

## **LAMPIRAN 1**

### **Surat permohonan pengisian kuesioner**



**UNIVERSITAS ESA UNGGUL**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**LAMPIRAN LEMBAR KUESIONER**

Responden Yth,

Saya, mahasiswa program studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul.

Nama : Faishal Abdul Aziz

NIM : 2012-11-132

Saya sedang meneliti Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Fanta di wilayah Tambora, Jakarta Barat untuk menyelesaikan Tugas Akhir. Maka dari itu, saya mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini.

Atas kesediaan saudara/i menjawabnya dengan sejujurnya dan sebaik-baiknya saya mengucapkan terima kasih.

**No. Responden :****DATA RESPONDEN****Petunjuk :**

Isilah data responden dibawah ini kemudian pilihan jawaban dimasukkan ke dalam kotak yang tersedia.

1. Jenis Kelamin : 
  - a. Laki – laki
  - b. Perempuan
  
2. Usia : 
  - a. 17 – 22 tahun
  - b. 23 – 28 tahun
  - c. 29 – 34 tahun
  - d. >35 tahun
  
3. Pendidikan Terakhir : 
  - a. SMP
  - b. SMA
  - c. S1
  - d. S2
  - e. S3
  - f. Lainnya (sebutkan) .....
  
4. Pekerjaan : 
  - a. Pelajar / Mahasiswa
  - b. PNS
  - c. Wirausaha
  - d. Karyawan Swasta
  - e. Lainnya (sebutkan) .....
  
5. Berapa kali anda membeli dan mengkonsumsi Fanta dalam sebulan : 
  - a. 1 – 2 kali
  - b. 3 – 4 kali
  - c. 5 – 6 kali
  - d. > 6 kali

### CARA PENGISIAN

Isilah pernyataan di bawah ini yang menyangkut pengalaman anda mengenai pembelian Fanta di wilayah Tambora, Jakarta Barat dengan memberikan tanda (√) di kolom yang sesuai.

Keterangan:

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		4	3	2	1
	<b>Keputusan Pembelian</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya membeli Fanta, karena kebutuhan pribadi.				
2	Saya membeli Fanta berdasarkan mencari informasi sendiri.				
3	Saya membeli Fanta melalui informasi Iklan.				
4	Setelah membandingkan Fanta dengan produk lain, akhirnya saya membeli Fanta.				
5	Keluarga saya membeli Fanta, saya pun suka membeli Fanta.				
6	Teman-teman membeli Fanta, saya pun suka membeli Fanta.				
7	Saya merasa puas setelah membeli Fanta dan saya akan selalu membeli Fanta.				
	<b>Motivasi Konsumen</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
8	Saya terdorong membeli Fanta karena ukuran produknya sesuai dengan keinginan.				
9	Saya terdorong membeli Fanta karena harganya terjangkau.				
10	Saya terdorong membeli Fanta karena harganya sesuai dengan kualitasnya.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
11	Saya terdorong membeli Fanta karena merasakan suka dengan produknya.				
12	Saya terdorong membeli Fanta karena merasa nyaman.				
	<b>Persepsi Konsumen</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
13	Fanta adalah produk minuman yang mempunyai kualitas yang baik.				
14	Fanta merupakan produk minuman yang sering muncul di iklan media televisi.				
15	Merek Fanta sudah terkenal dimasyarakat indonesia.				
16	Warna air Fanta terlihat segar.				
17	Fanta menarik untuk dilihat dari segi bentuk kemasannya.				
	<b>Sikap Konsumen</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
18	Fanta adalah minuman bersoda yang mutunya cukup baik.				
19	Fanta adalah minuman yang memiliki daya ketahanan yang cukup lama.				
20	Saya percaya bahwa Fanta adalah minuman yang tidak berbahaya.				
21	Saya percaya dengan rasa yang ada di produk Fanta karena tidak berubah-ubah.				
22	Saya suka Fanta, karena jenis varians rasanya yang banyak.				
23	Saya suka Fanta, karena minumannya yang segar.				
24	Saya cenderung membeli Fanta ketika ada acara keluarga.				
25	Saya cenderung membeli Fanta ketika ingin minum jenis Soft Drink.				

## LAMPIRAN 2

Data Tabulasi Karakteristik 30 dan 125 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki – Laki	15	30
	Perempuan	15	
Usia	17 - 22 tahun	18	30
	23 - 28 tahun	7	
	29 - 34 tahun	3	
	>35 tahun	2	
Pendidikan Terakhir	SMP	6	30
	SMA	23	
	S1	1	
	S2	0	
	S3	0	
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa/i	14	30
	PNS	1	
	Wirausaha	3	
	Karyawan Swasta	7	
	Lain - lain	5	
Pembelian 1 bulan terakhir	1-2 kali	5	30
	3-4 kali	17	
	5-6 kali	3	
	>6 kali	5	

Sumber: Data diolah, 2016

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki – Laki	74	125
	Perempuan	51	
Usia	17 - 22 tahun	93	125
	23 - 28 tahun	18	
	29 - 34 tahun	11	
	>35 tahun	3	
Pendidikan Terakhir	SMP	13	125
	SMA	89	
	S1	15	
	S2	8	
	S3	0	
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa/i	76	125
	PNS	11	
	Wirausaha	13	
	Karyawan Swasta	18	
	Lain - lain	7	
Pembelian 1 bulan terakhir	1-2 kali	26	125
	3-4 kali	51	
	5-6 kali	28	
	>6 kali	10	

Sumber: Data diolah, 2016







41	4 3 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3	94
42	3 4 3 3 3 3 4 3 3 3 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 4	80
43	4 3 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3	95
44	1 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 3	91
45	3 4 3 3 3 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	80
46	4 3 4 4 4 4 4 3 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 4	91
47	3 4 3 3 3 3 4 3 3 3 3 3 4 3 3 3 4 4 4 3 3 3 4	82
48	2 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	94
49	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 4 3 3 4 4 4 3 3 3 4	82
50	4 3 4 4 4 4 3 4 3 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	94
51	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	77
52	4 3 4 4 3 4 3 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	93
53	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 4	81
54	4 3 4 4 4 4 2 2 2 4 2 4 4 4 4 4 3 3 3 4 4 4 3	87
55	3 4 3 3 3 3 3 3 2 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 4	80
56	4 3 4 4 4 3 3 4 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 3	92
57	3 4 3 3 3 3 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
58	4 3 4 4 1 2 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 2 2 2 4 3	86
59	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	78
60	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 2 2 4 4 4 4 2 2 4 4 4 4 3	90
61	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 3 3 4 3 3 3 3 3 4	79
64	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 2 2 2 2 2 4 4 4 4 2 2 3	82
63	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 3 3 3 4 3 3 3 3 3 2	77
64	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	96
65	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 4	80
66	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	96
67	3 2 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
68	4 3 1 2 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	90
69	1 4 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
70	4 3 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3	95
71	4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	93
72	3 4 3 3 3 4 3 3 3 3 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	80
73	4 3 4 4 4 4 4 4 3 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	95
74	1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3	94
75	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 3 4	80
76	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 3	95
77	3 4 3 3 3 3 4 4 3 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	81
78	2 3 4 3	96
79	3 4 3 3 3 3 3 3 4 4 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 4	82
80	4 3 4 4 4 4 3 3 3 3 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	92
81	4 3 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	94
82	3 4 3 3 3 4 3 3 3 3 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	80
83	4 3 4 4 4 4 4 4 3 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	95
84	1 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3	91
85	3 4 3 3 3 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	80
86	4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 4 4 3	91
87	3 4 3 3 3 3 4 3 3 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 4	82
88	2 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	94

89	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 4 3 3 4 4 4 3 3 3 3 4	82
90	4 3 4 4 4 4 3 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 3	94
91	3 4 3 4	77
94	4 3 4 4 3 4 3 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3	93
93	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 4	81
94	4 3 4 4 4 4 2 2 2 4 2 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 3	87
95	3 4 3 3 3 3 3 3 2 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 4	80
96	4 3 4 4 4 3 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	92
97	3 4 3 3 3 3 3 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
98	4 3 4 4 1 2 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 2 2 2 4 3	86
99	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	78
100	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 2 2 4 4 4 4 2 2 4 4 4 4 3	90
101	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 3 3 4 3 3 3 3 3 4	79
102	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 2 2 2 2 2 2 4 4 4 4 2 2 3	82
103	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 3 3 3 3 4 3 3 3 3 3 2	77
104	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	96
105	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 4	80
106	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	96
107	3 2 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
108	4 3 1 2 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	90
109	1 4 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
110	4 3 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 3	95
111	4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	93
112	3 4 3 3 3 3 4 3 3 3 3 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 4	80
113	4 3 4 4 4 4 4 3 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	95
114	1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3	94
115	3 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 3 4	80
116	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 3	95
117	3 4 3 3 3 3 4 4 3 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	81
118	2 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	96
119	3 4 3 3 3 3 3 3 4 4 3 3 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 4	82
120	4 3 4 4 4 4 4 3 3 3 3 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	92
121	4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 3	96
122	3 2 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
123	4 3 1 2 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3	90
124	1 4 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79
125	3 2 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 4	79



	n																														
		Sig. (2-tailed)	.332	.006	.207	.072	.207	.072	.647	.104	.039	.033	.072	.853	.039	.018	.059	.097	.007	.173	.169	.636	.291	.000	.001	.123	.004				
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
item18	Pearson Correlation	.272	.333	.223	.332	.223	.332	.181	.301	.267	.482	.332	.457	.667	.431	.181	.273	.482	.1	.586	.314	.167	.233	.640	.596	.182	.614				
	Sig. (2-tailed)	.146	.072	.236	.073	.236	.073	.340	.106	.154	.007	.073	.011	.000	.017	.340	.145	.007		.001	.091	.379	.214	.000	.001	.336	.000				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
item19	Pearson Correlation	.248	.470	.350	.478	.350	.478	.401	.612	.615	.702	.674	.505	.220	.183	.312	.306	.256	.586	.1	.434	.319	.273	.505	.441	.208	.698				
	Sig. (2-tailed)	.186	.009	.058	.008	.058	.008	.028	.000	.000	.000	.000	.004	.242	.333	.094	.100	.173	.001		.017	.086	.144	.004	.015	.270	.000				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
item20	Pearson Correlation	.307	.520	.407	.534	.428	.867	.303	.485	.486	.712	.534	.245	.151	.200	.303	.291	.258	.314	.434	.1	.738	.687	.475	.499	.476	.744				
	Sig. (2-tailed)	.098	.003	.026	.002	.000	.000	.104	.007	.006	.000	.002	.191	.426	.289	.104	.118	.169	.091	.017		.000	.000	.008	.005	.008	.000				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
item21	Pearson Correlation	.225	.388	.301	.418	.837	.842	.241	.380	.359	.573	.418	.371	.146	.099	.241	.302	.090	.167	.319	.738	.1	.708	.371	.265	.404	.633				
	Sig. (2-tailed)	.232	.034	.106	.022	.000	.000	.200	.039	.051	.001	.022	.044	.442	.602	.200	.105	.636	.379	.086	.000		.000	.044	.157	.027	.000				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
item22	Pearson Correlation	.283	.359	.325	.432	.861	.857	.145	.296	.388	.489	.432	.117	.174	.219	.145	.462	.199	.233	.273	.687	.708	.1	.410	.371	.528	.632				
	Sig. (2-tailed)	.130	.051	.080	.017	.000	.000	.446	.112	.034	.006	.017	.538	.357	.244	.446	.010	.291	.214	.144	.000	.000		.024	.044	.003	.000				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
item23	Pearson Correlation	.292	.508	.392	.524	.392	.524	.441	.565	.664	.653	.719	.196	.469	.622	.529	.439	.653	.640	.505	.475	.371	.410	.1	.776	.234	.834				
	Sig. (2-tailed)	.118	.004	.032	.003	.032	.003	.015	.001	.000	.000	.000	.298	.009	.000	.003	.015	.000	.000	.004	.008	.044	.024		.000	.213	.000				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
item24	Pearson Correlation	.252	.371	.311	.422	.311	.422	.239	.287	.371	.575	.422	.097	.477	.527	.144	.163	.575	.596	.441	.499	.265	.371	.776	.1	.231	.650				
	Sig. (2-tailed)	.179	.044	.095	.020	.095	.020	.203	.124	.044	.001	.020	.610	.008	.003	.449	.391	.001	.001	.015	.005	.157	.044	.000		.219	.000				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
item25	Pearson Correlation	-.269	.179	.241	.317	.533	.548	.105	.393	.287	.393	.317	.021	.287	.085	.315	.127	.288	.182	.208	.476	.404	.528	.234	.231	.1	.423				
	Sig. (2-tailed)	.151	.345	.200	.088	.002	.002	.580	.032	.124	.032	.088	.911	.124	.655	.090	.504	.123	.336	.270	.008	.027	.003	.213	.219		.020				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
skor_total	Pearson Correlation	.484	.668	.590	.743	.680	.814	.532	.753	.769	.869	.829	.396	.426	.523	.481	.543	.514	.614	.698	.744	.633	.632	.834	.650	.423	.1				
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.030	.019	.003	.007	.002	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.020					
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30				

Sumber: Data olahan, 2016

## LAMPIRAN 6

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Normalitas

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 <sup>a</sup>	,483	,470	1,609

a. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292,669	3	97,556	37,670	,000 <sup>b</sup>
	Residual	313,363	121	2,590		
	Total	606,032	124			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,221	1,722		4,193	,000
	motivasi konsumen	,280	,083	,252	3,396	,001
	persepsi konsumen	,275	,112	,234	2,442	,016
	sikap konsumen	,590	,089	,687	6,596	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21,18	26,16	23,91	1,536	125
Residual	-4,165	3,754	,000	1,590	125
Std. Predicted Value	-1,775	1,466	,000	1,000	125
Std. Residual	-2,588	2,333	,000	,988	125

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

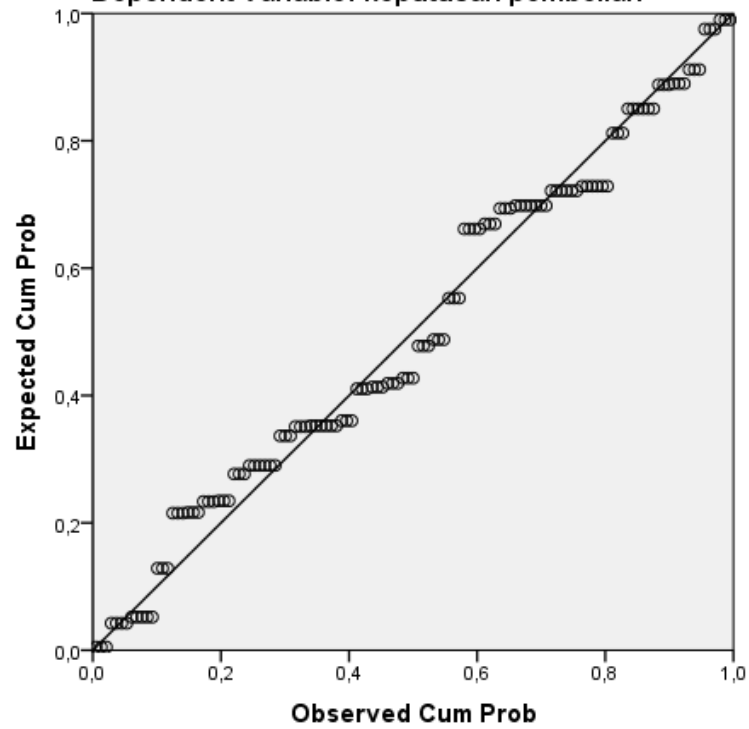
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,58969312
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,078
	Negative	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		1,034
Asymp. Sig. (2-tailed)		,235

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

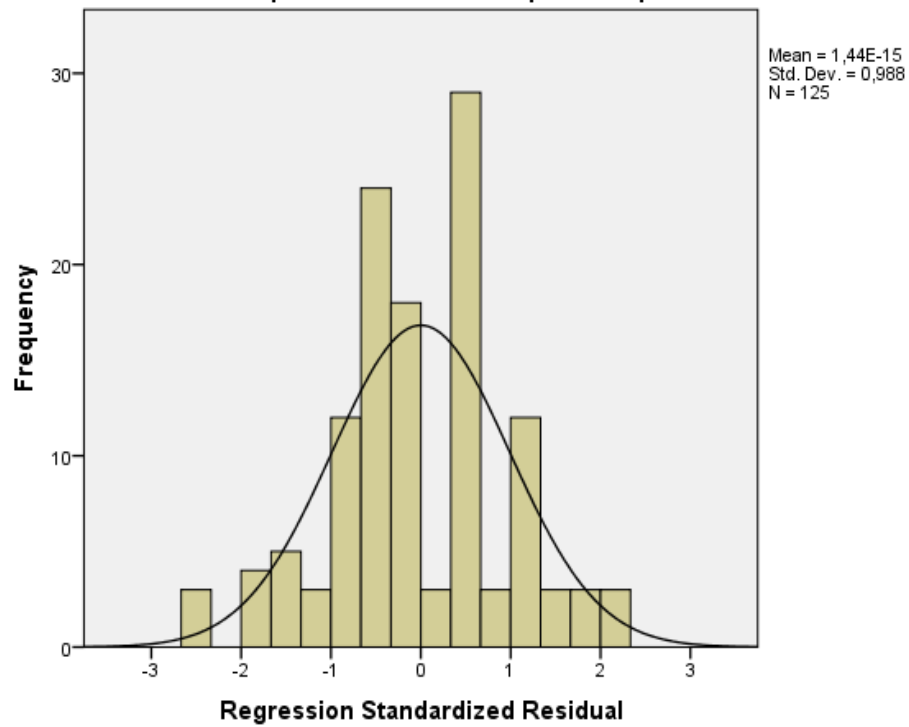
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: keputusan pembelian



Histogram

Dependent Variable: keputusan pembelian



## 2. Multikolinieritas

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 <sup>a</sup>	,483	,470	1,609

a. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292,669	3	97,556	37,670	,000 <sup>b</sup>
	Residual	313,363	121	2,590		
	Total	606,032	124			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7,221	1,722		4,193	,000		
motivasi konsumen	,280	,083	,252	3,396	,001	,777	1,288
persepsi konsumen	,275	,112	,234	2,442	,016	,464	2,155
sikap konsumen	,590	,089	,687	6,596	,000	,395	2,535

a. Dependent Variable: keputusan pembelian



**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model		sikap konsumen	motivasi konsumen	persepsi konsumen	
1	Correlations	sikap konsumen	1,000	-,398	-,705
		motivasi konsumen	-,398	1,000	,100
		persepsi konsumen	-,705	,100	1,000
		Covariances	sikap konsumen	,008	-,003
	motivasi konsumen	-,003	,007	,001	
	persepsi konsumen	-,007	,001	,013	

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	motivasi konsumen	persepsi konsumen	sikap konsumen
1	1	3,983	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,009	20,773	,00	,61	,22	,02
	3	,005	27,316	,96	,25	,10	,02
	4	,002	41,667	,04	,14	,68	,96

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21,18	26,16	23,91	1,536	125
Residual	-4,165	3,754	,000	1,590	125
Std. Predicted Value	-1,775	1,466	,000	1,000	125
Std. Residual	-2,588	2,333	,000	,988	125

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

### 3. Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,695 <sup>a</sup>	,483	,470	1,609	2,164

a. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292,669	3	97,556	37,670	,000 <sup>b</sup>
	Residual	313,363	121	2,590		
	Total	606,032	124			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,221	1,722		4,193	,000
	motivasi konsumen	,280	,083	,252	3,396	,001
	persepsi konsumen	,275	,112	,234	2,442	,016
	sikap konsumen	,590	,089	,687	6,596	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21,18	26,16	23,91	1,536	125
Residual	-4,165	3,754	,000	1,590	125
Std. Predicted Value	-1,775	1,466	,000	1,000	125
Std. Residual	-2,588	2,333	,000	,988	125

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

## LAMPIRAN 7

### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
keputusan pembelian	23,91	2,211	125
motivasi konsumen	17,56	1,985	125
persepsi konsumen	17,17	1,887	125
sikap konsumen	27,95	2,574	125

#### Correlations

		keputusan pembelian	motivasi konsumen	persepsi konsumen
Pearson Correlation	keputusan pembelian	1,000	,506	,336
	motivasi konsumen	,506	1,000	,278
	persepsi konsumen	,336	,278	1,000
	sikap konsumen	,633	,464	,729
Sig. (1-tailed)	keputusan pembelian	.	,000	,000
	motivasi konsumen	,000	.	,001
	persepsi konsumen	,000	,001	.
	sikap konsumen	,000	,000	,000
N	keputusan pembelian	125	125	125
	motivasi konsumen	125	125	125
	persepsi konsumen	125	125	125
	sikap konsumen	125	125	125

#### Correlations

		sikap konsumen
Pearson Correlation	keputusan pembelian	,633
	motivasi konsumen	,464
	persepsi konsumen	,729
	sikap konsumen	1,000
Sig. (1-tailed)	keputusan pembelian	,000
	motivasi konsumen	,000
	persepsi konsumen	,000
	sikap konsumen	.
N	keputusan pembelian	125
	motivasi konsumen	125
	persepsi konsumen	125
	sikap konsumen	125

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	sikap konsumen		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).
2	motivasi konsumen		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).
3	persepsi konsumen		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).

**Model Summary<sup>d</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,633 <sup>a</sup>	,400	,395	1,719
2	,676 <sup>b</sup>	,457	,449	1,642
3	,695 <sup>c</sup>	,483	,470	1,609

a. Predictors: (Constant), sikap konsumen

b. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen

c. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

d. Dependent Variable: keputusan pembelian

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	242,588	1	242,588	82,099	,000 <sup>b</sup>
	Residual	363,444	123	2,955		
	Total	606,032	124			
2	Regression	277,219	2	138,609	51,428	,000 <sup>c</sup>
	Residual	328,813	122	2,695		
	Total	606,032	124			
3	Regression	292,669	3	97,556	37,670	,000 <sup>d</sup>
	Residual	313,363	121	2,590		
	Total	606,032	124			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), sikap konsumen

c. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen

d. Predictors: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen, persepsi konsumen

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,724	1,683		5,183	,000
	sikap konsumen	,543	,060	,633	9,061	,000
2	(Constant)	6,456	1,728		3,737	,000
	sikap konsumen	,436	,065	,507	6,737	,000
	motivasi konsumen	,301	,084	,270	3,585	,000
3	(Constant)	7,221	1,722		4,193	,000
	sikap konsumen	,590	,089	,687	6,596	,000
	motivasi konsumen	,280	,083	,252	3,396	,001
	persepsi konsumen	,275	,112	,234	2,442	,016

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

**Excluded Variables<sup>a</sup>**

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	motivasi konsumen	,270 <sup>b</sup>	3,585	,000	,309	,784
	persepsi konsumen	,267 <sup>b</sup>	2,681	,008	,236	,469
2	persepsi konsumen	,234 <sup>c</sup>	2,442	,016	,217	,464

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors in the Model: (Constant), sikap konsumen

c. Predictors in the Model: (Constant), sikap konsumen, motivasi konsumen

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21,18	26,16	23,91	1,536	125
Residual	-4,165	3,754	,000	1,590	125
Std. Predicted Value	-1,775	1,466	,000	1,000	125
Std. Residual	-2,588	2,333	,000	,988	125

a. Dependent Variable: keputusan pembelian