

## Lampiran 1

### PERMOHONAN KUESIONER PENELITIAN

Hal : Permohonan untuk mengisi kuesioner  
Yogyakarta, 25 April 2016

Kepada

Yth. Rekan-rekan Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr Wb

Dengan Hormat,

Dalam rangka memperoleh data penelitian Tesis yang berjudul "Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)".

Maka perkenankan saya memohon bantuan rekan-rekan mahasiswa/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner yang saya lampirkan, dengan tulus ikhlas, jujur, serta sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Perlu rekan-rekan ketahui, kuesioner ini dibuat semata-mata untuk kepentingan ilmiah yakni dalam rangka penyusunan tesis. Semua jawaban akan dijamin kerahasiaannya. Atas kerjasama, kesediaan dan bantuan rekan-rekan sekalian saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Salam Hormat,  
Peneliti

Danang Krisdiantoro  
20121020064

## Lampiran 2

### BAGIAN-A Kuesioner Profil Responden

Dimohon rekan-rekan mahasiswa/i memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia pada salahsatu jawaban yang menurut anda paling sesuai, dibawah ini :

- a. Jenis Kelamin : (1) Pria (2) Wanita
- b. Umur : (1) 18 s/d 19 Tahun (4) 24 s/d 25 Tahun  
: (2) 20 s/d 21 Tahun (5) Diatas 25 Tahun  
: (3) 22 s/d 23 Tahun
- c. Program Studi : (1) Akuntansi (3) IESP  
: (2) Manajemen
- d. Tahun Angkatan : (1) 2012-2013 (3) 2014-2015  
: (2) 2013-2014 (4) 2015-2016
- e. Living Cost (Jatah Uang Bulanan)  
: (1) Rp.1.000.000,- s/d Rp.2.000.000,-  
: (2) Rp.2.001.000,- s/d Rp.3.000.000,-  
: (3) Rp.3.001.000,- s/d Rp.4.000.000,-  
: (4) Rp.4.001.000,- s/d Rp.5.000.000,-
- f. Alat Pembayaran yang biasa digunakan dalam transaksi pembelian produk barang dan layanan Jasa : (1) Cash / Tunai (3) ATM  
: (2) Debit Cash (4) Kartu Kredit

### Lampiran 3

#### BAGIAN-B Kuesioner Penelitian Variabel Iklan Online ( $X_1$ )

Mohon rekan-rekan memberi *checklist* tanda centang (✓) pada kolom (antara 1-5), sesuai dengan skala yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang anda alami dan rasakan saat ini:

- SS** : Jika anda merasa **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**S** : Jika anda merasa **Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**R** : Jika anda merasa **Ragu-Ragu** dengan pernyataan tersebut  
**TS** : Jika anda merasa **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**STS** : Jika anda merasa **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

#### VARIABEL IKLAN ONLINE ( $X_1$ )

No	Pertanyaan/Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
<i>Attention</i>						
(1)	Saya sering memperhatikan visualisasi, model dan slogan iklan yang ditayangkan di <b>media cetak</b> (Koran, tabloid, majalah, bulletin dan brosur), <b>media elektronik</b> (radio dan televisi), dan <b>media outdoor</b> (banner, spanduk dan baliho).					
(2)	Diantara semua media iklan yang ditayangkan saya lebih sering dan menyukai melihat iklan melalui <b>media online</b> ( <i>Facebook, BBM, WA, Twitter, Path dan Instagram</i> ).					
<i>Interest</i>						
(3)	Apabila saya merasa tertarik dengan tayangan iklan suatu produk/layanan jasa maka biasanya saya akan berusaha mencari informasi secara detail tentang produk/layanan jasa tersebut.					
<i>Desire</i>						
(4)	Setelah memiliki informasi yang cukup mengenai produk/layanan jasa yang menarik minat saya tersebut, maka saya akan merencanakan untuk membeli produk tersebut kelak pada saat saya benar-benar membutuhkannya.					
<i>Action</i>						
(5)	Saya akan membeli suatu produk barang/layanan jasa setelah saya memperoleh informasi yang cukup mengenai produk tersebut dan saya benar-benar sedang membutuhkan produk/layanan jasa tersebut.					

## Lampiran 4

### Kuesioner Penelitian Variabel Konformitas ( $X_2$ )

Mohon rekan-rekan memberi *checklist* tanda centang (✓) pada kolom (antara 1-5), sesuai dengan skala yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang anda alami dan rasakan saat ini:

- SS** : Jika anda merasa **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**S** : Jika anda merasa **Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**R** : Jika anda merasa **Ragu-Ragu** dengan pernyataan tersebut  
**TS** : Jika anda merasa **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**STS** : Jika anda merasa **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

### VARIABEL KONFORMITAS ( $X_2$ )

No	Pertanyaan/Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
<b>Konformitas Normatif</b>						
(1)	Saya akan melakukan apapun agar dapat diterima sebagai anggota kelompok dalam komunitas saya.					
(2)	Saya ingin tampil sama, serasi dan kompak seperti teman/komunitas saya termasuk dalam hal berpakaian, maupun memilih merk produk tertentu.					
(3)	Saya takut dibenci dan dikucilkan apabila tidak melakukan sesuatu seperti yang dilakukan teman / kelompok / komunitas saya.					
<b>Konformitas Informatif</b>						
(4)	Saat ada ajakan untuk membeli suatu produk/jasa dari teman2/komunitas, saya terbiasa untuk bertanya terlebih dahulu dan mencari informasi benefit dari produk/jasa yang akan saya beli.					
(5)	Apabila produk/jasa yang ditawarkan oleh teman2/komunitas tidak sesuai dengan selera saya dan tidak memiliki benefit, maka saya akan menolak untuk membelinya.					

## Lampiran 5

### Kuesioner Penelitian Variabel Gaya Hidup ( $X_3$ )

Mohon rekan-rekan memberi *checklist* tanda centang (✓) pada kolom (antara 1-5), sesuai dengan skala yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang anda alami dan rasakan saat ini:

- SS** : Jika anda merasa **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**S** : Jika anda merasa **Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**R** : Jika anda merasa **Ragu-Ragu** dengan pernyataan tersebut  
**TS** : Jika anda merasa **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**STS** : Jika anda merasa **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

#### VARIABEL GAYA HIDUP ( $X_3$ )

No	Pertanyaan/Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
<b>Activities (Kegiatan)</b>						
(1)	Berbelanja ( <i>shopping</i> ) merupakan kegiatan yang saya sukai, Saya sering meluangkan waktu jalan-jalan ( <i>hangout</i> ) berbelanja atau sekedar melihat-lihat produk ( <i>windows shopping</i> ) di Mall bersama teman atau kelompok saya.					
<b>Interest (Minat)</b>						
(2)	Saya selalu <i>up date</i> trend mode <i>fashion</i> dan <i>gadget</i> terbaru yang menjadi gaya hidup sosialita saat ini.					
(3)	Saya lebih memilih untuk membeli produk import bermerk ( <i>branded</i> ) yang harganya mahal.					
<b>Opinion (Pendapat)</b>						
(4)	Saya membeli suatu produk atau layanan jasa tertentu untuk menjaga penampilan dan gengsi saya dimata teman-teman saya.					
(5)	Produk mahal bermerk ( <i>branded</i> ) yang saya beli dapat mencerminkan selera tinggi dan kelas status sosial saya.					

## Lampiran 6

### Kuesioner Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Mohon rekan-rekan memberi *checklist* tanda centang (√) pada kolom (antara 1-5), sesuai dengan skala yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang anda alami dan rasakan saat ini:

- SS** : Jika anda merasa **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**S** : Jika anda merasa **Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**R** : Jika anda merasa **Ragu-Ragu** dengan pernyataan tersebut  
**TS** : Jika anda merasa **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut  
**STS** : Jika anda merasa **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

#### VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF (Y)

No	Pertanyaan/Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
<b>Discount dan Hadiah</b>						
(1)	Saya akan membeli suatu produk apabila disertai dengan potongan diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu.					
<b>Kemasan Menarik</b>						
(2)	Kemasan suatu produk yang rapi juga menentukan saat saya ingin membeli produk tersebut. Saya suka berbelanja produk dengan kemasan yang unik dan lucu.					
<b>Penampilan dan Gengsi</b>						
(3)	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan trendy.					
(4)	Terkadang saya membeli produk bermerk yang harganya mahal untuk sekedar gengsi supaya tidak dibilang ketinggalan jaman.					
<b>Pertimbangan Harga</b>						
(5)	Dalam membeli suatu produk, harga produk tidak menjadi prioritas pertimbangan utama. Saya lebih focus pada mutu, kualitas dan merek ( <i>brand</i> ) dari produk yang saya beli.					
<b>Simbol Status</b>						
(6)	Menurut saya, produk import, mahal dan bermerk merupakan jaminan kualitas dan kepuasan bagi pemiliknya.					
(7)	Membeli dan memiliki produk import dan bermerk ( <i>branded</i> ) mencerminkan symbol status sosial saya.					

<b>Unsur Konformitas Model (endorse) yang Mengiklankan</b>					
(8)	Saya suka menggunakan produk yang diiklankan oleh artis idola saya, karena saya meyakini bahwa produk yang diiklankan oleh <i>public figure</i> adalah produk andalan.				
<b>Menimbulkan Rasa Percaya Diri</b>					
(9)	Saya meyakini bahwa dengan membeli dan menggunakan produk mahal dan bermerk akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang.				
<b>Mencoba Merek Berbeda</b>					
(10)	Terkadang saya suka membandingkan kualitas produk dengan jalan membeli dan menggunakan dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.				

## Lampiran 7

### GAMBARAN UMUM RESPONDEN/SUBJEK PENELITIAN

#### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	48	49,0	49,0	49,0
Wanita	50	51,0	51,0	100,0
Total	98	100,0	100,0	

#### Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18 s/d 19 Tahun	39	39,8	39,8	39,8
20 s/d 21 Tahun	40	40,8	40,8	80,6
22 s/d 23 Tahun	10	10,2	10,2	90,8
24 s/d 25 Tahun	9	9,2	9,2	100,0
Total	98	100,0	100,0	

#### Program Studi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Akuntansi	35	35,7	35,7	35,7
Manajemen	37	37,8	37,8	73,5
IESP	26	26,5	26,5	100,0
Total	98	100,0	100,0	



**Tahun Angkatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2012-2013	7	7,1	7,1	7,1
	2013-2014	12	12,2	12,2	19,4
	2014-2015	49	50,0	50,0	69,4
	2015-2016	30	30,6	30,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Living Cost (Jatah Uang Bulanan)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp.1.000.000,- s/d Rp. 2.000.000,-	74	75,5	75,5	75,5
	Rp.2.001.000,- s/d Rp. 3.000.000,-	22	22,4	22,4	98,0
	Rp.3.001.000,- s/d Rp. 4.000.000,-	2	2,0	2,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Alat Pembayaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cash/Tunai	72	73,5	73,5	73,5
	Debit Cash	11	11,2	11,2	84,7
	ATM	9	9,2	9,2	93,9
	Kartu Kredit	6	6,1	6,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

## Lampiran 8

## GAMBARAN UMUM VARIABEL PENELITIAN

Variabel Iklan Online ( $X_1$ )

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IK1	98	1	5	4,04	,872
IK2	98	2	5	4,02	,812
IK3	98	2	5	4,10	,843
IK4	98	2	5	3,86	,873
IK5	98	2	5	4,01	,711
Valid N (listwise)	98				

Variabel Konformitas ( $X_2$ )

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KF1	98	2	5	4,05	,778
KF2	98	2	5	3,89	,798
KF3	98	2	5	3,70	,876
KF4	98	2	5	3,67	,757
KF5	98	2	5	3,78	,793
Valid N (listwise)	98				

Variabel Gaya Hidup ( $X_3$ )

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GH1	98	2	5	3,92	,858
GH2	98	2	5	3,99	,806
GH3	98	1	5	3,98	,896
GH4	98	2	5	3,91	,874
GH5	98	1	5	3,76	1,094
Valid N (listwise)	98				

### Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK1	98	2	5	3,70	,888
PK2	98	3	5	3,82	,751
PK3	98	2	5	3,88	,944
PK4	98	2	5	4,06	,917
PK5	98	2	5	3,86	,825
PK6	98	2	5	4,08	,769
PK7	98	2	5	4,13	,741
PK8	98	2	5	4,07	,828
PK9	98	3	5	4,19	,668
PK10	98	2	5	4,20	,773
Valid N (listwise)	98				

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Iklan Online	98	2,8	5,0	4,006	,5353
Konformitas	98	2,6	4,8	3,818	,5419
Gaya hidup	98	2,4	5,0	3,910	,6233
Perilaku Konsumtif	98	2,7	4,9	4,000	,5147
Valid N (listwise)	98				

## Lampiran 9

## UJI KEABSAHAN DAN KEHANDALAN INSTRUMEN

## UJI VALIDITAS

Variabel Iklan Online ( $X_1$ )

## Correlations

		IK1	IK2	IK3	IK4	IK5	TotIK
IK1	Pearson Correlation	1	,275**	,218*	,211*	,132	,582**
	Sig. (2-tailed)		,006	,031	,037	,194	,000
	N	98	98	98	98	98	98
IK2	Pearson Correlation	,275**	1	,313**	,062	,089	,536**
	Sig. (2-tailed)	,006		,002	,542	,384	,000
	N	98	98	98	98	98	98
IK3	Pearson Correlation	,218*	,313**	1	,468**	,463**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,031	,002		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
IK4	Pearson Correlation	,211*	,062	,468**	1	,567**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,037	,542	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
IK5	Pearson Correlation	,132	,089	,463**	,567**	1	,666**
	Sig. (2-tailed)	,194	,384	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98
TotIK	Pearson Correlation	,582**	,536**	,757**	,712**	,666**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

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

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

### Variabel Konformitas ( $X_2$ )

#### Correlations

		KF1	KF2	KF3	KF4	KF5	TotKF
KF1	Pearson Correlation	1	,325**	,219*	,291**	,186	,589**
	Sig. (2-tailed)		,001	,030	,004	,067	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KF2	Pearson Correlation	,325**	1	,276**	,246*	,090	,572**
	Sig. (2-tailed)	,001		,006	,015	,378	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KF3	Pearson Correlation	,219*	,276**	1	,553**	,512**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,030	,006		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KF4	Pearson Correlation	,291**	,246*	,553**	1	,512**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,004	,015	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KF5	Pearson Correlation	,186	,090	,512**	,512**	1	,681**
	Sig. (2-tailed)	,067	,378	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98
TotKF	Pearson Correlation	,589**	,572**	,772**	,764**	,681**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

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

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

### Variabel Gaya Hidup ( $X_3$ )

#### Correlations

		GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	TotGH
GH1	Pearson Correlation	1	,476**	,400**	,251*	,165	,642**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,013	,104	,000
	N	98	98	98	98	98	98
GH2	Pearson Correlation	,476**	1	,485**	,423**	,231*	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,022	,000
	N	98	98	98	98	98	98
GH3	Pearson Correlation	,400**	,485**	1	,326**	,279**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,005	,000
	N	98	98	98	98	98	98
GH4	Pearson Correlation	,251*	,423**	,326**	1	,440**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000	,001		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
GH5	Pearson Correlation	,165	,231*	,279**	,440**	1	,660**
	Sig. (2-tailed)	,104	,022	,005	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98
TotGH	Pearson Correlation	,642**	,729**	,712**	,707**	,660**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

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

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

## Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

		Correlations										
		PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8	PK9	PK10	TotPK
PK1	Pearson Correlation	1	,505**	,141	,111	,054	,096	,107	,197	,063	,149	,393**
	Sig. (2-tailed)		,000	,167	,276	,595	,346	,293	,051	,538	,143	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK2	Pearson Correlation	,505**	1	,215*	,241*	,074	,365**	,229*	,237*	,133	,136	,491**
	Sig. (2-tailed)	,000		,033	,017	,471	,000	,023	,019	,191	,181	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK3	Pearson Correlation	,141	,215*	1	,758**	,665**	,369**	,347**	,499**	,283**	,289**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,167	,033		,000	,000	,000	,000	,000	,005	,004	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK4	Pearson Correlation	,111	,241*	,758**	1	,734**	,461**	,473**	,551**	,233	,259	,784**
	Sig. (2-tailed)	,276	,017	,000		,000	,000	,000	,000	,021	,010	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK5	Pearson Correlation	,054	,074	,665**	,734**	1	,360**	,419**	,543**	,238	,273**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,595	,471	,000	,000		,000	,000	,000	,018	,007	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK6	Pearson Correlation	,096	,365**	,369**	,461**	,360**	1	,596**	,590**	,310**	,197	,677**
	Sig. (2-tailed)	,346	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,002	,052	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK7	Pearson Correlation	,107	,229*	,347**	,473**	,419**	,596**	1	,640**	,281**	,276**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,293	,023	,000	,000	,000	,000		,000	,005	,006	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK8	Pearson Correlation	,197	,237*	,499**	,551**	,543**	,590**	,640**	1	,329**	,283**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,051	,019	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,005	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK9	Pearson Correlation	,063	,133	,283**	,233	,238	,310**	,281**	,329**	1	,601**	,522**
	Sig. (2-tailed)	,538	,191	,005	,021	,018	,002	,005	,001		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
PK10	Pearson Correlation	,149	,136	,289**	,259	,273**	,197	,276**	,283**	,601**	1	,531**
	Sig. (2-tailed)	,143	,181	,004	,010	,007	,052	,006	,005	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
TotPK	Pearson Correlation	,393**	,491**	,746**	,784**	,707**	,677**	,681**	,772**	,522**	,531**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

## Correlations

		Iklan Online	Konformitas	Gaya hidup	Perilaku Konsumtif
Iklan Online	Pearson Correlation	1	,533**	,547**	,551**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
Konformitas	Pearson Correlation	,533**	1	,538**	,540**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
Gaya hidup	Pearson Correlation	,547**	,538**	1	,535**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	,551**	,540**	,535**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

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



## Lampiran 10

### UJI RELIABILITAS

#### Variabel Iklan Online ( $X_1$ )

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,657	5

#### Variabel Konformitas ( $X_2$ )

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	5

#### Variabel Gaya Hidup ( $X_3$ )

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,716	5

#### Variabel Perilaku Konsumtif ( $Y$ )

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	10

## Lampiran 11

### HASIL PENELITIAN (UJI HIPOTESIS)

#### UJI NILAI F ANOVA (REGRESSION SIMULTAN)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,913	3	3,638	23,124	,000 <sup>b</sup>
	Residual	14,787	94	,157		
	Total	25,700	97			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Konformitas, Iklan Online

#### UJI NILAI T (REGRESSION PARTIAL)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,194	,342		3,492	,001
	Iklan Online	,270	,095	,281	2,830	,006
	Konformitas	,248	,094	,261	2,649	,009
	Gaya hidup	,199	,082	,240	2,412	,018

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

#### UJI NILAI KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,652 <sup>a</sup>	,425	,406	,3966

a. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Konformitas, Iklan Online

NO	PROFIL RESPONDEN						VARIABEL IKLAN ONLINE (X1)						VARIABEL KONFORMITA				
	KELAMIN	UMUR	PRODI	ANGKATAN	BULANAN	BAYAR	IK1	IK2	IK3	IK4	IK5	TOTAL	KF1	KF2	KF3	KF4	KF5
1	2	2	2	3	1	3	4	4	4	3	3	18	3	4	3	3	3
2	1	2	1	3	2	1	2	5	5	2	5	19	3	3	3	3	3
3	1	1	2	3	2	4	4	5	5	5	4	23	4	4	3	4	3
4	2	1	1	4	2	1	4	4	5	5	4	22	5	5	3	4	3
5	1	2	2	1	1	2	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	4
6	2	1	1	4	2	4	3	5	3	4	4	19	4	4	4	4	3
7	1	2	3	3	1	3	5	4	4	3	3	19	4	4	3	3	3
8	2	2	3	3	2	1	5	5	3	3	3	19	2	3	3	4	4
9	2	2	1	3	1	1	4	5	5	3	4	21	4	5	4	5	4
10	1	1	1	4	1	1	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	4
11	2	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	18	3	3	4	3	3
12	1	2	2	3	1	2	5	4	3	3	3	18	4	3	4	4	4
13	1	2	1	2	1	1	1	2	4	4	3	14	3	4	3	3	4
14	2	3	3	1	1	1	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4
15	2	1	1	4	1	1	5	4	5	4	4	22	4	3	4	4	4
16	1	3	2	2	2	4	3	2	4	3	3	15	3	4	3	3	3
17	1	1	1	3	1	1	5	5	4	4	4	22	5	3	5	5	5
18	2	3	3	1	1	1	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	5
19	2	3	3	1	2	1	5	4	4	3	3	19	4	4	3	3	3
20	2	3	3	1	1	1	4	3	4	4	4	19	4	4	4	5	4
21	2	1	2	3	1	1	4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	3
22	1	1	1	4	1	1	4	4	5	5	5	23	4	4	4	3	3
23	2	4	3	3	2	3	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	3
24	1	2	1	3	1	2	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4
25	1	2	2	2	1	1	4	4	2	4	5	19	5	4	3	3	3

26	2	2	1	2	1	1	5	4	4	4	3	20	5	4	4	3	4
27	1	1	2	4	1	1	5	4	5	3	4	21	4	3	4	5	5
28	2	4	3	3	2	1	4	4	5	5	4	22	5	5	3	4	3
29	2	3	2	1	1	1	4	5	4	4	4	21	3	4	3	3	4
30	1	1	2	3	1	3	5	3	4	3	5	20	4	4	3	4	4
31	1	1	1	4	1	1	3	5	3	4	4	19	4	4	4	4	5
32	2	1	2	4	1	1	4	5	5	4	4	22	5	4	4	3	4
33	1	2	1	3	2	1	4	4	2	2	2	14	4	2	2	4	3
34	2	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	18	3	3	3	3	3
35	1	2	1	3	1	1	5	5	3	3	3	19	4	4	3	4	4
36	2	2	3	3	1	1	2	2	3	4	3	14	4	4	3	3	2
37	2	2	1	3	1	1	4	4	4	3	4	19	3	3	4	3	4
38	2	2	2	3	1	1	2	5	5	2	5	19	3	5	3	3	2
39	2	2	1	3	2	1	4	4	5	5	4	22	4	5	3	3	4
40	1	1	2	4	1	1	3	4	5	5	4	21	4	5	3	4	4
41	2	2	2	4	1	1	2	3	3	3	3	14	5	4	5	3	3
42	2	2	1	2	1	1	4	5	3	3	3	18	4	3	3	4	4
43	1	1	2	4	1	1	4	3	4	5	5	21	4	4	2	3	3
44	2	4	3	3	2	4	4	4	5	3	4	20	5	4	4	4	4
45	1	2	1	3	1	2	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	2
46	2	2	2	3	2	1	3	5	3	3	4	18	5	3	3	3	3
47	1	1	2	4	2	1	4	3	4	3	4	18	4	5	4	4	5
48	2	1	2	4	2	1	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	4
49	2	2	1	2	1	1	4	5	5	4	4	22	5	4	4	3	4
50	2	2	2	2	1	1	4	4	4	4	4	20	4	3	5	4	4
51	1	1	3	4	1	2	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	5
52	2	4	3	3	3	2	5	3	5	5	5	23	5	5	5	4	4

53	2	1	3	4	1	1	3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	3
54	2	1	1	4	1	1	4	4	5	5	5	23	4	4	4	3	3
55	1	1	2	3	1	1	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	4
56	2	1	2	3	1	2	3	3	3	4	4	17	2	3	3	4	4
57	2	1	1	3	1	1	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5
58	1	4	3	3	1	1	4	4	5	3	4	20	5	4	4	4	4
59	2	4	3	3	1	1	4	2	3	4	4	17	4	3	3	4	4
60	1	1	2	3	2	1	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4
61	2	1	3	4	1	1	4	4	3	3	4	18	4	3	5	5	4
62	1	1	2	4	1	3	3	3	4	4	4	18	4	4	4	5	4
63	2	1	3	4	1	1	5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	5
64	1	4	3	3	1	1	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	4
65	2	1	1	4	1	1	3	3	3	5	4	18	3	5	5	3	4
66	2	1	2	4	1	1	4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	5
67	2	2	2	2	1	1	4	3	4	4	5	20	5	5	4	4	5
68	1	2	2	3	1	1	5	5	5	5	5	25	4	4	3	4	4
69	2	2	2	3	1	1	4	3	4	3	4	18	5	5	4	4	2
70	1	2	2	3	1	2	5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	4
71	1	2	1	3	1	1	5	4	5	5	5	24	5	2	3	3	4
72	2	2	2	3	1	3	5	4	4	3	4	20	5	4	2	3	3
73	1	1	1	3	1	1	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	5
74	1	2	2	3	1	1	4	4	5	5	5	23	3	5	3	3	3
75	2	1	1	4	1	1	4	3	5	5	5	22	5	5	4	5	5
76	1	2	1	3	1	1	5	4	3	3	3	18	3	3	4	3	3
77	1	2	1	3	1	1	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2
78	2	3	3	4	2	2	4	3	3	3	4	17	4	3	3	3	4
79	2	3	2	4	1	1	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	5

80	1	1	1	4	1	3	5	3	5	5	5	23	5	5	5	4	4
81	1	3	2	1	2	1	2	4	3	3	4	16	5	4	5	4	5
82	1	1	1	3	1	1	4	3	3	4	4	18	4	3	3	3	3
83	1	1	2	3	1	1	3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	3
84	1	1	2	3	1	3	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	4
85	1	2	3	3	2	2	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5
86	1	2	3	3	1	1	5	5	5	4	3	22	3	3	4	3	4
87	2	2	1	2	1	1	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4
88	2	2	1	2	1	1	4	4	3	3	4	18	4	3	5	5	4
89	1	1	1	3	1	2	4	5	4	3	3	19	4	4	4	3	4
90	1	2	2	3	1	1	5	4	4	4	4	21	3	3	2	3	4
91	1	2	2	3	1	1	4	4	5	4	5	22	5	4	3	3	4
92	2	2	3	2	1	1	5	4	4	3	4	20	5	4	2	3	3
93	1	1	1	4	2	1	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4
94	1	1	1	4	2	3	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	5
95	2	1	2	4	1	1	4	4	5	5	5	23	3	5	3	3	3
96	1	1	1	4	1	1	3	5	5	3	3	19	3	3	4	3	5
97	1	3	3	4	1	1	4	3	3	3	4	17	4	3	4	4	4
98	2	2	3	2	1	1	5	4	4	3	4	20	5	4	2	3	3
							396	394	402	378	393	1963	397	381	363	360	370

S (X2)	VARIABEL GAYA HIDUP (X3)						PERILAKU KONSUMTIF (Y)										JUMLAH	
	TOTAL	GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	TOTAL	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8	PK9		PK10
16	5	2	1	3	3	14	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32	80
15	3	4	3	3	3	16	2	3	3	3	3	3	4	3	5	5	34	84
18	3	5	4	5	3	20	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41	102
20	5	4	4	4	5	22	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	44	108
21	5	4	4	4	3	20	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47	110
19	5	4	4	5	3	21	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29	88
17	5	5	5	3	2	20	4	3	3	3	4	3	3	4	5	5	37	93
16	3	3	4	4	4	18	3	4	2	3	2	4	4	4	3	4	33	86
22	4	4	3	4	3	18	5	4	2	2	2	4	3	3	5	5	35	96
24	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45	112
16	3	4	4	4	5	20	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	36	90
19	3	4	3	4	5	19	4	4	2	3	3	3	4	4	3	2	32	88
17	3	4	3	5	5	20	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36	87
21	4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44	111
19	4	4	5	5	3	21	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	45	107
16	3	3	3	4	3	16	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	27	74
23	4	4	4	4	2	18	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45	108
24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	121
17	5	5	5	3	2	20	4	3	3	3	4	3	3	4	5	5	37	93
21	4	4	4	4	2	18	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41	99
21	4	5	4	4	5	22	4	3	4	4	4	3	5	3	4	5	39	105
18	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	105
19	5	4	5	5	4	23	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	41	105
21	4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44	111
18	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43	102





15	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32	84
18	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	105
19	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43	106
16	3	4	4	3	3	17	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	31	81
23	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43	114
21	4	4	5	4	5	22	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47	110
18	2	2	3	3	2	12	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	35	82
18	4	5	5	4	4	22	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	44	104
21	4	4	3	4	1	16	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	47	102
21	5	5	4	4	4	22	5	4	2	2	3	5	5	5	5	4	40	101
23	4	3	4	3	3	17	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44	106
22	2	3	3	2	3	13	3	3	3	5	4	4	4	4	3	2	35	94
20	2	2	4	5	5	18	4	5	3	5	3	3	4	4	3	4	38	94
17	4	4	2	3	2	15	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	35	85
23	4	4	4	5	5	22	4	3	4	5	5	4	4	4	3	5	41	106
19	3	4	3	4	4	18	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	45	107
20	4	3	4	3	4	18	5	3	3	3	4	5	5	5	4	5	42	98
23	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	3	3	3	3	5	5	41	111
17	3	3	5	4	2	17	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38	96
17	5	4	5	2	2	18	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	43	98
23	4	4	5	5	5	23	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	40	110
17	4	4	3	4	4	19	3	3	5	5	5	4	4	5	4	5	43	102
24	4	3	4	5	4	20	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	46	112
16	3	4	4	4	5	20	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	36	90
13	2	2	3	3	4	14	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	33	75
17	3	4	4	4	2	17	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	34	85
23	5	4	5	5	5	24	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38	108

23	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49	120
23	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45	106
16	4	2	2	3	5	16	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	35	85
15	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32	84
19	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43	106
24	5	5	4	5	4	23	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	43	113
17	3	4	4	4	4	19	3	3	5	4	5	5	4	5	5	5	44	102
18	4	5	5	4	4	22	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	44	104
21	4	4	3	4	1	16	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	33	88
19	3	4	3	3	3	16	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	33	87
15	4	4	4	4	2	18	2	3	5	5	4	5	5	5	5	4	43	97
19	5	5	5	4	5	24	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38	103
17	5	4	5	2	2	18	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	43	98
17	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	36	91
23	4	4	5	5	5	23	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	40	110
17	4	4	3	4	4	19	3	3	5	5	5	4	4	5	4	5	43	102
18	4	5	5	4	5	23	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	44	104
19	3	4	4	4	2	17	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	34	87
17	5	4	5	2	2	18	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	43	98
1871	384	391	390	383	368	1916	363	374	380	398	378	400	405	399	411	412	3920	9670