

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan atas analisis data dan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Dapat dikatakan bahwa tidak semua variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* dengan signifikan.

1. Pembelian Tidak Terencana

Berdasarkan atas analisis regresi yang telah dilakukan maka, dapat dikatakan bahwa pembelian tidak terencana (*independent*) secara signifikan mempengaruhi variabel perilaku pembelian kompulsif. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian kompulsif konsumen dipengaruhi oleh seberapa besar dan sering pembelian tidak terencana konsumen, maka semakin sering konsumen melakukan pembelian tidak terencana kecenderungan konsumen berperilaku kompulsif dalam berbelanja semakin tinggi.

2. Penggunaan Daftar Belanja

Variabel penggunaan daftar belanja tidak dimasukkan ke dalam analisis karena tidak reliabel untuk dianalisis. Dikatakan tidak reliabel karena *Alpha-Cronbach* kurang dari 0,6 dapat dilihat pada tabel reliabilitas 3.6.

3. Materialisme

Materialisme dijelaskan oleh sub skala Kepemilikan (*possessiveness*), Ketidakmurahan Hati (*Nongenerosity*) dan Kecemburuan (*Envy*).

a. Materialisme Kepemilikan (*Possessiveness*)

Materialisme kepemilikan (*independent*) memiliki nilai signifikan (dapat dilihat kembali pada tabel 4.9). Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai materialisme kepemilikan yang dimiliki konsumen terutama remaja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian kompulsif konsumen. Nilai materialisme kepemilikan menunjukkan konsumen memiliki rasa ingin memiliki terhadap suatu barang yang disukainya dan benar-benar menjaga barang tersebut karena takut kehilangan. Maka, makin tinggi nilai materialisme kepemilikan yang dimiliki oleh konsumen maka makin tinggi pula kecenderungan berperilaku kompulsif.

b. Materialisme Ketidakmurahan Hati (*Nongenerosity*)

Materialisme ketidakmurahan hati (*independent*) tidak memiliki nilai signifikan (dapat dilihat kembali pada tabel 4.9). Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai materialisme ketidakmurahan hati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku kompulsif konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pembelian kompulsif konsumen tidak dipengaruhi oleh nilai materialisme. ketidakmurahan hati konsumen. Ketidakmurahan hati seseorang diukur dari kesediaan seseorang untuk berbagi kepemilikan dengan orang lain berarti seseorang yang tidak murah hati tidak dapat diukur apakah orang tersebut adalah seorang *compulsive buyer*.

c. **Materialisme Kecemburuan (*Envy*)**

Materialisme kecemburuan (*independent*) memiliki nilai signifikan (dapat dilihat kembali pada tabel 4.9). Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai materialisme kecemburuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku kompulsif. Sehingga, semakin tinggi rasa kecemburuan konsumen terhadap apa yang dimiliki orang lain, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen melakukan pembelian kompulsif. Nilai materialisme kecemburuan ditunjukkan apabila konsumen tidak senang apabila seseorang memiliki barang yang ia inginkan, maka orang tersebut akan membeli barang tanpa mempertimbangkan penggunaannya. Konsumen yang memiliki rasa kecemburuan yang tinggi akan terobsesi untuk membeli barang seperti yang dimiliki orang lain dan akan cenderung ingin memiliki barang bahkan tidak senang apabila orang lain memiliki barang yang sama. Maka, nilai materialisme kecemburuan konsumen yang berlebihan akan mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk berperilaku kompulsif.

4. Peran Gender

Analisis independent t-test berguna untuk menguji beda antara pria dan wanita terhadap variabel pembelian kompulsif, pembelian tidak terencana, materialisme kepemilikan, materialisme ketidakmurahan hati dan materialisme kecemburuan. Hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

a. Peran Gender dan Pembelian Kompulsif

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat bahwa secara bersama-sama baik pria maupun wanita berperilaku kompulsif. Akan tetapi wanita lebih kompulsif dibandingkan dengan pria.

b. Peran Gender dan Pembelian Tidak Terencana

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa secara bersama-sama baik pria maupun wanita melakukan pembelian tidak terencana. Akan tetapi wanita lebih sering melakukan pembelian tidak terencana daripada pria.

c. Peran Gender dan Materialisme Kepemilikan (*possessiveness*)

Berdasarkan tabel *independent samples t-test* yang dapat dilihat pada tabel 4.10, bahwa secara bersama-sama baik pria maupun wanita memiliki rasa kepemilikan. Berarti antara pria dan wanita sama-sama memiliki rasa kepemilikan terhadap suatu barang akan tetapi wanita memiliki rasa ingin memiliki yang lebih tinggi daripada pria.

d. Peran Gender dan Materialisme Ketidakmurahan Hati (*nongenerosity*)

Berdasarkan tabel *independent samples test* yang dapat dilihat pada tabel 4.10, bahwa secara bersama-sama baik pria maupun wanita memiliki rasa ketidakmurahan hati. Berarti antara pria dan wanita sama-sama memiliki rasa *nongenerosity* terhadap orang lain.

e. Peran Gender dan Materialisme Kecemburuan (*envy*)

Berdasarkan tabel *independent samples test* yang dapat dilihat pada tabel 4.10 bahwa secara bersama-sama baik pria maupun wanita kurang memiliki rasa kecemburuan/*envy*. Berarti antara pria dan wanita sama-sama tidak memiliki rasa kecemburuan/*envy* terhadap orang lain.

Kesimpulan Berdasarkan Analisis Frekuensi

Berdasarkan atas analisis frekuensi maka dapat disimpulkan bahwa antara pria dan wanita sama-sama memiliki kegemaran belanja. Hasil analisis selengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Pada saat berbelanja barang, terdapat perbedaan barang yang sering dibeli antara pria dan wanita. Pria lebih banyak berbelanja seperti makanan, kebutuhan sehari-hari dan pulsa. Berbeda dengan wanita, hampir semua barang dibeli oleh konsumen wanita. Namun wanita cenderung berbelanja baju, sandal/sepatu dan makanan.
2. Terdapat perbedaan antara pria dan wanita dalam membeli barang secara berulang-ulang tanpa mempertimbangkan penggunaan barang yang dibeli. Pria lebih kompulsif terhadap barang-barang seperti makanan, kebutuhan sehari-hari dan baju. Berbeda dengan wanita yang cenderung kompulsif terhadap barang-barang seperti baju dan makanan.
3. Ada perbedaan antara pria dan wanita mengenai faktor-faktor konsumen melakukan pembelian kompulsif. Pria melakukan pembelian kompulsif karena mereka memang suka terhadap barang tersebut, rasa ingin memiliki

barang yang dibeli dan karena memang barangnya menarik. Sedangkan wanita melakukan pembelian kompulsif karena mereka ada rasa ingin memiliki terhadap barang yang dibeli, tertarik terhadap barang yang dibeli dan karena wanita ingin mengikuti *trend*.

4. Menurut pria dan wanita, tempat yang cocok untuk berbelanja adalah di mal.
5. Para responden memilih mal sebagai tempat berbelanja karena baik pria maupun wanita merasa nyaman jika berbelanja di mal.
6. Pendapatan atau uang saku konsumen pria dan wanita rata-rata mencapai Rp 1.000.0000,00 - Rp 1.249.000,00.
7. Terdapat perbedaan antara frekuensi atau keseringan antara pria dan wanita dalam berbelanja. Pria menjawab satu bulan satu kali sedangkan wanita berbelanja sebanyak satu minggu satu kali.
8. Dalam per bulan, antara pria dan wanita sama-sama paling banyak membelanjakan uangnya sebesar Rp 500.000,00 – >Rp 500.000,00. Maka baik pria maupun wanita termasuk konsumen yang gemar belanja.
9. Berdasarkan presentase, baik pria maupun wanita membelanjakan uangnya pada saat mendapat uang saku dari orang tua.

Tabel 5.1 Hasil Analisis Multiple Choice

No	Pertanyaan	Pria (%)	Wanita (%)
1.	Barang apa saja yang sering Anda beli untuk belanja?	Makanan= 24 Kebutuhan= 23 Pulsa= 20	Baju= 19 Sandal/sepatu= 14 Makanan=12
2.	Dalam produk apa anda melakukan pembelian berulang-ulang terhadap produk tertentu tanpa mempertimbangkan penggunaan barang tersebut? (pilih salah satu saja)	Makanan= 48 Kebutuhan= 26 Baju= 19	Baju= 66 Makanan= 21
3.	Faktor apa yang paling mempengaruhi Anda melakukan pembelian berulang-ulang terhadap produk tertentu tanpa mempertimbangkan penggunaan barang tersebut? (pilih salah satu saja)	Suka= 48 Rasa memiliki= 25 Menarik= 10	Rasa memiliki= 40 Menarik=24 Mengikuti Trend=16
4.	Dimana biasanya Anda sering berbelanja? (pilih salah satu saja)	Mal = 56 Toko= 29 Super market= 12	Mal= 80 Toko= 13 Butik= 6
5.	Mengapa Anda memilih untuk berbelanja di tempat tersebut?	Nyaman= 18 Sudah terbiasa= 17 Lengkap= 16	Nyaman= 20 Sudah terbiasa= 20 Sudah terbiasa= 18
6.	Berapakah uang saku / pendapatan Anda perbulan?	1.000.000-1.249.999 = 34 <750.000= 29 1.500.000->1.500.000=14	1.000.000-1.249.999= 30 <750.000= 22 1.250.000-1.499.999= 19
7.	Seberapa sering anda melakukan pembelian berulang-ulang terhadap produk tertentu tanpa mempertimbangkan penggunaan barang pada kategori barang yang anda pilih?	1 bulan 1x= 27 > 1 minggu 1x= 27 1 minggu 1x= 20	1 minggu 1x= 30 > 1 minggu 1x= 21 2 minggu 1x= 19
8.	Berapa rupiah-kah Anda membelanjakan uang per bulan?	500.000->500.000= 39 300.000-349.999= 14	500.000->500.000= 54
9.	Pada saat kapan Anda membelanjakan uang Anda untuk belanja? (pilih salah satu saja)	Mendapat uang saku=66	Mendapat uang saku= 71

5.2 Implikasi Manajerial

Setelah mengetahui kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis memberikan saran yang berhubungan dengan penelitian ini. Saran ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi pembaca dan pihak yang terkait.

5.2.1 Praktisi perusahaan

Setelah mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan tidak mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif, diharapkan para praktisi perusahaan menggunakannya secara strategis untuk meningkatkan penjualan dengan menerapkan teknik penjualan dan promosi di dalam toko dengan menerapkan etika pemasaran yang berlaku. Seperti tidak membohongi konsumen akan tetapi membantu konsumen dalam mendapatkan kebutuhannya dengan tepat.

Bagi *Sales Promotion Girl* dalam toko, diharapkan dapat ramah terhadap pengunjung, memberikan pelayanan toko dengan baik serta memberikan masukan atau pendapat yang baik bagi konsumen.

5.2.2 Produsen

Berdasarkan kesimpulan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian secara kompulsif dan hasil dari pertanyaan multiple choice, diharapkan para produsen dapat mengetahui apa saja yang sering dibeli oleh konsumen baik pria maupun wanita sehingga akan lebih mudah dalam menawarkan barang kepada konsumennya.

5.2.3 Konsumen

Berdasarkan kesimpulan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian secara kompulsif, diharapkan konsumen dapat mengurangi pembelian yang tidak terencana

dan mengurangi pembelian yang tidak perlu, mengurangi rasa kepemilikan terhadap suatu barang dan mengurangi rasa kecemburuan terhadap orang lain dan tidak memandang bahwa materi adalah segala-galanya.

Berikut beberapa tips yang dapat penulis berikan dalam kaitannya dengan konsumen yang *shopaholic*, antara lain:

1. Membiasakan untuk tidak membawa uang terlalu banyak dan berlebihan dalam berbelanja.
2. Membiasakan untuk tidak membawa kartu kredit dan ATM card, apabila akan belanja hendaknya membawa uang seperlunya saja.
3. Apabila Anda menginginkan suatu barang, berikan batas waktu untuk berpikir apakah anda benar-benar membutuhkannya atau tidak. Jika dalam batas waktu yang diinginkan Anda masih menginginkan barang tersebut, anda dapat membelinya.
4. Belajar membiasakan diri untuk mengutamakan pembelian yang benar-benar yang dibutuhkan daripada pembelian yang berdasarkan keinginan semata.

Semoga beberapa tips di atas dapat membantu konsumen dalam melakukan pembelian atau belanja supaya tidak berlebihan dalam belanja.

5.3 Penelitian Selanjutnya

Setelah melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian yang tidak terencana maka pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan lebih banyak variabel

independent seperti pengaruh teman, media iklan, lingkungan serta menambah beberapa pertanyaan yang mendukung untuk menjelaskan faktor penggunaan daftar belanja (*shopping list*).

Dikarenakan dalam penelitian ini hanya meneliti tentang perilaku konsumen dalam melakukan pembelian kompulsif terhadap barang saja, maka diharapkan pula dalam penelitian selanjutnya agar meneliti perilaku kompulsif konsumen terhadap jasa.

Pemilihan *subject* penelitian dalam penelitian inii adalah mahasiswa, diharapkan pada penelitian selanjutnya menggunakan *subject* responden pekerja yang memiliki pendapatan lebih besar, dimungkinkan memilih responden yang memiliki kartu kredit supaya kemungkinan melakukan pembelian kompulsif lebih besar.

5.4 Batasan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan pasti memiliki beberapa batasan penelitian. Dalam penelitian ini memiliki beberapa batasan penelitian, antara lain:

1. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, sehingga responden yang digunakan hanya kelompok individu yang dapat ditemui oleh peneliti, dan bersedia untuk mengisi kuesioner.
2. Penelitian ini hanya meneliti perilaku pembelian kompulsif konsumen terhadap barang bukan jasa.

3. Keterbatasan peneliti dalam melakukan justifikasi responden yang mengisi kuesioner. Dikarenakan penelitian ini menggunakan teknik pengambilan purposive sampling maka dalam pemilihan responden, peneliti harus mampu menilai apakah seseorang dapat mewakili populasi atau tidak. Untuk mengurangi bias, peneliti menetapkan syarat-syarat sebagai berikut:
- a. Responden yang dipilih adalah responden yang suka berbelanja.
 - b. Responden yang dipilih harus melakukan pembelanjaan minimal 1 kali dalam sebulan.
 - c. Responden sering melakukan pembelian yang tidak terencana.

DAFTAR PUSTAKA

- Anarch, 2006. *Shopaholic: Apa, Siapa, Bagaimana*.
[http://anarchoi.gudbug.com/2006/10/05/shopaholic-apa-siapa bagaimana/](http://anarchoi.gudbug.com/2006/10/05/shopaholic-apa-siapa%20bagaimana/)
2006. Diakses pada tanggal 10 Juni 2009.
- Arul, 2007. *Trend Shopaholic atau Gemar Belanja*.
<http://www.kabarindo.com/detail.php?id=18>, Diakses pada tanggal 12 April 2009.
- Belk, W. Russell, 1985. "Materialism: Trait Aspects of living in the Material World". *Journal of Consumer Research*, Vol. 12, pg 265-280.
- Kotler P. & Keller, K.L, 2006, "Marketing Management", edisi 12, Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.
- Lorin, et al, 2006. "Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United State", *Academic is management Journal Psychiatry*, vol 163, no 10, pg 1806-1812.
- Sekaran, U., 2003. "Research Methods for Business", 4th ed. Third Avenue, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Suseno, P, Suharto, Marpaung, MH, Arifin, S., 2005. "Pola Konsumsi Masyarakat Yogyakarta: Faktor yang Mempengaruhi dan Kaitannya dengan Inflasi", *Laporan Penelitian Bank Indonesia*.
- Mayasari Iin & Naomi Prima, 2008. *Pendekatan Psikologi dan Sosialisasi Konsumen Terhadap Perilaku Kompulsif Studi Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Jakarta*. Prosiding Simposium Nasional Hasil Riset Ekonomi & Bisnis (APTIK) 2008.
- Motz, 2008. *4 perilaku konsumen individu dan institusional 2007 - presentasi kel 3*.
<http://www.scribd.com/doc/5624722/4-perilaku-konsumen-individu-dan-institusional-2007-presentasi-kel-3>, on-line tanggal 12 April 2009.
- Rahayu, Ninik Sri & Marpaung, Harum Murah, 2007. *Apakah Perbedaan Gender memunculkan Perbedaan Perilaku Belanja Kompulsif Remaja di Yogyakarta?*.
<http://images.n1n1x.multiply.com/attachment/0/SBFqRQoKCCIAAHbzZKY1/gender%20&%20compulsif%20buying.pdf?nmid=91719707>, Diakses pada tanggal 12 April 2009.

- Rahma, Winza Mutia, 2008. *Pengaruh Pola Komunikasi Keluarga, Parental Yielding dan perilaku pembelian Orangtua pada Perilaku pembelian yang kompulsif*. Master of theses from PFEUGM.
http://72.14.235.132/search?q=cache:TJ_wawQ7CZIJ:lib.feb.ugm.ac.id/ebdl/gdl42/gdl.php%3Fmod%3Dbrowse%26op%3Dread%26id%3Dpfeugm--rahmawinza_967+perilaku+pembelian+kompulsif&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id, Diakses pada tanggal 12 April 2009.
- Shoham & Brencic, 2003. *Compulsive Buying Behavior*. The Journal of Consumer Marketing, Vol.20, No 2, pg 127-138.
- Surbakti, Herison, 2009. “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian impulsive dan Kompulsif”,
<http://herison.pinkynet.web.id/2009/05/proses-pengambilan-keputusan-pembelian-impulsif-dan-kompulsif/>. Diakses pada tanggal 9 November 2009.
- Surya, 2006. “Pria juga gemar belanja”, <http://www.surya.co.id/2009/01/17/pria-pun-nyandu-belanja%E2%80%A6.html> 2009. Diakses pada tanggal 9 November 2009.
- Tambunan, 2006. “Remaja dan Perilaku Belanja”, www.duniaesai.com, diakses pada tanggal 10 Juni 2009.



KUESIONER PILOT STUDIES

A. Profil Responden

Nama :
Umur :
Perguruan Tinggi :
Angkatan Tahun :
Domisili :
Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan

B. Pertanyaan Terbuka Responden

1. Apakah Anda suka berbelanja?

2. Mengapa Anda suka berbelanja?

3. Dimana biasanya Anda Berbelanja?

4. Mengapa Anda suka berbelanja di tempat tersebut?

5. Apakah Anda *maniak* belanja?

6. Mengapa Anda *maniak* belanja?

7. Barang apa saja yang sering Anda beli untuk belanja?

- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____

8. Apakah Anda maniak membeli atau belanja salah satu jenis produk tertentu? Mengapa?

9. Berapa sering Anda membeli barang untuk belanja? (Berapa bulan sekali)

10. Apakah Anda sering melakukan pembelian secara spontan? Berapa sering?

11. Barang apa saja yang sering anda beli dengan spontan?

☐

☐

☐

12. Apakah Anda pernah belanja barang meskipun barang tersebut tidak Anda butuhkan? Jika Ya, (Sebutkan)

☐

☐

☐

13. Faktor apa yang mempengaruhi Anda melakukan pembelian tersebut? (iklan/teman/rasa ingin memiliki/dll)

14. Berapa uang saku Anda per bulan?

15. Berapa rupiah-kah Anda menggunakan uang saku untuk berbelanja?

16. Apakah setiap Anda berbelanja Anda menggunakan uang saku sendiri untuk berbelanja atautkah sebagian meminta orang tua untuk membelikan barang tersebut?

17. Pada saat kapan Anda menggunakan uang Anda untuk berbelanja? (menerima uang saku dari orang tua/mendapat gaji/mendapat diskon/dll)

18. Apakah Anda berbelanja berdasarkan suasana hati Anda?

19. Pada suasana hati yang seperti apa Anda suka berbelanja?

**TERIMA KASIH ATAS WAKTU DAN JAWABAN ANDA
TUHAN MEMBERKATI**



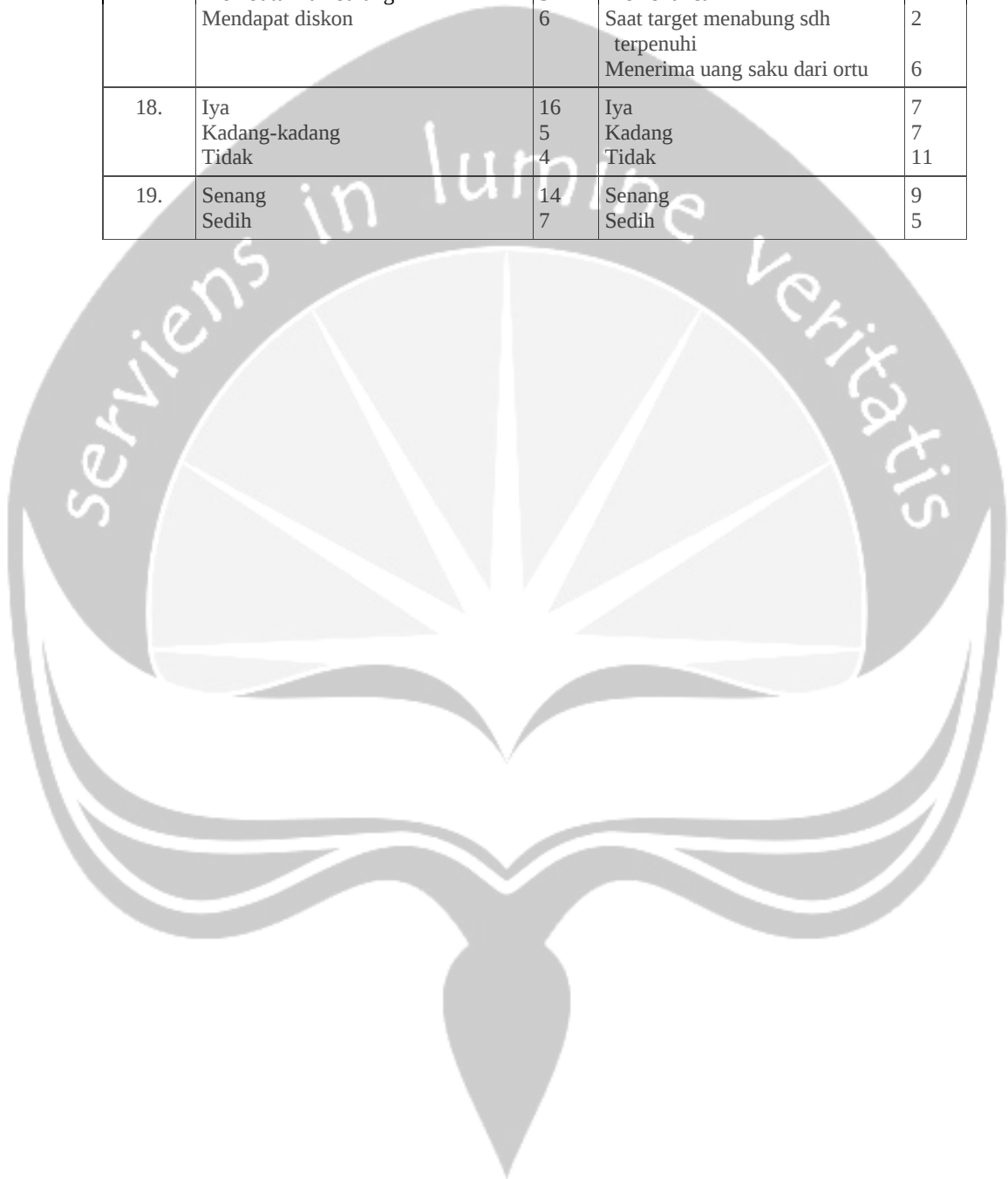


HASIL PILOT STUDI

NO	PEREMPUAN (Orang) n = 25	LAKI-LAKI (Orang) n = 25
1.	Suka sekali Suka Lumayan Suka	Suka sekali Suka Lumayan Suka
2.	Hobi Dapat Memenuhi Kebutuhan Terpengaruh teman Melegakan hati Karena ada uang Karena banyak barang menarik Menyenangkan	Hobi Dapat Memenuhi Kebutuhan Ingin mengikuti mode Refreshing Hiburan Mengikuti keinginan Menyenangkan
3.	Mal Super market Butik Toko	Mal Super market Pasar tradisional Gadget store Distro
4.	Nyaman Barangnya bagus-bagus Lengkap Banyak pilihan Mudah mencari Sudah terbiasa Menyenangkan	Nyaman Dekat rumah Lengkap Banyak Pilihan Menyenangkan Murah Sekalian jalan-jalan Asyik
5.	Ya Lumayan Tidak	Ya Lumayan Tidak
6.	<u>Dari 11 org yang menjawab YA:</u> Menambah koleksi Mengikuti trend Having fun Ikut-ikutan Menyenangkan Kebiasaan Hobi	<u>Dari 1 orang yang menjawab YA:</u> Memilih yang terbaik = 1
7.	Baju Kosmetik Parfum Makanan Tas Sandal/sepatu Pernak-Pernik Barang Kebutuhan sehari-hari Pulsa	Makanan Sepatu Kebutuhan sehari-hari Rokok Pulsa Baju HP

8.	1 bulan 5X 1 bulan 4X 1 bulan 3X 1 bulan 2X 1 bulan 1X	2 2 10 8 3	1 bulan 5X 1 bulan 4X 1 bulan 3X 1 bulan 2X 1 bulan 1X	1 2 8 10 4
9.	1 bulan 5X 1 bulan 4X 1 bulan 3X 1 bulan 2X 1 bulan 1X Setiap hari	5 4 11 3 4 1	1 bulan 5X = 6 1 bulan 3X = 10 1 bulan 2X = 4 1 bulan 1X = 3 Setiap belanja = 2	6 10 4 3 2
10.	Baju Pernak-pernik Tas Makanan Parfum	12 4 6 2 1	Makanan Baju HP Rokok	11 7 2 5
11.	Pernak-pernik Baju Tas Sepatu	11 7 4 3	CD Baju Komik Aksesoris mobil	5 10 7 3
12.	Rasa ingin memiliki Mengikuti trend Barangnya menarik Pengaruh teman Suka terhadap barang tersebut	11 3 3 7 1	Ingin memiliki Iklan Suka dengan produk baru Pengaruh teman Pacar	10 6 3 4 2
13.	< Rp 499.999,99 Rp 500.000,00-Rp 749.999,99 Rp 750.000,00-Rp 999.999,99 Rp 1.000.000,00-Rp 1.249.999,99 Rp 1.250.000,00-Rp 1.499.999,99 Rp 1.500.000,00-Rp 1.749.999,99 Rp 1.750.000,00-Rp 1.999.999,99 >Rp 2.000.000,00	6 1 3 5 4 2 2 2	< Rp 499.999,99 Rp 500.000,00-Rp 749.999,99 Rp 750.000,00-Rp 999.999,99 Rp1.000.000,00-Rp 1.249.999,99 Rp1.250.000,00-Rp 1.499.999,99 Rp1.500.000,00-Rp 1.749.999,99 Rp1.750.000,00-Rp 1.999.999,99 >Rp 2.000.000,00	4 1 5 6 3 3 2 2
14.	< Rp 49.999,99 Rp 50.000,00-Rp 99.999,99 Rp 100.000,00-Rp 149.999,99 Rp 150.000,00-Rp 199.999,99 Rp 200.000,00-Rp 249.999,99 > Rp 250.000,00	7 1 3 1 4 9	< Rp 49.999,99 Rp 50.000,00-Rp 99.999,99 Rp 100.000,00-Rp 149.999,99 Rp 150.000,00-Rp 199.999,99 Rp 200.000,00-Rp 249.999,99 > Rp 250.000,00	2 3 2 3 7 8
15.	Uang saku sendiri Minta orang tua	16 9	Uang saku sendiri Minta orang tua	21 4

16.	Menerima uang saku dr ortu	14	Mendapat gaji	7
	Mendapat gaji	2	Mendapat diskon	8
	Membutuhkan barang	3	Bisnis lancar	2
	Mendapat diskon	6	Saat target menabung sdh terpenuhi	2
			Menerima uang saku dari ortu	6
18.	Iya	16	Iya	7
	Kadang-kadang	5	Kadang	7
	Tidak	4	Tidak	11
19.	Senang	14	Senang	9
	Sedih	7	Sedih	5





KUESIONER PENELITIAN

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Perguruan Tinggi :
Angkatan Tahun :
Domisili :
Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan
No. HP :

Saya mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta selaku penulis ingin melakukan penelitian mengenai perilaku pembelian kompulsif dan hal hal yang berkaitan dengan perilaku kompulsif.

Berkaitan dengan penelitian ini peneliti meminta bantuan anda untuk mengisi kuesioner. Sebelum dan sesudahnya penulis ucapkan Terima kasih.

Pertanyaan

Berilah tanda (✓) pada pertanyaan di bawah ini :

1. Barang apa saja yang sering Anda beli untuk belanja? (boleh memilih lebih dari satu)

- | | |
|--|---|
| ☐ Baju | ☐ Rokok |
| ☐ Kosmetik | ☐ Handphone |
| ☐ Parfum | ☐ Barang Kebutuhan sehari-hari |
| ☐ Makanan | ☐ Lainnya _____ |
| ☐ Tas | |
| ☐ Sandal/sepatu | |
| ☐ Pernak-Pernik | |
| ☐ Pulsa | |

2. Dalam produk apa anda melakukan pembelian berulang-ulang terhadap produk tertentu tanpa mempertimbangkan penggunaan barang tersebut? (pilih salah satu saja)

- ☐ Baju
☐ Tas
☐ Sepatu
☐ Pernak-pernik
☐ Kebutuhan sehari-hari
☐ Makanan
☐ Lainnya _____

3. Faktor apa yang paling mempengaruhi Anda melakukan pembelian berulang-ulang terhadap produk tertentu tanpa mempertimbangkan penggunaan barang tersebut? (pilih salah satu saja)

- | | |
|--|--|
| ☐ Rasa ingin memiliki | ☐ Iklan |
| ☐ Mengikuti trend | ☐ Suka dengan produk baru |
| ☐ Barangnya menarik | ☐ Pengaruh pacar |
| ☐ Pengaruh teman | ☐ Lainnya _____ |
| ☐ Suka terhadap barang tersebut | |

4. Dimana biasanya Anda sering berbelanja? (pilih salah satu saja)

- ☐ Mal
- ☐ Super market
- ☐ Butik
- ☐ Toko
- ☐ Distro
- ☐ Pasar Tradisional
- ☐ Lainnya _____

5. Mengapa Anda memilih untuk berbelanja di tempat tersebut?

- ☐ Nyaman
- ☐ Barangnya bagus-bagus
- ☐ Lengkap
- ☐ Banyak pilihan
- ☐ Mudah mencari
- ☐ Sudah terbiasa
- ☐ Menyenangkan
- ☐ Dekat dengan rumah
- ☐ Murah
- ☐ Lainnya _____

6. Berapakah uang saku / pendapatan Anda perbulan?

- ☐ < Rp 750.000,00
- ☐ Rp 750.000,00 - Rp 999.999,99
- ☐ Rp 1.000.000,00 - Rp 1.249.999,99
- ☐ Rp 1.250.000,00 - Rp 1.499.999,99
- ☐ Rp 1.500.000,00 - > Rp 1.500.000,00

7. Seberapa sering anda melakukan pembelian berulang-ulang terhadap produk tertentu tanpa mempertimbangkan penggunaan barang pada kategori barang yang anda pilih?

- ☐ 1 bulan 1x
- ☐ 3 minggu 1x
- ☐ 2 minggu 1x
- ☐ 1 minggu 1x
- ☐ > 1 minggu 1x

8. Berapa rupiah-kah Anda membelanjakan uang per bulan?

- | | |
|--|--|
| ☐ < Rp 100.000,00 | ☐ Rp 350.000,00 - Rp 399.999,99 |
| ☐ Rp 100.000,00 - Rp 149.999,99 | ☐ Rp 400.000,00 - Rp 449.999,99 |
| ☐ Rp 150.000,00 - Rp 199.999,99 | ☐ Rp 450.000,00 - Rp 499.999,99 |
| ☐ Rp 200.000,00 - Rp 249.999,99 | ☐ Rp 500.000,00 - > Rp 500.0000 |
| ☐ Rp 250.000,00 - Rp 299.999,99 | |
| ☐ Rp 300.000,00 - Rp 349.999,99 | |

9. Pada saat kapan Anda membelanjakan uang Anda untuk belanja? (pilih salah satu saja)

- ☐ Mendapat uang saku dari orang tua
- ☐ Mendapat diskon
- ☐ Mendapat gaji
- ☐ Target Menabung telah terpenuhi
- ☐ Mendapat uang tambahan dari orang tua
- ☐ Lainnya _____



*Berikan tanda silang pada pilihan jawaban dan gambar berikut

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju
 TS = Tidak Setuju
 N = Netral (biasa)
 S = Setuju
 SS = Sangat Setuju

Pertanyaan					
Dalam hal “Pembelian Tak Terencana”	STS	TS	N	S	SS
1. Saya menyukai kegiatan belanja					
2. Saya sering melakukan pembelian secara spontan					
3. Just do it menjelaskan cara saya membeli barang					
4. Saya sering kali membeli tanpa berpikir					
5. Beli dulu pikir belakangan menjelaskan tentang saya					
Dalam hal “Penggunaan Daftar Belanja”	STS	TS	N	S	SS
6. Saya membuat daftar belanja sebelum pergi berbelanja*					
7. Saya merasa pembuatan daftar belanja tidak cukup berguna bagi saya					
8. Saya sering membeli barang diluar daftar belanja saya pada saat berbelanja					
9. Saya sering membeli sesuatu dan ketika pulang merasa tidak yakin mengapa tadi membelinya.					
Dalam hal “Perilaku Kompulsif”	STS	TS	N	S	SS
10. Saya tergila gila pada kategori produk tertentu					
11. Saat berbelanja,saya hanya menginginkan membeli sesuatu dan tidak peduli apa yang saya beli					
12. Saya merasa cemas atau gugup disaat saya tidak pergi berbelanja					
13. Terkadang saya membeli barang berdasarkan suasana hati					
14. Saya membeli sesuatu supaya saya merasa lebih baik					
15. Jika saya memiliki uang diakhir bulan saya selalu menggunakannya untuk berbelanja					
16. Terkadang saya nekat membeli terhadap barang yang saya inginkan					
17. Terkadang saya membeli barang meskipun saya tidak mampu					
Dalam hal “Possessiveness”	STS	TS	N	S	SS
18. Saya lebih suka meminjam kendaraan daripada membelinya. *					
19. Saya cenderung menyimpan suatu barang yang seharusnya saya buang.					

	STS	TS	N	S	SS
20. Saya tidak suka kehilangan barang bahkan apabila barang tersebut mempunyai nilai ekonomis yang rendah.					
21. Saya tidak memiliki masalah ketika saya kehilangan barang. *					
22. Saya kurang menyukai mengunci sesuatu yang berharga daripada sebagian besar orang lakukan.*					
23. Saya lebih suka membeli daripada meminjam.					
24. Saya khawatir pada orang – orang yang membawa milik saya.					
25. Saya suka mendokumentasikan perjalanan saya.					
26. Saya tidak pernah membuang foto lama.					
Dalam hal “Nongenerosity”	STS	TS	N	S	SS
27. Saya menikmati apabila kedatangan tamu di rumah saya. *					
28. Saya menikmati untuk berbagi apa yang saya miliki. *					
29. Saya tidak senang untuk meminjamkan sesuatu, bahkan pada teman dekat saya.					
30. Saya punya pikiran untuk membeli kendaraan dengan tetangga saya dan berbagi dengannya. *					
31. Saya tidak keberatan untuk mempersilakan menyetir pada orang yang tidak memiliki mobil. *					
32. Saya tidak senang ada orang di rumah saya ketika saya tidak berada di rumah.					
33. Saya senang untuk mengikuti kegiatan amal. *					
Dalam hal “Envy”	STS	TS	N	S	SS
34. Saya tidak senang ketika melihat orang-orang bisa membeli apapun yang mereka inginkan.					
35. Saya tidak senang melihat pasangan atau yang masih pacaran memiliki barang yang seperti saya miliki.					
36. Saya tidak senang apabila teman saya melakukan hal yang lebih baik dari saya dalam sebuah kompetisi.					
37. Orang – orang yang kaya seringkali terlihat sangat baik bagi kebanyakan orang.					
38. Saya ingin menjadi orang yang saya idolakan.					

	STS	TS	N	S	SS
39. Saya tidak suka apabila teman saya dapat memiliki sesuatu yang tidak dapat saya miliki.					
40. Saya tidak tahu apa yang akan terjadi di masa yang akan datang.					
41. Saya senang jika seorang bintang sinetron atau politikus terkenal kehilangan apa yang mereka miliki.					

Terima Kasih, penulis ucapkan atas bantuan para responden dalam pengisian kuesioner yang sangat berguna dalam pembuatan penelitian yang sedang penulis lakukan. Sebagai tanda terima kasih, akan diundi **3 Doorprize** pada responden yang beruntung.





Reliability Factor: Pembelian Tidak Terencana

(Sebelum pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PTT1	12.08	6.754	.534	.779
PTT2	12.46	6.816	.586	.764
PTT3	12.99	6.711	.561	.771
PTT4	13.15	6.141	.675	.734
PTT5	13.44	6.550	.569	.768

Reliability Factor: Penggunaan Daftar Belanja

(Sebelum pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.413	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PDB1	9.48	2.578	.182	.391
PDB2	9.97	2.144	.341	.215
PDB3	9.83	2.493	.217	.356
PDB4	10.26	2.560	.176	.399

Reliability Factor: Pembelian Kompulsif

(Sebelum pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.540	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	21.31	10.604	.333	.481
PK2	21.98	9.666	.474	.426
PK3	22.29	10.621	.289	.494
PK4	21.36	10.897	.288	.496
PK5	21.71	12.181	.040	.575
PK6	21.01	10.717	.224	.519
PK7	21.34	10.567	.287	.495
PK8	22.47	11.181	.148	.547

Reliability Factor: Possessiveness

(Sebelum pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	29.59	12.546	.172	.603
P2	30.49	12.277	.191	.600
P3	30.33	12.548	.153	.610
P4	29.65	11.701	.339	.559
P5	29.83	11.843	.372	.553
P6	29.76	11.531	.356	.554
P7	29.91	12.312	.262	.580
P8	29.71	11.351	.372	.549
P9	29.59	11.324	.412	.540

Reliability Factor: Nongenerosity

(Sebelum pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.507	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
N1	19.34	6.401	.314	.434
N2	19.41	6.445	.441	.385
N3	19.56	7.329	.217	.480
N4	18.21	7.967	.038	.553
N5	18.56	7.405	.154	.507
N6	18.76	6.953	.277	.454
N7	19.17	6.871	.311	.440

Reliability Factor: Envy

(Sebelum pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EN1	21.41	12.356	.533	.706
EN2	21.41	12.583	.575	.702
EN3	21.11	12.335	.492	.713
EN4	20.88	13.381	.369	.736
EN5	20.68	12.762	.417	.728
EN6	21.09	11.658	.634	.685
EN7	20.21	14.454	.127	.782
EN8	21.58	12.611	.467	.718

Reliability Factor: Pembelian Tidak Terencana

(Sesudah pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PTT1	12.08	6.754	.534	.779
PTT2	12.46	6.816	.586	.764
PTT3	12.99	6.711	.561	.771
PTT4	13.15	6.141	.675	.734
PTT5	13.44	6.550	.569	.768

Reliability Factor: Penggunaan Daftar Belanja

(Sebelum pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.413	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PDB1	9.48	2.578	.182	.391
PDB2	9.97	2.144	.341	.215
PDB3	9.83	2.493	.217	.356
PDB4	10.26	2.560	.176	.399

Reliability Factor: Perilaku Kompulsif

(Sesudah pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	15.93	7.781	.378	.546
PK2	16.60	7.185	.471	.505
PK3	16.91	8.023	.280	.585
PK4	15.98	8.578	.214	.607
PK6	15.63	7.593	.311	.575
PK7	15.96	7.445	.390	.539

Reliability Factor: Possessiveness

(Sesudah pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.630	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	23.19	8.748	.253	.623
P4	23.26	8.179	.398	.575
P5	23.43	8.435	.407	.575
P6	23.36	8.207	.375	.582
P7	23.51	8.968	.262	.617
P8	23.32	8.219	.354	.589
P9	23.20	8.400	.350	.591

Reliability Factor: Nongenerosity

(Sesudah pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
N1	11.78	4.339	.434	.528
N2	11.85	4.707	.483	.508
N3	12.00	5.031	.389	.555
N6	11.19	5.440	.227	.633
N7	11.61	5.096	.341	.578

Reliability Factor: Envy

(Sesudah pertanyaan yang tidak valid dihilangkan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EN1	17.56	10.952	.522	.752
EN2	17.57	10.976	.608	.738
EN3	17.26	10.673	.532	.750
EN4	17.03	11.955	.349	.783
EN5	16.83	11.273	.417	.773
EN6	17.25	10.302	.622	.731
EN8	17.73	10.902	.514	.753



Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EN, P, N, PTT(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: PK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699(a)	.488	.475	.44729

a Predictors: (Constant), EN, P, N, PTT

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.557	4	7.389	36.934	.000(a)
	Residual	31.011	155	.200		
	Total	60.568	159			

a Predictors: (Constant), EN, P, N, PTT

b Dependent Variable: PK

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
1	(Constant)	-.551	.383		-1.436	.153	
	PTT	.475	.059	.482	8.010	.000	
	P	.300	.077	.228	3.902	.000	
	N	.078	.069	.067	1.127	.261	
	EN	.310	.069	.273	4.486	.000	

a Dependent Variable: PK



T-Test : Uji Beda Gender Terhadap Pembelian Kompulsif

Group Statistics

SEX	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PK Pria	77	3.1035	.52314	.05962
Wanita	83	3.4056	.66371	.07285

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower
PK	Equal variances assumed	2.679	.104	-3.182	158	.002	-.30216	.09497	-.48973	-.11459
	Equal variances not assumed			-3.210	154.057	.002	-.30216	.09414	-.48812	-.11620

T-Test : Uji Beda Gender Terhadap Pembelian Tidak Terencana

Group Statistics

	SEX	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PTT	Pria	77	2.9558	.64124	.07308
	Wanita	83	3.4386	.51652	.05669

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower
PTT	Equal variances assumed	1.269	.262	-5.261	158	.000	-.48271	.09175	-.66392	-.30150
	Equal variances not assumed			-5.219	146.001	.000	-.48271	.09249	-.66550	-.29992

T-Test : Uji Beda Gender Terhadap Materialisme Kepemilikan

Group Statistics

	SEX	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
P	Pria	77	3.7885	.45152	.05146
	Wanita	83	3.9793	.47124	.05173

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
P	Equal variances assumed	.260	.611	-2.612	158	.010	-.19085	.07308	-.33518	-.04651
	Equal variances not assumed			-2.616	157.830	.010	-.19085	.07296	-.33495	-.04674

T-Test : Uji Beda Gender Terhadap Materialisme Ketidakmurahan Hati

Group Statistics

	SEX	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
N	Pria	77	2.8078	.55861	.06366
	Wanita	83	3.0265	.48163	.05287

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower
N	Equal variances assumed	1.148	.286	-2.658	158	.009	-.21871	.08229	-.38124	-.05618
	Equal variances not assumed			-2.643	150.591	.009	-.21871	.08275	-.38221	-.05522

T-Test : Uji Beda Gender Terhadap Materialisme Kecemburuan

Group Statistics

	SEX	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
EN	Pria	77	2.9035	.51687	.05890
	Wanita	83	2.8709	.56908	.06246

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower
EN	Equal variances assumed	1.939	.166	.378	158	.706	.03261	.08617	-.13758	.20280
	Equal variances not assumed			.380	157.932	.705	.03261	.08586	-.13696	.20219



Gambar Pada Saat Peneliti Menyebar Kuesioner Penelitian

