1	.107		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2.315	1	.128		
N of Valid Cases	50				

6. Pengeluaran Untuk Belanja Online Dalam Satu Bulan (Wanita)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Uang Belanja Wanita * Konsumtif Wanita	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Uang Belanja Wanita * Konsumtif Wanita Crosstabulation

			Konsumtif Wanita		Total
			Tinggi	Rendah	
Uang Belanja Wanita	Rp.100.000-Rp.500.000	Count % within Uang Belanja Wanita	26 65.0%	14 35%	40 100.0%
	Rp.600.000-Rp.1.000.000	Count % within Uang Belanja Wanita	3 42.9%	4 57.1%	7 100.0%
	>Rp.1.000.000	Count % within Uang Belanja Wanita	0 0.0%	3 100%	3 100.0%
Total		Count % within Uang Belanja Wanita	29 58.0%	21 42.0%	50 100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.606 ^a	2	.061
Likelihood Ratio	6.673	2	.036
Linear-by-Linear Association	5.309	1	.021
N of Valid Cases	50		

7. Produk Yang Dibeli Secara Online (Pria)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Produk Online Pria * Konsumtif Pria	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Produk Online Pria * Konsumtif Pria Crosstabulation

		Konsumtif Pria		Total
		Tinggi	Rendah	
Produk Online Pria	Count	7	6	13
	Fashion % within Produk Online Pria	53.8%	46.2%	100.0%
	Count	7	7	14
	Aksesoris % within Produk Online Pria	50.0%	50.0%	100.0%
	Count	2	3	5
	Otomotif % within Produk Online Pria	40.0%	60.0%	100.0%
	Count	11	7	18
	Elektronik % within Produk Online Pria	61.1%	38.9%	100.0%
	Count	27	23	50
	Total % within Produk Online Pria	54.0%	46.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.851 ^a	3	.837
Likelihood Ratio	.854	3	.836
Linear-by-Linear Association	.188	1	.665
N of Valid Cases	50		

8. Produk Yang Dibeli Secara Online (Wanita)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Produk Online Wanita * Konsumtif Wanita	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Produk Online Wanita * Konsumtif Wanita Crosstabulation

		Konsumtif Wanita		Total
		Tinggi	Rendah	
Produk Online Wanita	Fashion	Count 17	7	24
		% within Produk Online Wanita 70.8%	29.2%	100.0%
	Kecantikan	Count 11	13	24
		% within Produk Online Wanita 45.8%	54.2%	100.0%
	Aksesoris	Count 1	1	2
		% within Produk Online Wanita 50.0%	50.0%	100.0%
Total		Count 29	21	50
		% within Produk Online Wanita 58.0%	42.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.134 ^a	2	.209
Likelihood Ratio	3.178	2	.204
Linear-by-Linear Association	2.588	1	.108
N of Valid Cases	50		