

## Uji Validitas

X1

Correlations		
		kelompok acuan
keluarga	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
Teman	Pearson Correlation	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
selebriti	Pearson Correlation	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40

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

X2

Correlations		
		budaya
lingkungan	Pearson Correlation	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
kebiasaan	Pearson Correlation	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40

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

X3

		kelas sosial
Pekerjaan	Pearson Correlation	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
pendapatan/uang saku	Pearson Correlation	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40

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

X4

		kepribadian
keinginan	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
kenyamanan	Pearson Correlation	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
kepuasan	Pearson Correlation	.506**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	40

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

X5

**Correlations**

		kepercayaan
keamanan	Pearson Correlation	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40

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

X6

**Correlations**

		gaya hidup
minat	Pearson Correlation	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40

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

Y

		keputusan pembelian
pengenalan kebutuhan	Pearson Correlation	.826(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
pencarian informasi	Pearson Correlation	.889(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
evaluasi alternatif	Pearson Correlation	.474(**)
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	40
pembelian	Pearson Correlation	.757(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40
perilaku pasca pembelian	Pearson Correlation	.651(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	40

## Uji Reliabilitas

X1

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	4

X2

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	3

X3

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	3

X4

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

X5

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	2

X6

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	2

## Uji Asumsi Klasik

### Multikolonieritas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.982	2.717		.729	.471		
kelompok acuan	.541	.169	.361	3.210	.003	.700	<b>1.429</b>
budaya	.712	.248	.379	2.866	.007	.506	<b>1.975</b>
kelas sosial	.203	.270	.078	2.752	.008	.824	<b>1.214</b>
kepribadian	.156	.212	.079	2.734	.008	.772	<b>1.295</b>
kepercayaan	.956	.429	.231	2.226	.003	.823	<b>1.214</b>
gaya hidup	.280	.333	.093	2.842	.006	.733	<b>1.365</b>

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

## Heteroskedatisitas

### Correlations

			abs_res
Spearman's rho	kelompok acuan	Correlation Coefficient	.079
		Sig. (2-tailed)	.630
		N	40
	budaya	Correlation Coefficient	.129
		Sig. (2-tailed)	.429
		N	40
	kelas sosial	Correlation Coefficient	-.014
		Sig. (2-tailed)	.934
		N	40
	kepribadian	Correlation Coefficient	.060
		Sig. (2-tailed)	.712
		N	40
	kepercayaan	Correlation Coefficient	.123
		Sig. (2-tailed)	.450
		N	40
	gaya hidup	Correlation Coefficient	.128
		Sig. (2-tailed)	.429
		N	40

## Autokorelasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.841 <sup>a</sup>	.707	.654	2.075	1.860

a. Predictors: (Constant), gaya hidup, kelas sosial, kepercayaan, kepribadian, kelompok acuan, budaya

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

## Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90884643
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.076
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		.778
Asymp. Sig. (2-tailed)		.580
a. Test distribution is Normal.		

## Linieritas

X1

### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: keputusan pembelian

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.388	24.064	1	38	.000	11.979	.933

The independent variable is kelompok acuan.

X2

### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: keputusan pembelian

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.530	42.779	1	38	.000	9.884	1.366

The independent variable is budaya.

X3

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable:keputusan pembelian

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.120	5.164	1	38	.029	14.484	.899

The independent variable is kelas sosial.

X4

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable:keputusan pembelian

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.202	9.594	1	38	.004	12.490	.889

The independent variable is kepribadian.

X5

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable:keputusan pembelian

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.213	10.256	1	38	.003	14.033	1.907

The independent variable is kepercayaan.



X6

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: keputusan pembelian

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.166	7.582	1	38	.009	16.516	1.235

The independent variable is gaya hidup.

**Regresi Linier Berganda**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	<b>1.982</b>	2.717		.729	.471			
kelompok acuan	<b>.541</b>	.169	.361	3.210	.003	.623	.488	.302
budaya	<b>.712</b>	.248	.379	2.866	.007	.728	.446	.270
kelas sosial	<b>.203</b>	.270	.078	2.752	.008	.346	.130	.071
kepribadian	<b>.156</b>	.212	.079	2.734	.008	.449	.127	.069
kepercayaan	<b>.956</b>	.429	.231	2.226	.003	.461	.361	.210
gaya hidup	<b>.280</b>	.333	.093	2.842	.006	.408	.145	.079

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

## Uji Parsial (Uji T)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1.982	2.717		<b>.729</b>	.471			
kelompok acuan	.541	.169	.361	<b>3.210</b>	.003	.623	.488	.302
budaya	.712	.248	.379	<b>2.866</b>	.007	.728	.446	.270
kelas sosial	.203	.270	.078	<b>2.752</b>	.008	.346	.130	.071
kepribadian	.156	.212	.079	<b>2.734</b>	.008	.449	.127	.069
kepercayaan	.956	.429	.231	<b>2.226</b>	.003	.461	.361	.210
gaya hidup	.280	.333	.093	<b>2.842</b>	.006	.408	.145	.079

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

## Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	343.671	6	57.278	13.301	.000 <sup>a</sup>
	Residual	142.104	33	4.306		
	Total	485.775	39			

a. Predictors: (Constant), gaya hidup, kelas sosial, kepercayaan, kepribadian, kelompok acuan, budaya

b. Dependent Variable: keputusan pembelian



## KUISIONER

---

Kepada

Responden yang terhormat

Di

Malang

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Saya melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2013 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)**”. Dengan maksud tersebut, Saya minta kesediaan Anda untuk berpartisipasi dan mendukung penelitian ini dengan cara memberi sedikit waktu Anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner ini. Jawaban Anda akan Saya jaga kerahasiannya dan akan di pakai hanya untuk kepentingan akademik. Atas bantuan dan kerjasamanya Saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Malang, 17 Februari 2014

Peneliti

**Mirza Deciyanti Natalia Lewerissa**

**10510025**

## BAGIAN 1

### Identitas Responden

1. Nama :
2. Jurusan :
3. Mabna/Kamar :

Petunjuk pengisian beri tanda centang ( √ ) pada pilihan yang sesuai menurut saudara.

Berapa usia Anda sekarang?

- a. 17-20
- b. 20-23
- c. 23-26

Berapa rata-rata uang saku Anda perbulan?

- a. <500 ribu
- b. 500 ribu – 700 ribu
- c. 800 ribu – 1 juta
- d. > 1 juta

## BAGIAN II

Berilah tanda centang ( √ ) pada alternatif jawaban yang telah tersedia sesuai dengan kondisi yang menurut Anda benar.

**Keterangan:** 1. **SS** : Sangat Setuju 4. **TS** : Tidak Setuju

2. **S** : Setuju

5. **STS** : Sangat Tidak Setuju

3. **N** : Netral

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli kosmetik Wardah karena adanya pengalaman dari anggota keluarga saya sebelumnya.	5	4	3	2	1
2.	Saya membeli kosmetik Wardah karena adanya pengalaman dari teman saya sebelumnya.	5	4	3	2	1
3.	Selebriti mempengaruhi saya dalam melakukan keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.	5	4	3	2	1

4.	Saya membeli produk kosmetik Wardah karena kondisi lingkungan yang mempengaruhi.	5	4	3	2	1
5.	Saya membeli produk kosmetik Wardah karena kebiasaan menggunakan produk kosmetik untuk menunjang penampilan.	5	4	3	2	1
6.	Saya membeli produk kosmetik Wardah karena dipengaruhi oleh peran dan status Saya dalam masyarakat.	5	4	3	2	1
7.	Keadaan ekonomi (uang saku) sangat mempengaruhi pilihan produk kosmetik Wardah yang saya beli.	5	4	3	2	1
8.	Saya mempunyai keinginan dan kebutuhan akan produk kosmetik Wardah.					
9.	Saya merasa nyaman ketika menggunakan dan membeli produk kosmetik Wardah.	5	4	3	2	1
10.	Saya merasa puas dengan membeli produk kosmetik Wardah.	5	4	3	2	1
11.	Tingkat keamanan produk kosmetik Wardah sangat baik.	5	4	3	2	1
12.	Meningkatkan minat dan merasa lebih baik dengan membeli produk kosmetik Wardah.	5	4	3	2	1
13.	Saya memiliki kebutuhan akan kosmetik.	5	4	3	2	1
14.	Kebutuhan akan kosmetik membuat Saya berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan	5	4	3	2	1
15.	Setelah mendapat informasi, Saya memilih bahwa kosmetik Wardah lebih baik daripada merek kosmetik lain.	5	4	3	2	1
16.	Setelah melakukan evaluasi, Saya memutuskan membeli kosmetik Wardah.	5	4	3	2	1
17.	Saya merasa puas setelah menggunakan kosmetik Wardah dan sesuai kebutuhan Saya.	5	4	3	2	1

1. Apa yang Anda ketahui tentang produk kosmetik Wardah?

.....

2. Apakah menurut Anda Wardah berbeda dengan produk kosmetik lain? Mengapa?

.....

3. Apakah Anda merasa bangga dapat menggunakan produk kosmetik Wardah? Mengapa?

.....

4. Apakah Anda selalu berkeinginan membeli kosmetik Wardah karena ingin tampil modis?

.....

5. Apakah saran dan kritik Anda terhadap produk kosmetik Wardah?

.....

Malang

Tanda Tangan Responden

---

## Tabulasi Data

x1.1	x1.2	x1.3	x2.1	x2.2	x3.1	x3.2	x4.1	x4.2	x4.3	x5.1	x.6.1	y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5
5	5	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	5
5	4	3	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3
5	3	4	5	4	5	3	3	3	5	4	4	5	4	5	5	5
2	1	2	3	1	5	1	3	3	2	4	4	2	2	3	2	4
2	2	1	5	3	4	2	3	2	5	5	3	4	3	4	5	4
4	2	3	5	4	5	3	3	4	2	4	4	4	3	5	4	4
5	3	3	5	5	5	2	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
4	3	3	4	4	4	2	3	5	2	4	3	5	3	4	5	4
5	4	2	5	5	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	3	5
5	2	5	5	4	5	5	2	2	4	4	5	5	4	5	5	5
4	3	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	3	5	4	3
1	2	2	4	2	5	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3
5	2	1	2	3	3	1	3	2	2	2	5	2	2	3	2	5
5	5	2	3	4	5	3	3	2	4	2	2	5	2	4	3	3
2	4	3	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	4	2	5	5
4	4	3	4	4	5	3	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	2	3	5	5	5	4	2	5	3	4	4	5	5	4	5	5
3	3	4	5	3	5	4	3	3	2	4	5	3	5	5	5	5
5	1	2	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5
3	3	3	4	2	5	3	4	3	4	3	2	3	3	5	5	3
5	4	5	5	2	5	5	2	1	5	5	1	5	4	5	5	5
5	4	4	5	1	5	4	2	2	5	4	5	5	5	5	4	5
4	2	2	5	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	3	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	2	5
4	1	3	4	5	5	2	3	2	5	4	3	4	3	5	5	3
5	4	2	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	1	5	4	3	2	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	4	3	2	4	4	4	3	5	5	5	5	5
5	3	2	5	1	5	3	3	5	4	4	2	4	4	5	4	4
3	2	4	5	5	5	2	2	1	4	3	3	3	3	4	3	5
5	5	3	5	5	4	3	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5
2	2	3	5	2	2	4	2	4	3	5	3	3	3	4	4	3
5	2	1	2	1	4	4	3	2	3	2	2	1	2	5	2	2
5	1	4	5	4	5	3	3	3	3	5	4	3	5	5	5	4
3	2	3	5	2	4	2	4	3	4	3	5	3	3	5	5	3
4	2	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5
5	3	4	5	5	5	2	3	4	5	2	4	5	5	5	5	5

## **BIODATA PENELITI**

Nama Lengkap : Mirza Deciyanti Natalia Lewerissa  
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 25 Desember 1992  
Alamat Asal : Perumahan Palem Pertiwi Blok BJ 09-10 Menganti  
Gresik – Jawa Timur  
Alamat Kos : Jl. Sunan Kali Jaga Dalam No 18 - Malang  
Telepon/HP : 0856 3066 048 / 0812 4961 9216  
E-Mail : [mirzalewerissa@gmail.com](mailto:mirzalewerissa@gmail.com)

### **Pendidikan Formal**

1998 – 2004 : SDN Palemwatu  
2004 - 2007 : SMPN 1 Laban  
2007 – 2010 : SMAN 1 Menganti  
2010 – 2014 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

### **Pendidikan Non Formal**

2010 – 2011 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab  
UIN Maliki Malang  
2011 – 2012 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

### **Pengalaman Organisasi**

- Pengurus Osis – Bidang Kewarganegaraan SMAN 1 Menganti, Tahun 2007 – 2009
- Pasukan Pengibar Bendera SMAN 1 Menganti, Tahun 2007 – 2009
- Anggota Dep. Networking HMJ-M UIN Maliki Malang, Tahun 2011– 2012
- Kordinator Dep. Publicrelations HMJ-M UIN Maliki Malang, Tahun 2012 – 2013
- Anggota Dep. Rispentek PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta”, Tahun 2011 – 2012



- Kordinator Dep. Gender PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta”, Tahun 2012 – 2013
- Anggota Bidang KOPRI PMII Komisariat Sunan Ampel Malang, Tahun 2014 – 2015
- Anggota GESANK (Gerakan Sosial Anak Kuliah), Tahun 2011 – Sekarang

### **Aktivitas dan Pelatihan**

- Peserta Seminar Nasional “Entrepreneurship and Public Speaking” Di STIE Perbanas Surabaya Tahun 2014
- Peserta Pelatihan Sistem & Operasional Bank Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Merdeka Malang Tahun 2013
- Peserta “Stastical Package For The Social Sciences (SPSS) Training Program” Jurusan Manajemen UIN Maliki Malang 2013
- Peserta Marketing Gathering Corporation Di JTV Tahun 2013
- Peserta Seminar “Integrated Marketing Communication by Niaga Finance Malang” Tahun 2013
- Peserta Store Tour McDonald’s MT. Hariyono Tahun 2012
- Peserta Pelatihan Kewirausahaan (Entrepreneurship) Di Sentral Oleh-oleh Khas Bali Tahun 2011
- Panitia Orientasi Pengenalan Akademik (OPAK) Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2011, 2012, 2013
- Panitia Future Management Training Fakultas Ekonomi Tahun 2011, 2012
- Panitia Workshop Pembuatan Makalah HMJ Manajemen UIN Maliki Malang 2010
- Peserta Orientasi Pengenalan Akademik (OPAK) Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2010
- Peserta Future Management Training Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2010
- Peserta Manasik Haji Ma’had Sunan Ampel Al-Ali UIN Maliki Malang 2010