

**DAMPAK PENGARUH SOSIAL DI FACEBOOK PADA PROSES  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID**



**Disusun oleh:**

**Michael Kelvin Tjandra**

**160322447**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**TAHUN 2020**

**SKRIPSI**

**DAMPAK PENGARUH SOSIAL DI FACEBOOK PADA PROSES  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID**

**Disusun oleh:**

**Michael Kelvin Tjandra**

**160322447**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

**Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc. IB, Ph.D.      November 2020**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**SURAT KETERANGAN**

No. 022/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 16 Desember 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- |                                               |                 |
|-----------------------------------------------|-----------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo., MBA.           | (Anggota)       |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA.                 | (Anggota)       |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Michael Kelvin Tjandra  
NPM : 160322447

Dinyatakan

**Lulus Tanpa Revisi**

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

  
  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **DAMPAK PENGARUH SOSIAL DI FACEBOOK PADA PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi Sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,  
Yang menyatakan

**Michael Kelvin Tjandra**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-nya yang telah menyertai sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini, tidak terlepas dukungan dari berbagai macam pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan pengerjaan skripsi ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati dan memberikan kesempatan bagi penulis agar mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc. IB, Ph.D. selaku pembimbing skripsi yang telah membantu penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
3. Seluruh dosen yang telah mengajar, membimbing, dan membagikan ilmu kepada penulis sehingga ilmu yang diberikan dapat diterapkan secara maksimal kedalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh responden kuesioner yang sudah bersedia membantu meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini.
5. Ayah dan ibu, serta seluruh anggota keluarga saya baik jauh maupun dekat, yang telah membantu membimbing, memberi semangat, serta membantu menyebarkan kuisisioner penelitian ini.
6. Semua teman-teman saya yang telah membantu penulis dalam berbagai bentuk bantuan tidak hanya sebatas mengisi dan membagikan kuisisioner.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dalam hal ini penulis menerima secara terbuka masukan kritik dan saran yang berguna untuk membangun penulisan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penelitian.....	5
BAB II.....	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Konsumen Smartphone Android.....	7
2.1.2. Proses Pengambilan Keputusan Smartphone Android di Facebook.....	8
2.1.3. Sumber Pengaruh Sosial .....	9
2.1.4. Aktivitas Platform Sosial .....	10
2.1.5. Pengaruh Sosial.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu .....	12
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	13
2.4. Model Penelitian.....	16
BAB III.....	17
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	17
3.2. Sample Penelitian .....	17
3.3. Pengumpulan Data.....	17
3.4. Uji Instrumen .....	18
3.5. Teknik Analisis Data & Uji Hipotesis.....	21

3.5.1. One Way ANOVA.....	21
3.5.2. Regresi Linier Sederhana.....	22
3.5.3. Regresi Linier Berganda .....	22
BAB IV.....	23
4.1. Analisis Karakteristik Demografis.....	23
4.2. Regresi Linier Berganda .....	23
4.2.1. Pengaruh Sosial.....	23
4.3. Regresi Linier Sederhana.....	24
4.3.1. Pengenalan Kebutuhan.....	24
4.3.2. Pencarian Informasi .....	25
4.3.3. Evaluasi Alternatif .....	26
4.3.4. Pembelian Sebenarnya .....	27
4.3.5. Evaluasi Pasca Pembelian .....	28
4.4. One Way ANOVA.....	29
4.5. Pembahasan.....	34
4.5.1. Pengaruh Sosial.....	34
4.5.2. Pengenalan Kebutuhan.....	34
4.5.3. Pencarian Informasi .....	35
4.5.4. Evaluasi Alternatif .....	35
4.5.5. Pembelian Sebenarnya .....	36
4.5.6. Evaluasi Pasca Pembelian .....	36
BAB V.....	37
5.1. Kesimpulan.....	37
5.2. Implikasi Manajerial.....	38
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	39
5.4. Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	39
DAFTAR PUSTAKA .....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peran Facebook Pada Proses Pengambilan Keputusan.....	8
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	18
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	19
Tabel 4.3 Hasil Analisis Regresi Berganda pada Variabel Pengaruh Sosial .....	23
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Sederhana pada variabel Pengenalan Kebutuhan .....	25
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Sederhana pada Variabel Pencarian Informasi .....	26
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Sederhana pada Variabel Evaluasi Alternatif.....	27
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Sederhana pada Variabel Pembelian Sebenarnya .....	28
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Sederhana pada Variabel Evaluasi Pasca Pembelian .....	29
Tabel 4.9 One Way ANOVA Pendapatan Per Bulan.....	30
Tabel 4.10 Nilai Mean Variabel Pendapatan Per Bulan .....	30
Tabel 4.11 One Way ANOVA Harga Beli Smartphone .....	31
Tabel 4.12 Nilai Mean Variabel Harga Beli Smartphone .....	32



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	16
-----------------------------------	----



## **BAB I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1.Latar Belakang**

Konsumen atau calon konsumen selalu mencari berbagai informasi yang dibutuhkan sebelum melakukan sebuah keputusan pembelian, dalam hal itu internet menjadi salah satu sumber informasi yang murah dan mudah diakses oleh semua orang. Media social yang digunakan oleh berbagai macam pengguna menjadi sarana yang tepat bagi konsumen untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Dengan berkembangnya Web 2.0 dimana seluruh konten yang diciptakan didalamnya dibentuk oleh penggunanya itu sendiri, media sosial menjadi sarana yang tepat bagi konsumen untuk mencari informasi yang terkait dengan produk yang ingin mereka cari.

Dengan terciptanya Web 2.0, pengguna internet tidak hanya membaca sebuah kabar berita atau informasi yang tertulis didalamnya, tetapi juga ikut berpartisipasi membangun konten didalamnya dan berinteraksi satu sama lain (O'Reilly, 2005). Salah satu media internet yang termasuk dalam Web 2.0 yaitu Facebook, karena Facebook merupakan media internet yang dapat digunakan penggunanya untuk menulis sebuah berita, membuat konten, memberikan reaksi kepada berita dan konten tersebut serta berinteraksi secara pribadi antar penggunanya. Facebook menyediakan fitur posting yang merupakan salah satu intisari dari Facebook selain fitur messangernya. Posting memberi penggunanya kebebasan untuk mengirim apapun yang mereka inginkan, seperti sebuah berita, video hiburan, bahkan hingga mengiklankan sebuah produk.

Didalam fitur posting tersebut terdapat fitur pendorong yang dapat membantu penggunanya berinteraksi satu sama lain, yaitu like, comment, dan share. Ketiga fitur tersebut mampu memberikan penggunanya kemampuan untuk mengatakan apa yang mereka rasakan, memberi reaksi kepada suatu postingan, dan juga membagikan postingan tersebut kepada teman atau bahkan publik. Hal

ini menjadi salah satu hal yang akan diteliti oleh peneliti, karena fitur ini mampu memberikan informasi penting bagi seseorang ketika ingin melakukan suatu keputusan pembelian.

Ketika seseorang ingin melakukan suatu keputusan pembelian, banyak hal yang menjadi pertimbangan pembelian. Dalam rangka seseorang mencari solusi atau jawaban akan keputusan pembelian tersebut, e-WoM menjadi salah satu jawabannya. Sebelum melakukan keputusan pembelian, calon konsumen dapat mencari informasi produk yang dicari melalui e-WoM. Menurut Kotler et al. (2019), terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengaruh dari e-WoM, yaitu kredibilitas (Semakin terpercaya sumber/ orangnya, maka pengaruhnya akan semakin besar), personal (mencerminkan fakta, opini, dan pengalaman), dan ketepatan waktu (seberapa ingin seseorang membeli produk tersebut pada waktu tertentu).

Dengan berkembangnya zaman, teknologi menjadi semakin maju dan kebutuhan manusia juga mengikuti perkembangan zaman tersebut. Saat ini smartphone menjadi suatu barang yang sangat umum digunakan oleh semua orang, atau bahkan sudah menjadi kebutuhan yang cukup penting bagi seseorang dalam hal komunikasi. Tetapi tidak semua orang membeli smartphone hanya untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, tetapi bisa juga sebagai sarana hiburan, transaksi, dan yang lainnya. Spesifikasi yang dibutuhkan seseorang berbeda-beda, dan dalam rangka mencari barang sesuai spesifikasinya, seseorang akan mencari informasi terkait barang yang diinginkan melalui berbagai media, salah satunya adalah melalui e-WoM.

Pengaruh sosial yang diberikan oleh sosial media Facebook menarik perhatian peneliti, karena pengaruh sosial sendiri termasuk dalam bagian e-WoM yang lebih terperinci dan dapat diteliti lebih dalam lagi pengaruhnya terhadap suatu keputusan pembelian seseorang. Dengan penjelasan diatas peneliti akan melakukan penelitian mengenai bagaimana dampak dari pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian konsumen smartphone di Facebook.

## 1.2.Rumusan Masalah

Dengan latar belakang diatas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sumber pengaruh sosial berkontribusi pada pengaruh sosial?
2. Apakah aktivitas platform sosial berkontribusi pada pengaruh sosial?
3. Apakah pengaruh sosial berkontribusi pada tahap pengenalan kebutuhan dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook?
4. Apakah pengaruh sosial berkontribusi pada tahap pencarian informasi dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook?
5. Apakah pengaruh sosial berkontribusi pada tahap evaluasi alternatif proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook.
6. Apakah pengaruh sosial berkontribusi pada tahap pembelian aktual dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook.
7. Apakah pengaruh sosial berkontribusi pada tahap evaluasi pasca pembelian dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook?
8. Apakah ada perbedaan persepsi tentang pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian sebenarnya, evaluasi pasca pembelian berdasarkan tingkat pendapatan?
9. Apakah ada perbedaan persepsi tentang pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian sebenarnya, evaluasi pasca pembelian berdasarkan harga beli smartphone?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menelaah kontribusi sumber pengaruh sosial terhadap pengaruh sosial.
2. Menganalisis dan menelaah kontribusi aktivitas platform sosial terhadap pengaruh sosial.
3. Menganalisis dan menelaah kontribusi pengaruh sosial terhadap tahap pengenalan kebutuhan dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook
4. Menganalisis dan menelaah kontribusi pengaruh sosial terhadap tahap pencarian informasi dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook.
5. Menganalisis dan menelaah kontribusi pengaruh sosial terhadap tahap evaluasi alternatif proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook.
6. Menganalisis dan menelaah kontribusi pengaruh sosial terhadap tahap pembelian aktual dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook.
7. Menganalisis dan menelaah kontribusi pengaruh sosial terhadap tahap evaluasi pasca pembelian dalam proses pengambilan keputusan konsumen smartphone android di Facebook.
8. Menganalisis dan menelaah perbedaan persepsi tentang pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian sebenarnya, evaluasi pasca pembelian berdasarkan tingkat pendapatan.
9. Menganalisis dan menelaah perbedaan persepsi tentang pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian sebenarnya, evaluasi pasca pembelian berdasarkan harga beli smartphone.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Terdapat manfaat dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan informasi berupa faktor apa yang paling mempengaruhi seseorang ketika terpapar oleh e-WoM pengaruh sosial pengguna Facebook ketika ingin melakukan pembelian produk smartphone Android.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sarana untuk menerapkan ilmu selama menjalani perkuliahan serta melatih kemampuan menganalisis sebuah permasalahan dan mencari penyelesaiannya.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini mampu memberikan informasi dan pengetahuan bagi pembaca penelitian ini yang dapat menjadi suatu wawasan baru bagi pembaca.

#### **1.5. Sistematika Penelitian**

##### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

##### **Bab II : Landasan Teori**

Bab ini membahas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis.

### **Bab III : Metode Penelitian**

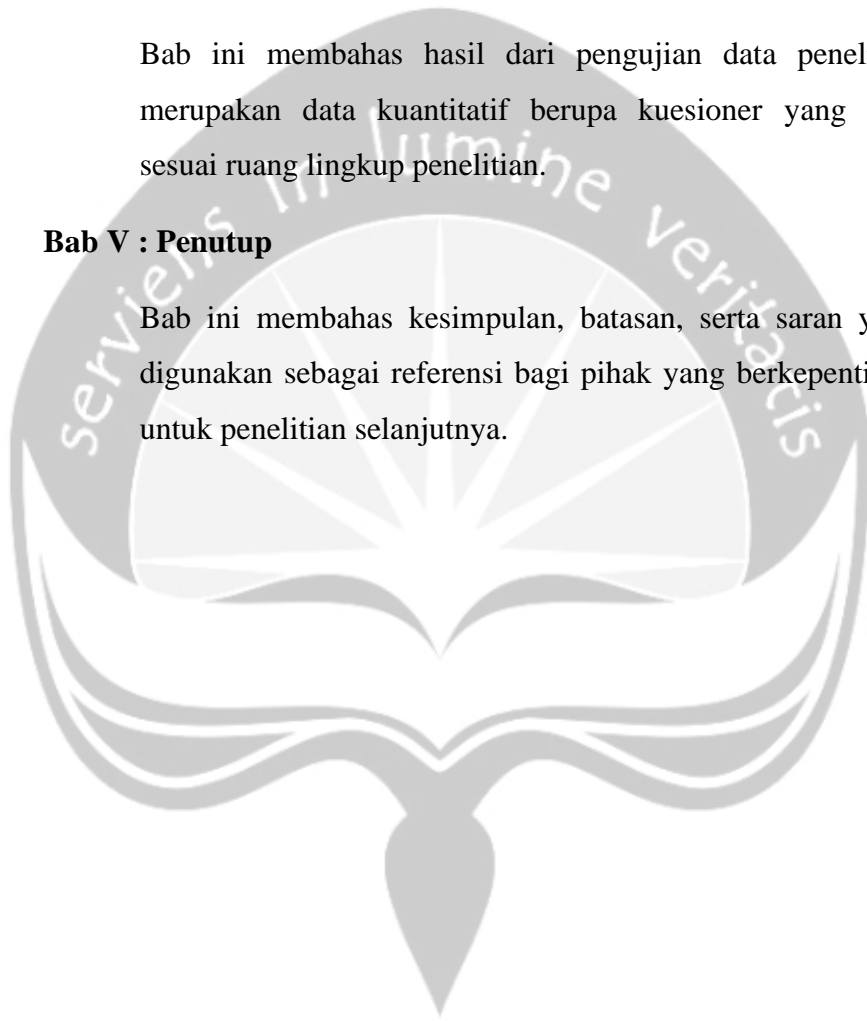
Bab ini membahas ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini.

### **Bab IV : Analisis data dan Pembahasan**

Bab ini membahas hasil dari pengujian data penelitian, data merupakan data kuantitatif berupa kuesioner yang disebarkan sesuai ruang lingkup penelitian.

### **Bab V : Penutup**

Bab ini membahas kesimpulan, batasan, serta saran yang dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak yang berkepentingan serta untuk penelitian selanjutnya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dengan melihat hasil dari pengolahan data diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sumber pengaruh sosial berkontribusi secara positif terhadap pengaruh sosial pada sosial media Facebook.
2. Aktifitas platform sosial berkontribusi secara positif terhadap pengaruh sosial pada sosial media Facebook.
3. Pengaruh sosial berkontribusi secara positif terhadap pengenalan kebutuhan pada sosial media Facebook.
4. Pengaruh sosial berkontribusi secara positif terhadap pencarian informasi pada sosial media Facebook.
5. Pengaruh sosial berkontribusi secara positif terhadap evaluasi alternatif pada sosial media Facebook.
6. Pengaruh sosial berkontribusi secara positif terhadap pembelian sebenarnya pada sosial media Facebook.
7. Pengaruh sosial berkontribusi secara positif terhadap evaluasi pasca pembelian pada sosial media Facebook.
8. Terdapat perbedaan persepsi tentang sumber pengaruh sosial, aktifitas platform sosial, dan evaluasi pasca pembelian berdasarkan pendapatan per bulan.
9. Terdapat perbedaan persepsi tentang evaluasi alternatif dan evaluasi pasca pembelian berdasarkan harga beli smartphone



## 5.2. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan implikasi manajerial sebagai berikut:

1. Perusahaan diharapkan dapat mampu mengoptimalkan promosi dan kepuasan produk secara individual, karena dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa sumber pengaruh sosial cenderung memberi pengaruh paling besar terutama kepada konsumen berpendapatan kurang dari Rp2.000.000, yang artinya perusahaan harus mampu mendapatkan kepercayaan dan nilai kepuasan produk yang tinggi oleh berbagai individual, dimana individual tersebut akan memberikan saran positif kepada kolega, keluarga, dan teman dekat mereka untuk membeli produk smartphone Android tersebut.
2. Perusahaan diharapkan mampu mengoptimalkan promosi dengan cara menghasilkan like, comment, dan share yang positif diantara para pengguna Facebook, karena dari hasil penelitian yang ada, pengguna Facebook lebih cenderung untuk membeli produk smartphone Android yang memiliki like, comment, dan share yang positif dari postingan tentang smartphone Android tersebut.
3. Perusahaan diharapkan mampu mengoptimalkan penjualan dengan cara meningkatkan citra yang positif, sehingga mendapatkan like, comment dan share yang positif dimana selanjutnya akan mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen yang ada, karena pengaruh sosial memberikan dampak yang paling besar terhadap variabel pembelian sebenarnya.
4. Perusahaan diharapkan lebih memperhatikan promosi terutama pada produk smartphone dengan harga dibawah Rp2.000.000, karena pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa kelompok sample harga smartphone dibawah Rp2.000.000 memiliki evaluasi alternatif dan evaluasi pasca pembelian yang paling besar.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian hanya menjangkau aspek like, comment, dan share pada sosial media Facebook. Sementara fitur lain seperti messenger, iklan, dan yang lainnya juga dapat mempengaruhi.
2. Penelitian hanya berfokus pada media sosial Facebook.
3. Kuisisioner dari penelitian sebelumnya terdapat potensi munculnya multikolinearitas yang dapat berdampak pada hasil penelitian yang ada.

### **5.4. Saran Untuk Penelitian Berikutnya**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, penulis menuliskan saran untuk penelitian kedepannya agar menjadi penelitian yang lebih baik lagi:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjangkau lebih banyak aspek yang diteliti pada sosial media Facebook, tidak hanya pada like, comment, dan share.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih banyak sosial media yang memiliki pengaruh sosial yang tinggi terhadap proses keputusan pembelian seseorang, sehingga dapat membandingkan sosial media mana yang memiliki dampak terbesar dan paling efektif terhadap proses pengambilan keputusan pembelian.
3. Memilah kuisisioner untuk menghindari terjadinya multikolnrearitas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2010), *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bea, S. & Lee, T. (2011), "Gender Differences in Consumers' Perception of Online Consumer Reviews", *Journal of Electronic Commerce Research*, 11(2), 201-214.
- Chen, Y., Fay, S., & Wang, Q. (2011), "The Role of Marketing in Social Media: How Online Consumer Reviews Evolve", *Journal of Interactive Marketing*, 25, 85-94.
- Chu, S., & Kim, Y. (2011), "Determinants of Consumer Engagement in Electronic Word-of-Mouth (eWOM) in Social Networking Sites", *International Journal of Advertising*, 30(1), 47-75.
- Clow, E. K & Baack, D. 2016. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson Education. Seventh Edition, 76
- Garbarino, E., & Strahilevitz, M. (2004). "Gender Differences in the Perceived Risk of Buying Online and the Effects of Receiving a Site Recommendation", *Journal of Business Research*, 57, 768-775.
- Hunt, D., Atkin, D., & Krishnan, A. (2012). "The Influence of Computer-Mediated Communication Apprehension on Motives for Facebook Use", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(2), 187-202.
- Kotler, P. (2017), *Principles of Marketing*. Pearson Education. Seventh European Edition, 156.
- Kotler, P. and Keller K.L (2009), *Marketing Management (13<sup>th</sup> edn)*, Pearson Education International, Prentice Hall, 185
- Kotler, P., Keller K.L., Goodman, M., Mairead, B. & Hansen, T. (2019), *Marketing Management 4<sup>th</sup> European Edition*, Pearson International Contentt.
- Kwahk, K. Y., & Ge, X. (2012), "The Effects of Social Media on E-commerce: A Perspective of Social Impact Theory", *45th Hawaii International Conference on System Sciences*, 1814- 1823.
- Lamb, C.W, Hair, J.F & McDaniel, C. (2011) "Essentials of Marketing", Cengage

Learning, 190

- Lay-Yee, K. L., Kok-Siew, H., & Yin-Fah, B. C. (2013), "Factors Affecting Smartphone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y", *International Journal of Asian Social Science*, 2426-2440
- Malviya, S., & Saluja, M. S. (2013), "A Study on the Factors Influencing Consumer's Purchase Decision towards Smartphones in Indore", *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 14-21
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009), "Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix", *Business Horizons*, 52, 357-365.
- O'Reilly, T. (2005), "What Is Web 2.0", O'Reilly Network.
- Power, D. J., & Philips-Wren, G. (2011), "Impact of Social Media and Web 2.0 on Decision Making", *Journal of Decision Systems*, 20(3), 249-261.
- Reiss, Steven. (2012), "Intrinsic and Extrinsic Motivation", *Teaching of Psychology*. **39** (2): 152–156.
- Robins, G., Pattison, P., & Elliott, P. (2001), Network Models for Social Influence Processes. *Psychometrika*, 66(2), 161-190.
- Solomon, M. 2004. Consumer Behavior. *Sixth edition*. Prentice Hall, 12.
- Sun, T., Chen, W., Liu, Z., Wang, Y., Sun, X., Zhang, M., & Lin, C. Y. (2011), "Participation Maximization Based on Social Influence in Online Discussion Forums", *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 361-368.
- Wang, J. C., & Chang, C. H. (2013), "How Online Social Ties and Product-Related Risks Influence Purchase Intentions: A Facebook Experiment", *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(5), 337-346.
- Wang, X., Yu, C., & Wei, Y. (2012), "Social Media Peer Communication and Impacts on Purchase Intentions: A Consumer Socialization Framework", *Journal of Interactive Marketing*, 26, 198-208.
- Wollenberg, A., & Thuong, T. T. (2014), "Consumer Behaviour in the Smartphone Market in Vietnam", *International Journal of Innovation*,

*Management and Technology*, 412-416

- Yadav, M. S., De Valck, K., Hennig-Thurau, T., Hoffman, D. L., & Spann, M. (2013), "Social Commerce: A Contingency Framework for Assessing Marketing Potential". *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 311-323.
- Yang, T. (2012), "The Decision Behavior of Facebook Users", *Journal of Computer Information Systems*, 52(3), 50-59.

## LAMPIRAN I

### Kuisisioner

Dampak Pengaruh Sosial Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Smartphone Android Melalui Media Facebook.

Terimakasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. Perkenalkan, nama saya Michael Kelvin Tjandra, mahasiswa dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi saya, mohon bantuannya agar dapat mengisi kuisisioner ini dengan sejujur-jujurnya.

Jenis Kelamin :Laki-laki/ Perempuan

Usia :

Berapakah pendapatan anda setiap bulan :

Kurang Dari Rp2.000.000

Rp2.000.000 ~ Rp5.000.000

Lebih dari Rp5.000.000

Merk smartphone Android apa yang terakhir kali anda beli \*

Sony

Samsung

Nokia

HTC

LG

Asus

OPPO

Vivo

ZTE

OnePlus

Huawei

Xiaomi

Motorola

Other:

Berapa harga beli smartphone Android yang anda gunakan saat ini \*

Dibawah Rp2.000.000

Rp2.000.000 ~ Rp7.000.000

Diatas Rp7.000.000

Apakah anda memiliki Facebook? (apabila tidak, diharapkan untuk tidak melanjutkan pengisian kuisisioner) \*

Ya/ Tidak

Apakah anda pernah membaca review / postingan tentang smartphone Android di Facebook? (apabila tidak, diharapkan untuk tidak melanjutkan pengisian kuisisioner) \*

Ya/ Tidak

### Kuisisioner Pengaruh Sosial

Keputusan pembelian smartphone Android saya, mengikuti informasi like/ comment/ share dari mayoritas teman-teman saya. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Keputusan pembelian smartphone android saya, mengikuti informasi like/ comment/ share karena saya berasumsi akan mendapatkan informasi yang akurat. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

### Kuisisioner Sumber Pengaruh Sosial

Keputusan pembelian smartphone Android saya, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share dari kolega saya. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Keputusan pembelian smartphone Android saya, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share dari teman dekat saya. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Keputusan pembelian smartphone Android saya, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share dari selebriti & artis favorit saya. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Keputusan pembelian smartphone Android saya, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share dari fanpage & media yang saya ikuti. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju



### Kuisisioner Aktifitas Platform Sosial

Keputusan pembelian saya sangat dipengaruhi oleh informasi “Like” di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Keputusan pembelian saya sangat dipengaruhi oleh informasi “Comment” di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Keputusan pembelian saya sangat dipengaruhi oleh informasi “Share” di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

### Kuisisioner Pengenalan Kebutuhan

Setelah melihat informasi dari like/ comment/ share di facebook tentang produk smartphone, saya menjadi sadar membutuhkan produk smartphone android tersebut. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saya terdorong untuk membeli smartphone Android setelah melihat informasi like/ comment/ share di facebook tentang produk tersebut *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saya dapat mengevaluasi kebutuhan saya setelah melihat informasi like/ comment/ share tentang produk smartphone. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saya merasa mulai membutuhkan produk smartphone tersebut setelah melihat informasi like/ comment/ shares tentang produk tersebut. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

#### Kuisisioner Pencarian Informasi

Saya selalu memeriksa like/ comment/ share ketika mencari informasi tentang smartphone Android *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Ketika saya mencari informasi tentang produk smartphone, menurut saya like/ comment/ share di facebook merupakan sumber informasi yang penting. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Ketika saya mencari informasi tentang produk smartphone, menurut saya like/ comment/ share di Facebook dapat diandalkan. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saya tidak akan membuat keputusan pembelian tanpa memeriksa like/ comment/ share						
----------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

yang terkait di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

### Kuisiener Evaluasi Alternatif

Sebelum membeli produk smartphone Android, saya pasti memeriksa informasi like/ comment/ share terkait di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saat mengevaluasi alternatif untuk produk smartphone Android, saya mempertimbangkan like/ comment/ share terkait di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saya dapat mengevaluasi pilihan alternative setelah melihat jumlah & isi like/ comment/ share tentang produk terkait di Facebook *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saya tidak selesai mengevaluasi alternatif tanpa memeriksa like/ comment/ share di Facebook tentang produk smartphone android tersebut. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

### Kuisiener Pembelian Sebenarnya

Produk smartphone Android yang saya pilih, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share tentang produk tersebut. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Brand smartphone Android yang saya pilih, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share tentang produk & brand tersebut. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Tempat saya membeli smartphone Android, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share tentang produk tersebut. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Waktu/ kapan saya membeli produk smartphone Android, dipengaruhi oleh informasi like/ comment/ share tentang produk tersebut. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

**Kuisiener Evaluasi Pasca Pembelian**

Saya melihat informasi like/ comment/ share untuk mencari tahu solusi terkait masalah smartphone android yang saya alami. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Saya membagikan kepuasan atau ketidakpuasan saya tentang produk smartphone						
----------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Android saya di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Jika saya puas dengan pengalaman produk smartphone Android, saya membagikan keputusan pembelian saya berikutnya di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Jika saya tidak puas dengan produk smartphone Android saya, saya membagikan keputusan saya untuk tidak membeli produk smartphone yang sama lagi di Facebook. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Setelah membeli produk smartphone Android, saya memeriksa ulasan di Facebook untuk mengevaluasi keputusan saya. *						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

LAMPIRAN II

Data Kuisisioner

J	K	U	I	M	P	Z	Z	A	A	B	B	B	B	C	C	C	D	D	D	E	E	E	E	F	F	F	F	G	G	G	G	H	H	H	H	H		
2	4	0	3	5	2	1	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
1	6	1	3	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
1	6	2	3	8	2	1	1	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	
2	2	2	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
2	4	6	3	2	1	1	1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
1	2	1	2	9	2	1	1	4	3	2	4	4	4	1	4	2	4	4	3	1	1	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	1	2	2	1	1	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	
1	2	4	1	6	1	1	1	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	4

1	2	1	6	2	1	1	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
1	2	1	2	9	2	1	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	2	1	1	1	1	1	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5		
1	2	1	2	1	1	1	4	5	5	5	3	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4		
1	2	1	5	2	1	1	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2		
1	2	1	2	3	1	1	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4		
1	2	1	4	2	1	1	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4		
1	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	3	4	3
1	3	1	9	1	1	1	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	4	2	3	1	2	3	2	3	2	2	3	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	3	3	3		
1	2	3	0	2	1	1	4	5	4	4	1	4	2	4	1	2	5	5	1	2	2	1	1	2	5	2	1	4	4	4	1	2	1	1	1	1	1		
1	2	1	4	2	1	1	4	3	4	5	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4		
2	0	1	9	1	1	1	3	2	3	4	1	1	1	5	5	3	4	3	4	3	3	2	1	3	2	1	5	5	4	3	4	4	3	4	2	4	4		
1	8	2	2	3	1	1	5	4	5	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	
2	2	2	2	2	1	1	4	4	3	4	2	3	2	5	2	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	3	4	2	2	2	4	4	4	5	5	5		
1	2	1	2	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	6	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	2	2	2	3	1	1	5	5	5	5	4	4	4	3	2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	0	1	2	2	1	1	4	5	4	4	2	2	2	4	2	1	1	1	1	4	3	2	2	4	3	2	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4		
1	7	2	8	3	1	1	2	3	2	2	1	4	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	
1	3	0	3	2	2	1	1	4	4	4	5	5	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	
1	7	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	4	1	1	4	2	3	2	4	4	4	3	1	1	1	1	4	4	4	3	4	
1	3	3	2	2	1	1	2	4	3	4	1	1	1	2	1	3	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	3	1	1	1	1	5	3	2	2	2	2		
2	6	2	9	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	5	2	5	2	1	1	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	2	2	2	2		
2	3	1	2	6	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	3	3	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	
2	7	3	2	3	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	3	9	2	5	1	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3		
2	3	1	2	9	1	1	1	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
2	3	5	2	6	2	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	8	2	2	2	1	1	2	2	3	2	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	
2	2	2	8	1	1	1	3	2	2	4	2	2	2	4	2	1	2	4	2	4	4	4	2	3	4	3	4	2	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	
2	5	6	1	5	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
1	8	2	2	2	1	1	2	5	1	4	2	4	1	2	2	4	3	2	5	4	5	5	4	2	2	2	2	1	3	2	2	4	5	5	5	5	5	5	
2	5	6	1	5	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
1	3	3	2	4	1	1	1	3	4	3	4	2	4	2	3	2	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	2	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	
2	4	3	2	6	2	1	1	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	2	5	1	2	1	1	1	3	5	3	2	1	3	4	5	3	5	3	4	4	5	3	5	3	4	4	3	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	4	

2	4	3	5	2	1	1	2	4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	2	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3		
1	2	2	7	3	1	1	2	2	2	2	4	4	2	2	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	5	2	4		
2	4	7	2	5	1	1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4		
1	1	9	1	9	2	1	1	1	5	1	3	1	3	1	5	1	4	4	3	1	3	4	1	1	3	1	1	3	5	5	1	1	5	4	5	5	5	
1	2	9	1	9	2	1	1	3	4	3	5	3	5	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4		
1	2	1	2	2	1	1	1	5	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	5	5	5	2	2	2	2	2	3	2	5	5	5	1	5	1	2	1	1	
2	3	6	2	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
1	2	2	9	2	1	1	2	2	3	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	5	4	5	3	5	1	1	1	1	
1	2	2	2	3	1	1	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	2	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	
1	2	1	2	2	1	1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
1	3	2	3	1	2	1	1	5	5	2	5	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	3	2	6	2	1	1	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3	1	2	2	2	2	
1	2	3	9	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	4
1	2	3	2	2	1	1	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	4	9	3	5	2	1	1	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	1	2	2	3		
2	3	2	3	4	2	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	3	4	1	2	1	2	2	
2	3	3	6	2	1	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	4	1	1	1	1	4	2	2	2	2	2		
1	5	8	3	5	2	1	1	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	
2	4	3	2	5	2	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
2	3	0	3	2	2	1	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	5	8	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	3	0	1	5	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	3	6	2	6	2	1	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
1	0	2	5	2	1	1	5	4	4	5	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	5	7	3	2	3	1	1	4	4	3	3	1	1	3	1	1	3	2	2	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	2	5	2	2	2	1	1	4	3	5	5	5	4	4	4	2	3	2	3	3	2	4	2	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	
1	3	8	2	2	1	1	1	4	5	3	4	3	4	2	3	2	3	3	5	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	
1	3	2	3	1	2	1	1	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	4	4	2	3	4	1	1	1	1	
1	2	8	3	5	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	4	8	2	3	1	1	1	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	2	4	
2	3	6	3	5	2	1	1	3	1	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	2	3	2	3	2	1	
1	3	6	3	5	3	1	1	2	2	4	3	1	2	3	4	2	3	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
1	3	9	3	2	3	1	1	3	3	3	4	1	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	2	
1	5	7	3	5	2	1	1	4	4	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
2	4	0	3	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	2	3	
2	2	3	2	5	2	1	1	3	2	3	3	1	1	2	1	2	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	5	5	4	5	5	
1	4	4	3	2	3	1	1	5	4	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	1	5	5	5	5	3	1	1	1	1	1	1		

1	5	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4		
2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
1	3	5	2	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1
1	5	0	2	6	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	3	5	2	2	2	1	1	2	3	3	3	1	2	2	4	2	3	3	4	3	3	3	2	1	2	3	4	3	2	2	1	1	4	1	3	5	1			
2	3	6	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	4	1	2	2	1	1	1	2	4	4	4	1	2	1	1	2	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	
1	5	0	3	5	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
2	3	3	5	2	1	1	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	4	5	4	4	4	3	2	2	4	5	5	4	3	4	2	2	3	2				
2	2	9	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
1	4	5	3	6	2	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
2	2	8	2	9	1	1	1	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
2	2	9	2	5	2	1	1	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	
2	2	4	2	2	1	1	1	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3			
1	5	8	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1	4	2	1	1	2	2	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2		
1	4	7	3	3	3	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5		
1	4	5	3	2	2	1	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
1	3	5	2	9	1	1	1	1	3	1	3	1	3	2	3	2	3	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	2	2	2	4	1	5	5	5	5	3			
2	2	6	1	8	1	1	1	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3		
1	4	3	2	5	2	1	1	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
1	2	5	2	2	2	1	1	4	3	5	5	5	4	4	4	2	3	2	3	3	2	4	2	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3		
2	3	3	2	6	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	3	4	4		
2	3	4	2	8	2	1	1	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	2	2	2	3		
1	2	5	1	5	1	1	1	3	3	4	4	3	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
2	4	1	2	2	1	1	1	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4		
1	2	8	2	9	2	1	1	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	2	4	3	3		
2	5	9	3	9	2	1	1	4	5	3	2	2	3	2	2	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	
2	2	8	1	5	1	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	2	5	2	5	2	1	1	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3		
2	3	3	2	2	2	1	1	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3		
2	3	2	2	6	2	1	1	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
2	3	3	2	5	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3		
1	4	6	3	5	1	1	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4		
2	3	6	2	2	2	1	1	2	4	3	4	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
2	2	6	2	2	1	1	1	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
1	2	7	1	9	1	1	1	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	2			
2	4	7	2	5	2	1	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
2	2	7	2	2	2	1	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		



1	2/4	1	1	1	1	1	4	3	4	5	2	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
2	4/4	2	5	2	1	1	4	5	3	4	1	4	3	2	2	4	4	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
1	3/7	2	6	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1	
2	4/8	2	6	2	1	1	4	4	5	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4/3	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	4	2	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	3		
2	4/7	3	2	2	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	
2	3/4	2	6	2	1	1	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	
2	4/3	3	5	2	1	1	4	4	5	4	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	
1	2/2	1	1	2	1	1	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4
1	2/2	1	5	2	1	1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	3	4	3	3
1	3/6	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	2	5	3	2	2	1	3	2	4	1	2	1	3	2	1	4	1	1	1	1	
2	2/2	2	2	2	1	1	4	1	4	4	1	1	4	2	2	3	3	4	2	4	4	4	1	5	5	4	4	5	5	2	2	5	2	2	2	3	
1	2/2	2	9	2	1	1	3	5	4	3	1	5	3	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	4	5	1	1	5	5
1	2/3	1	5	1	1	1	3	3	4	4	2	3	4	4	2	2	3	4	3	2	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	
1	5/8	3	2	2	1	1	5	5	5	5	2	1	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	2/3	1	6	2	1	1	5	5	4	4	1	4	4	5	2	4	4	5	3	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	2	2	3	5	5	5	4	
2	4/0	3	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
1	4/2	3	9	3	1	1	4	2	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	3	3	5	5	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	
2	2/1	1	2	2	1	1	4	3	5	4	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
1	2/1	1	5	1	1	1	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	
1	2/2	2	4	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
1	2/1	1	1	2	1	1	3	4	4	2	1	4	3	4	2	3	3	5	2	3	4	4	5	3	3	2	3	4	4	1	1	5	3	3	5	5	
1	1/9	2	9	1	1	1	2	4	3	2	1	2	1	2	2	1	1	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	2	3	4	
1	2/2	2	6	2	1	1	5	4	3	4	2	4	5	4	2	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4		
1	1/7	1	9	1	1	1	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4	2	2	2	4	3	2	4	3	3	2	3	5	4	3	4	
1	2/1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	4	1	1	3	3	
1	2/8	1	5	2	1	1	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	
1	2/0	1	9	1	1	1	3	4	2	5	1	2	2	5	4	3	4	4	4	3	5	5	2	4	5	4	3	3	4	3	1	5	5	5	5		
1	1/9	1	2	2	1	1	2	3	3	2	1	1	1	3	1	3	1	3	1	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	4	3	2	2	2	
1	2/3	1	9	2	1	1	4	4	3	4	2	2	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	
2	5/5	3	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	
1	2/1	1	2	3	1	1	4	4	4	4	2	5	2	2	2	4	4	4	4	5	4	3	2	4	3	3	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	
1	6/1	3	2	3	1	1	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
1	1/8	2	4	3	1	1	1	3	3	1	5	1	1	1	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
1	1/9	1	2	3	1	1	4	4	4	4	4	5	1	3	1	4	2	4	4	5	3	1	1	1	4	1	1	1	5	1	1	5	1	4	5	5	
1	5/5	3	8	3	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3
1	3/5	1	9	1	1	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	5/7	3	6	2	1	1	5	4	4	3	3	1	2	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	2	2	4	2	1	1	3	

1	1	1	2	1	1	1	2	4	3	2	4	4	1	2	1	3	4	3	1	5	4	4	4	4	1	4	4	4	1	1	5	4	4	4
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

### LAMPIRAN III

#### Hasil Data

#### Reliability Pengaruh Sosial

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.790	2

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N

A1	3.32	1.153	161
A2	3.55	1.112	161

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.432	3.317	3.547	.230	1.069	.026	2

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	3.55	1.237	.654	.427	.
A2	3.32	1.330	.654	.427	.

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6.86	4.244	2.060	2

### Reliability Sumber Pengaruh Sosial

Scale: ALL VARIABLES

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.831	.835	4

<b>Item Statistics</b>			
	Mean	Std. Deviation	N
B1	3.40	1.103	161
B2	3.58	1.058	161
B3	2.58	1.292	161
B4	3.26	1.175	161

<b>Summary Item Statistics</b>							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.205	2.578	3.584	1.006	1.390	.192	4

<b>Item-Total Statistics</b>					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	9.42	8.620	.691	.550	.774
B2	9.24	8.819	.696	.554	.774
B3	10.24	8.022	.631	.411	.805
B4	9.56	8.548	.638	.417	.797

<b>Scale Statistics</b>			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.82	14.311	3.783	4

### **Reliability Aktifitas Platform Sosial**

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>
--------------------------------

		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.845	.845	3

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
C1	2.83	1.165	161
C2	3.27	1.177	161
C3	2.88	1.196	161

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.992	2.826	3.267	.441	1.156	.058	3

<b>Item-Total Statistics</b>					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	6.15	4.615	.715	.517	.780
C2	5.71	4.683	.684	.468	.810
C3	6.09	4.423	.735	.543	.760

<b>Scale Statistics</b>			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8.98	9.549	3.090	3

### **Reliability Pengenalan Kebutuhan**

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.863	.863	4

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
D1	3.43	1.023	161
D2	3.39	1.085	161
D3	3.70	.928	161
D4	3.40	1.163	161

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.480	3.391	3.702	.311	1.092	.022	4

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted



D1	10.49	7.501	.719	.564	.822
D2	10.53	6.913	.786	.633	.793
D3	10.22	8.321	.634	.434	.855
D4	10.52	6.851	.718	.517	.825

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.92	12.575	3.546	4

### Reliability Pencarian Informasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.900	.902	4

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
E1	3.50	1.113	161
E2	3.55	1.037	161
E3	3.32	1.126	161
E4	3.19	1.170	161

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.388	3.193	3.547	.354	1.111	.027	4

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	10.06	9.166	.719	.542	.893
E2	10.01	9.094	.813	.680	.861
E3	10.24	8.569	.821	.706	.855
E4	10.36	8.619	.766	.618	.877

<b>Scale Statistics</b>			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.55	15.249	3.905	4

### **Reliability Evaluasi Alternatif**

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.898	.898	4

<b>Item Statistics</b>			
	Mean	Std. Deviation	N
F1	3.29	1.149	161
F2	3.50	1.085	161
F3	3.37	1.128	161
F4	3.23	1.074	161

<b>Summary Item Statistics</b>							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.348	3.230	3.497	.267	1.083	.013	4

<b>Item-Total Statistics</b>					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
F1	10.10	8.440	.798	.653	.860
F2	9.89	8.883	.778	.643	.867
F3	10.02	8.593	.790	.634	.863
F4	10.16	9.186	.730	.558	.884

<b>Scale Statistics</b>			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items

13.39	15.090	3.885	4
-------	--------	-------	---

## Reliability Pembelian Sebenarnya

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.870	.874	4

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N

G1	3.54	1.072	161
G2	3.55	1.072	161
G3	3.32	1.165	161
G4	3.05	1.288	161

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.365	3.050	3.547	.497	1.163	.055	4

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
G1	9.92	9.225	.754	.683	.822
G2	9.91	9.217	.756	.688	.822
G3	10.14	8.881	.727	.544	.831
G4	10.41	8.568	.671	.487	.860

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.46	15.287	3.910	4

## Reliability Evaluasi Pasca Pembelajaran

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	161	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	161	100.0

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

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.915	.914	5

<b>Item Statistics</b>			
	Mean	Std. Deviation	N
H1	3.75	1.000	161
H2	3.17	1.231	161
H3	3.25	1.120	161

H4	3.28	1.205	161
H5	3.38	1.140	161

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.366	3.168	3.752	.584	1.184	.052	5

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	13.08	18.287	.589	.377	.931
H2	13.66	14.974	.823	.750	.888
H3	13.58	15.433	.869	.811	.878
H4	13.55	15.274	.807	.680	.891
H5	13.45	15.537	.834	.701	.885

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.83	24.328	4.932	5

## T-Test



Group Statistics					
	JK	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pengaruh_Sosial	1	90	3.4833	1.08734	.11462
	2	71	3.3662	.95603	.11346
Sumber_Pengaruh_Sosial	1	90	3.2250	1.01467	.10696
	2	71	3.1796	.85689	.10169
Aktifitas_Platform_Sosial	1	90	3.0185	1.09403	.11532
	2	71	2.9577	.94940	.11267
Pengenalan_Kebutuhan	1	90	3.4944	.95545	.10071
	2	71	3.4613	.79692	.09458
Pencarian_Informasi	1	90	3.3806	1.09148	.11505
	2	71	3.3979	.81457	.09667
Evaluasi_Alternatif	1	90	3.3028	1.02941	.10851
	2	71	3.4049	.89579	.10631
Pembelian_Sebenarnya	1	90	3.3139	1.04838	.11051
	2	71	3.4296	.88255	.10474
Evaluasi_Pasca_Pembelian	1	90	3.4333	1.07609	.11343
	2	71	3.2817	.85962	.10202

Independent Samples Test				
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means
		F	Sig.	t
Pengaruh_Sosial	Equal variances assumed	.387	.535	.715

	Equal variances not assumed			.726
Sumber_Pengaruh_Sosial	Equal variances assumed	1.764	.186	.302
	Equal variances not assumed			.308
Aktifitas_Platform_Sosial	Equal variances assumed	3.019	.084	.371
	Equal variances not assumed			.377
Pengenalan_Kebutuhan	Equal variances assumed	1.914	.169	.235
	Equal variances not assumed			.240
Pencarian_Informasi	Equal variances assumed	8.756	.004	-.112
	Equal variances not assumed			-.115
Evaluasi_Alternatif	Equal variances assumed	1.862	.174	-.662
	Equal variances not assumed			-.672
Pembelian_Sebenarnya	Equal variances assumed	5.017	.026	-.745
	Equal variances not assumed			-.760
Evaluasi_Pasca_Pembelian	Equal variances assumed	3.569	.061	.968
	Equal variances not assumed			.994

<b>Independent Samples Test</b>				
		t-test for Equality of Means		
		df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Pengaruh_Sosial	Equal variances assumed	159	.475	.11714
	Equal variances not assumed	157.094	.469	.11714
Sumber_Pengaruh_Sosial	Equal variances assumed	159	.763	.04542
	Equal variances not assumed	158.234	.759	.04542
Aktifitas_Platform_Sosial	Equal variances assumed	159	.711	.06077
	Equal variances not assumed	157.519	.707	.06077
Pengenalan_Kebutuhan	Equal variances assumed	159	.814	.03318
	Equal variances not assumed	158.483	.811	.03318
Pencarian_Informasi	Equal variances assumed	159	.911	-.01733
	Equal variances not assumed	158.551	.908	-.01733
Evaluasi_Alternatif	Equal variances assumed	159	.509	-.10215
	Equal variances not assumed	157.434	.502	-.10215
Pembelian_Sebenarnya	Equal variances assumed	159	.458	-.11569
	Equal variances not assumed	158.302	.448	-.11569
Evaluasi_Pasca_Pembelian	Equal variances assumed	159	.334	.15164
	Equal variances not assumed	158.969	.322	.15164

<b>Independent Samples Test</b>				
		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper

Pengaruh_Sosial	Equal variances assumed	.16375	-.20626	.44053
	Equal variances not assumed	.16128	-.20141	.43568
Sumber_Pengaruh_Sosial	Equal variances assumed	.15055	-.25191	.34276
	Equal variances not assumed	.14758	-.24607	.33691
Aktifitas_Platform_Sosial	Equal variances assumed	.16395	-.26302	.38457
	Equal variances not assumed	.16123	-.25767	.37922
Pengenalan_Kebutuhan	Equal variances assumed	.14114	-.24557	.31192
	Equal variances not assumed	.13816	-.23969	.30605
Pencarian_Informasi	Equal variances assumed	.15544	-.32433	.28966
	Equal variances not assumed	.15027	-.31413	.27947
Evaluasi_Alternatif	Equal variances assumed	.15442	-.40713	.20283
	Equal variances not assumed	.15191	-.40219	.19789
Pembelian_Sebenarnya	Equal variances assumed	.15537	-.42255	.19117
	Equal variances not assumed	.15226	-.41641	.18503
Evaluasi_Pasca_Pembelian	Equal variances assumed	.15661	-.15767	.46095

	Equal variances not assumed	.15256	-.14966	.45295
--	-----------------------------	--------	---------	--------

### REGRESI PENGARUH SOSIAL

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Aktifitas_Platform_Sosial, Sumber_Pengaruh_Sosial <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Pengaruh\_Sosial

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.605	.64743

a. Predictors: (Constant), Aktifitas\_Platform\_Sosial, Sumber\_Pengaruh\_Sosial

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103.521	2	51.761	123.486	.000 <sup>b</sup>
	Residual	66.227	158	.419		
	Total	169.748	160			

a. Dependent Variable: Pengaruh\_Sosial

b. Predictors: (Constant), Aktifitas\_Platform\_Sosial, Sumber\_Pengaruh\_Sosial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.647	.185		3.504	.001
	Sumber_Pengaruh_Sosial	.590	.076	.542	7.768	.000
	Aktifitas_Platform_Sosial	.298	.070	.298	4.274	.000

a. Dependent Variable: Pengaruh\_Sosial

### REGRESI PENGENALAN KEBUTUHAN

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh_Sosial <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Pengenalan\_Kebutuhan

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 <sup>a</sup>	.387	.383	.69620

a. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.680	1	48.680	100.434	.000 <sup>b</sup>
	Residual	77.067	159	.485		
	Total	125.747	160			

a. Dependent Variable: Pengenalan\_Kebutuhan

b. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

### REGRESI PENCARIAN INFORMASI

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh_Sosial <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Pencarian\_Informasi

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 <sup>a</sup>	.390	.387	.76464

a. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.525	1	59.525	101.810	.000 <sup>b</sup>
	Residual	92.962	159	.585		
	Total	152.488	160			

a. Dependent Variable: Pencarian\_Informasi

b. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.356	.210		6.451	.000
	Pengaruh_Sosial	.592	.059	.625	10.090	.000

a. Dependent Variable: Pencarian\_Informasi

## REGRESI EVALUASI ALTERNATIF

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh_Sosial <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Evaluasi\_Alternatif

b. All requested variables entered.



Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.379	.76508

a. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.827	1	57.827	98.792	.000 <sup>b</sup>
	Residual	93.070	159	.585		
	Total	150.897	160			

a. Dependent Variable: Evaluasi\_Alternatif

b. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.345	.210		6.394	.000
	Pengaruh_Sosial	.584	.059	.619	9.939	.000

a. Dependent Variable: Evaluasi\_Alternatif

## REGRESI PEMBELIAN SEBENARNYA

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh_Sosial <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Pembelian\_Sebenarnya

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 <sup>a</sup>	.427	.423	.74225

a. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.276	1	65.276	118.483	.000 <sup>b</sup>
	Residual	87.598	159	.551		
	Total	152.874	160			

a. Dependent Variable: Pembelian\_Sebenarnya

b. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.237	.204		6.061	.000
	Pengaruh_Sosial	.620	.057	.653	10.885	.000

a. Dependent Variable: Pembelian\_Sebenarnya

### REGRESI EVALUASI PASCA PEMBELIAN

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh_Sosial <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Evaluasi\_Pasca\_Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 <sup>a</sup>	.271	.266	.84491

a. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

ANOVA <sup>a</sup>
--------------------

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.194	1	42.194	59.107	.000 <sup>b</sup>
	Residual	113.505	159	.714		
	Total	155.699	160			

a. Dependent Variable: Evaluasi\_Pasca\_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Pengaruh\_Sosial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.656	.232		7.127	.000
	Pengaruh_Sosial	.499	.065	.521	7.688	.000

a. Dependent Variable: Evaluasi\_Pasca\_Pembelian

### ONEWAY ANOVA PENDAPATAN PER BULAN

Descriptives						
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean
						Lower Bound
Pengaruh_Sosial	1	43	3.7093	.71741	.10940	3.4885
	2	69	3.2899	1.04813	.12618	3.0381
	3	49	3.3878	1.19576	.17082	3.0443
	Total	161	3.4317	1.03001	.08118	3.2714

Sumber_Pengaruh_Sosial	1	43	3.5058	.85650	.13062	3.2422
	2	69	3.0797	.91001	.10955	2.8611
	3	49	3.1173	1.02711	.14673	2.8223
	Total	161	3.2050	.94575	.07454	3.0578
Aktifitas_Platform_Sosial	1	43	3.3721	.85823	.13088	3.1080
	2	69	2.7391	1.03984	.12518	2.4893
	3	49	3.0136	1.06710	.15244	2.7071
	Total	161	2.9917	1.03007	.08118	2.8314
Pengenalan_Kebutuhan	1	43	3.7151	.81391	.12412	3.4646
	2	69	3.3877	.85914	.10343	3.1813
	3	49	3.4031	.96260	.13751	3.1266
	Total	161	3.4798	.88652	.06987	3.3418
Pencarian_Informasi	1	43	3.6744	.80647	.12299	3.4262
	2	69	3.3080	.98997	.11918	3.0702
	3	49	3.2500	1.05697	.15100	2.9464
	Total	161	3.3882	.97624	.07694	3.2363
Evaluasi_Alternatif	1	43	3.4767	.89611	.13666	3.2010
	2	69	3.3986	.96760	.11649	3.1661
	3	49	3.1633	1.03021	.14717	2.8674
	Total	161	3.3478	.97114	.07654	3.1967
Pembelian_Sebenarnya	1	43	3.5581	.84838	.12938	3.2970
	2	69	3.3949	.89772	.10807	3.1793
	3	49	3.1531	1.15449	.16493	2.8215
	Total	161	3.3649	.97748	.07704	3.2128
Evaluasi_Pasca_Pembelian	1	43	3.8093	.78553	.11979	3.5676
	2	69	3.3855	.84319	.10151	3.1830

	3	49	2.9510	1.15940	.16563	2.6180
	Total	161	3.3665	.98647	.07774	3.2129

Descriptives					
		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Upper Bound			
Pengaruh_Sosial	1	3.9301		1.50	5.00
	2	3.5416		1.00	5.00
	3	3.7312		1.00	5.00
	Total	3.5920		1.00	5.00
Sumber_Pengaruh_Sosial	1	3.7694		1.25	5.00
	2	3.2983		1.00	5.00
	3	3.4124		1.00	5.00
	Total	3.3522		1.00	5.00
Aktifitas_Platform_Sosial	1	3.6362		1.33	5.00
	2	2.9889		1.00	5.00
	3	3.3201		1.00	5.00
	Total	3.1520		1.00	5.00
Pengenalan_Kebutuhan	1	3.9656		1.00	5.00
	2	3.5941		1.00	5.00
	3	3.6796		1.00	5.00
	Total	3.6178		1.00	5.00
Pencarian_Informasi	1	3.9226		2.00	5.00
	2	3.5458		1.00	5.00
	3	3.5536		1.00	5.00
	Total	3.5401		1.00	5.00

Evaluasi_Alternatif	1	3.7525	1.50	5.00
	2	3.6310	1.00	5.00
	3	3.4592	1.00	5.00
	Total	3.4990	1.00	5.00
Pembelian_Sebenarnya	1	3.8192	1.25	5.00
	2	3.6106	1.00	5.00
	3	3.4847	1.00	5.00
	Total	3.5170	1.00	5.00
Evaluasi_Pasca_Pembelian	1	4.0511	2.00	5.00
	2	3.5881	1.00	5.00
	3	3.2840	1.00	5.00
	Total	3.5200	1.00	5.00

ANOVA					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F
Pengaruh_Sosial	Between Groups	4.797	2	2.398	2.297
	Within Groups	164.952	158	1.044	
	Total	169.748	160		
Sumber_Pengaruh_Sosial	Between Groups	5.351	2	2.675	3.068
	Within Groups	137.760	158	.872	
	Total	143.111	160		
Aktifitas_Platform_Sosial	Between Groups	10.647	2	5.324	5.286
	Within Groups	159.120	158	1.007	
	Total	169.767	160		

Pengenalan_Kebutuhan	Between Groups	3.255	2	1.628	2.099
	Within Groups	122.492	158	.775	
	Total	125.747	160		
Pencarian_Informasi	Between Groups	4.903	2	2.451	2.624
	Within Groups	147.585	158	.934	
	Total	152.488	160		
Evaluasi_Alternatif	Between Groups	2.561	2	1.281	1.364
	Within Groups	148.335	158	.939	
	Total	150.897	160		
Pembelian_Sebenarnya	Between Groups	3.867	2	1.933	2.050
	Within Groups	149.007	158	.943	
	Total	152.874	160		
Evaluasi_Pasca_Pembelian	Between Groups	16.915	2	8.457	9.628
	Within Groups	138.784	158	.878	
	Total	155.699	160		

ANOVA		
		Sig.
Pengaruh_Sosial	Between Groups	.104
	Within Groups	
	Total	
Sumber_Pengaruh_Sosial	Between Groups	.049
	Within Groups	
	Total	
Aktifitas_Platform_Sosial	Between Groups	.006
	Within Groups	



	Total	
Pengenalan_Kebutuhan	Between Groups	.126
	Within Groups	
	Total	
Pencarian_Informasi	Between Groups	.076
	Within Groups	
	Total	
Evaluasi_Alternatif	Between Groups	.259
	Within Groups	
	Total	
Pembelian_Sebenarnya	Between Groups	.132
	Within Groups	
	Total	
Evaluasi_Pasca_Pembelian	Between Groups	.000
	Within Groups	
	Total	

### ONEWAY ANOVA HARGA BELI SMARTPHONE

Descriptives						
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean
						Lower Bound
Pengaruh_Sosial	1	41	3.5854	.73231	.11437	3.3542
	2	98	3.3878	1.04173	.10523	3.1789
	3	22	3.3409	1.40904	.30041	2.7162
	Total	161	3.4317	1.03001	.08118	3.2714

Sumber_Pengaruh_Sosial	1	41	3.4634	.81884	.12788	3.2050
	2	98	3.0740	.93349	.09430	2.8868
	3	22	3.3068	1.13634	.24227	2.8030
	Total	161	3.2050	.94575	.07454	3.0578
Aktifitas_Platform_Sosial	1	41	3.2846	.95615	.14933	2.9828
	2	98	2.8878	.99477	.10049	2.6883
	3	22	2.9091	1.24374	.26517	2.3576
	Total	161	2.9917	1.03007	.08118	2.8314
Pengenalan_Kebutuhan	1	41	3.6829	.64475	.10069	3.4794
	2	98	3.3597	.94710	.09567	3.1698
	3	22	3.6364	.93773	.19992	3.2206
	Total	161	3.4798	.88652	.06987	3.3418
Pencarian_Informasi	1	41	3.6890	.74746	.11673	3.4531
	2	98	3.2730	1.04233	.10529	3.0640
	3	22	3.3409	.96839	.20646	2.9116
	Total	161	3.3882	.97624	.07694	3.2363
Evaluasi_Alternatif	1	41	3.6402	.60737	.09486	3.4485
	2	98	3.1990	1.04163	.10522	2.9901
	3	22	3.4659	1.08917	.23221	2.9830
	Total	161	3.3478	.97114	.07654	3.1967
Pembelian_Sebenarnya	1	41	3.5732	.70985	.11086	3.3491
	2	98	3.3112	1.02988	.10403	3.1047
	3	22	3.2159	1.13990	.24303	2.7105
	Total	161	3.3649	.97748	.07704	3.2128
Evaluasi_Pasca_Pembelian	1	41	3.7854	.68468	.10693	3.5693
	2	98	3.2163	1.01886	.10292	3.0121

	3	22	3.2545	1.12492	.23983	2.7558
	Total	161	3.3665	.98647	.07774	3.2129

Descriptives					
		95% Confidence Interval for Mean			
		Upper Bound		Minimum	Maximum
Pengaruh_Sosial	1	3.8165		2.00	5.00
	2	3.5966		1.00	5.00
	3	3.9656		1.00	5.00
	Total	3.5920		1.00	5.00
Sumber_Pengaruh_Sosial	1	3.7219		2.00	5.00
	2	3.2611		1.00	5.00
	3	3.8106		1.00	5.00
	Total	3.3522		1.00	5.00
Aktifitas_Platform_Sosial	1	3.5864		1.33	5.00
	2	3.0872		1.00	5.00
	3	3.4605		1.00	5.00
	Total	3.1520		1.00	5.00
Pengenalan_Kebutuhan	1	3.8864		2.00	5.00
	2	3.5496		1.00	5.00
	3	4.0521		1.50	5.00
	Total	3.6178		1.00	5.00
Pencarian_Informasi	1	3.9250		2.25	5.00
	2	3.4819		1.00	5.00
	3	3.7703		1.50	5.00
	Total	3.5401		1.00	5.00

Evaluasi_Alternatif	1	3.8320	2.50	5.00
	2	3.4078	1.00	5.00
	3	3.9488	1.00	5.00
	Total	3.4990	1.00	5.00
Pembelian_Sebenarnya	1	3.7972	2.00	5.00
	2	3.5177	1.00	5.00
	3	3.7213	1.50	5.00
	Total	3.5170	1.00	5.00
Evaluasi_Pasca_Pembelian	1	4.0015	2.40	5.00
	2	3.4206	1.00	5.00
	3	3.7533	1.00	5.00
	Total	3.5200	1.00	5.00

ANOVA					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F
Pengaruh_Sosial	Between Groups	1.339	2	.669	.628
	Within Groups	168.410	158	1.066	
	Total	169.748	160		
Sumber_Pengaruh_Sosial	Between Groups	4.648	2	2.324	2.652
	Within Groups	138.463	158	.876	
	Total	143.111	160		
Aktifitas_Platform_Sosial	Between Groups	4.725	2	2.363	2.262
	Within Groups	165.041	158	1.045	
	Total	169.767	160		

Pengenalan_Kebutuhan	Between Groups	3.645	2	1.822	2.358
	Within Groups	122.102	158	.773	
	Total	125.747	160		
Pencarian_Informasi	Between Groups	5.061	2	2.530	2.712
	Within Groups	147.427	158	.933	
	Total	152.488	160		
Evaluasi_Alternatif	Between Groups	5.984	2	2.992	3.262
	Within Groups	144.913	158	.917	
	Total	150.897	160		
Pembelian_Sebenarnya	Between Groups	2.549	2	1.275	1.340
	Within Groups	150.325	158	.951	
	Total	152.874	160		
Evaluasi_Pasca_Pembelian	Between Groups	9.679	2	4.840	5.237
	Within Groups	146.020	158	.924	
	Total	155.699	160		

ANOVA		
		Sig.
Pengaruh_Sosial	Between Groups	.535
	Within Groups	
	Total	
Sumber_Pengaruh_Sosial	Between Groups	.074
	Within Groups	
	Total	
Aktifitas_Platform_Sosial	Between Groups	.108
	Within Groups	

	Total	
Pengenalan_Kebutuhan	Between Groups	.098
	Within Groups	
	Total	
Pencarian_Informasi	Between Groups	.069
	Within Groups	
	Total	
Evaluasi_Alternatif	Between Groups	.041
	Within Groups	
	Total	
Pembelian_Sebenarnya	Between Groups	.265
	Within Groups	
	Total	
Evaluasi_Pasca_Pembelian	Between Groups	.006
	Within Groups	
	Total	