

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang meneliti variabel sikap pada pembelian, norma injungtif, norma deskriptif, norma moral, dan kontrol perilaku. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sikap pada pembelian mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian (diterima)
2. Norma injungtif mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian (diterima)
3. Norma deskriptif mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian (diterima)
4. Norma moral tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian (ditolak)
5. Kontrol perilaku mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian (diterima)

Selain itu, dalam penelitian ini menggunakan *theory of consumption values* yang mengkaji pengaruh empat dimensi nilai yaitu nilai emosional, nilai sosial, nilai epistemik, dan nilai lingkungan. Berdasarkan teori yang peneliti gunakan maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Nilai emosional mempengaruhi secara signifikan terhadap sikap pada pembelian (diterima)
2. Nilai sosial tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap sikap pada pembelian (ditolak)
3. Nilai epistemik mempengaruhi secara signifikan terhadap sikap pada pembelian (diterima)
4. Nilai lingkungan mempengaruhi secara signifikan terhadap sikap pada pembelian (diterima)

## 5.2. Implikasi Manajerial

Pada implikasi manajerial ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para penjual pakaian bekas maupun bagi orang yang akan menggunakan media sosial Instagram sebagai alat pemasarannya. Berikut merupakan implikasi manajerial dalam penelitian ini:

1. Para penjual pakaian bekas diharapkan dapat memberikan konten di media sosial mereka dalam bentuk informasi yang mudah untuk dimengerti oleh pelanggan sehingga menaikkan sikap pembelian dan tingkat kepuasan pelanggannya.
2. Para penjual pakaian bekas diharapkan mampu menimbulkan rasa kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan dapat mengajak orang sekitarnya untuk membeli pakaian bekas.
3. Para penjual pakaian bekas perlu berusaha agar dapat menimbulkan rasa emosional pelanggan sehingga pelangganpun akan merasa gembira ketika berbelanja pakaian bekas.
4. Para penjual pakaian bekas perlu menjaga konsistensi *campaign* pakaian bekas memiliki dampak positif terhadap lingkungan.
5. Para penjual pakaian bekas perlu meyakinkan pelanggan bahwa pakaian bekas dapat menawarkan keunikan tersendiri dibandingkan pakaian baru.

## 5.3. Kelemahan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini terdapat beberapa kelemahan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Kelemahan penelitian yang dialami oleh peneliti sebagai berikut:

1. Penelitian ini dalam uji secara parsial (Uji T) terhadap niat pembelian terdapat variabel yang menggunakan nilai signifikan 10% yaitu variabel norma deskriptif.

#### **5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya, diharapkan dalam menguji variabel dependen secara parsial (Uji T) konsisten dengan menggunakan nilai signifikan 5% saja.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: reactions and reflections. *Psychology & Health*, 1113–1127.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Elex Media Komputindo.
- Armstrong, C. M. J., & Park, H. (2020). “Online clothing resale: a practice theory approach to evaluate sustainable consumption gains.” *Journal of Sustainability Research*, 2, 1–24.
- Berkala, J., Efisiensi, I., & Ondang, J. P. (2015). *INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE AND ATTITUDE TOWARD CONSUMER PURCHASE INTENTION TO BILLY COFFE HOUSE CUSTOMER AT MEGA SMART AREA MANADO*.
- Biel, A., & Thøgersen, J. (2007). “Activation of social norms in social dilemmas: a review of the evidence and reflections on the implications for environmental behaviour.” *Journal of Economic Psychology*, 28, 93–112.
- Carter, J. A., & Pritchard, D. (2015). Knowledge-how and epistemic value. *Australasian Journal of Philosophy*, 799–816.
- Che, J. W. S., Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2017). Consumer Purchase Decision in Instagram Stores: The Role of Consumer Trust. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*, 24–33.
- Choi. (2013). An analysis of Australian company carbon emission disclosures. *Pacific Accounting Review*, 25, 58–79.
- Chou, C.-M. A. K. (2013). Journal of Internet Banking and Commerce. *Internet Banking and Commerce*.
- Chuah, S. H. W., Aw, E. C. X., & Cheng, C. F. (2022). A silver lining in the COVID-19 cloud: examining customers’ value perceptions, willingness to use and pay more for robotic restaurants. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 31(1), 49–76. <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1926038>
- Chun, E., Jiang, W., Yu, J., & Ko, E. (2018). “Perceived consumption value, pro-environmental belief, attitude, eWOM, and purchase intention toward upcycling fashion products.” *Fashion and Textile Research Journal*, 20, 177–190.

- Dewanto, N., & Belgiawan, F. (2020). AIJBM) ISSN-2379-106X, www. In *American International Journal of Business Management* (Vol. 3, Issue 7). [www.aijbm.com](http://www.aijbm.com)
- Dilotsolthe, N., & Inseng, D. (2020). Examining drivers of green appliance adoption using two theories among middle class consumers. In *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)* (Vol. 14). [www.jbrmr.comA](http://www.jbrmr.comA)
- Felício, A., J., Gonçalves, H., M., & Gonçalves, V., C. (2013). Social value and organizational performance in non-profit social organizations: Social entrepreneurship, leadership, and socioeconomic context effects. *Business Research*, 2139–2146.
- Ferraro, C., Sands, S., & Brace-Govan, J. (2016). “The role of fashionability in second-hand shopping motivations.” *Journal of Retailing and Consumers Services*, 32, 262–268.
- Fornara, F., Pattitoni, P., Mura, M., & Strazzera, E. (2016). predicting intention to improve household energy efficiency: the role of value-belief-norm theory, normative and informational influence, and specific attitude. *Environmental Psychology*, 45, 1–10.
- Hair, J. F. (2011). Multivariate Data Analysis: An Overview. In *International Encyclopedia of Statistical Science* (pp. 904–907). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-04898-2\\_395](https://doi.org/10.1007/978-3-642-04898-2_395)
- Hartono, J. (2014). Metode Penelitian Bisnis Edisi ke-6. *Universitas Gadjah Mada*.
- Hassan, H. M. K., Quader, M. S., & Aktar, S. (2022). The Role of Perceived Value and Green Consumption Attitude on Purchase Intention of Eco-Bag: A Study on Young Consumers. *Jurnal Pengurusan*, 65, 33–44. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2022-65-03>
- Hossain, I., Fekete-Farkas, M., & Nekomahmud, M. (2022). Purchase Behavior of Energy-Efficient Appliances Contribute to Sustainable Energy Consumption in Developing Country: Moral Norms Extension of the Theory of Planned Behavior. *Energies*, 15(13). <https://doi.org/10.3390/en15134600>
- Kapantouw, C., & Mandey, S. L. (2015). THE INFLUENCE OF ATTITUDES, SUBJECTIVE NORMS, AND LIFESTYLE ON PURCHASING DECISIONS ASUS MOBILE PHONES IN GAMEZONE COMPUTER MEGAMALL MANADO. In *Norma Subyektif... 706 Jurnal EMBA* (Vol. 3, Issue 2).

- Kaplanidou. (2014). Predicting decisions to purchase from sponsors of the Vancouver. In *Int. J. Sport Management and Marketing* (Vol. 15, Issue 6).
- Khurana, K., & Tadesse, R. (2019). "A Study on relevance of second-hand clothing retailing in Ethiopia." *Research Journal of Textile and Apparel*, 23, 323–339.
- Kim, H., Lee, E. J., & Hur, W. M. (2012). The Normative Social Influence on Eco-Friendly Consumer Behavior: The Moderating Effect of Environmental Marketing Claims. *Clothing and Textiles Research Journal*, 30(1), 4–18.  
<https://doi.org/10.1177/0887302X12440875>
- Kim, I., Jung, H. J., & Lee, Y. (2021). "Consumers' value and risk perceptions of circular fashion: comparison between second-hand, upcycled, and recycled clothing." *Sustainability*, 13, 1208.
- Knibbs, K. (2013). *Want to make money? Study says Instagram beats Twitter, Facebook in brand engagement.*
- Koay, K. Y., Cheah, C. W., & Lom, H. S. (2022a). An integrated model of consumers' intention to buy second-hand clothing. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 50(11), 1358–1377.  
<https://doi.org/10.1108/IJRDM-10-2021-0470>
- Kusumaningtyas, I. (2017). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA KELAS XI IPS DI SMA NEGERI 1 TAMAN SIDOARJO.*
- Lin, C. Chi., & Dong, C. Ming. (2023). Exploring Consumers' Purchase Intention on Energy-Efficient Home Appliances: Integrating the Theory of Planned Behavior, Perceived Value Theory, and Environmental Awareness. *Energies*, 16(6), 2669.  
<https://doi.org/10.3390/en16062669>
- Lin, J., & Kim, S. (2022). *Journal of Family Business and Management Studies Extended Theory of Planned Behavior on Zhejiang Chinese Consumers' Organic Food Purchase Intention.* 14(1).
- Lin, P. C., & Huang, Y. H. (2012). "The influence factors on choice behavior regarding green products based on the theory of consumption values." *Cleaner Production*, 22, 11–18.
- Liu, M. T., Liu, Y., & Mo, Z. (2020). Moral norm is the key: An extension of the theory of planned behaviour (TPB) on Chinese consumers' green purchase

- intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(8), 1823–1841.  
<https://doi.org/10.1108/APJML-05-2019-0285>
- Mukherjee, S., Datta, B., & Paul, J. (2020). “The phenomenon of purchasing second-hand products by the BOP consumers.” *Journal of Retailing and Consumers Services*, 57.
- Nevarez, L. C., & Torres, I. M. (2015). The influence of mobile self-efficacy on attitude towards mobile advertising. *Current Issues and Research in Advertising*.
- Nicholson, R., & D. Pearce. (2001). Why Do People Attend Events: A Comparative Analysis of Visitor Motivations at Four South Island Events. *Travel Research*.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Mode. *International Journal of Electronic Commerce*, 101–134.
- Pinasthika, G., & Wulandari, Z. (2021). JMIF THE ANALYSIS OF INTENTION TO BUY: AN EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. In *Journal of Management and Islamic Finance* (Vol. 1, Issue 1).  
<http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/jmif/indexISSN>:
- Putri, A., M., S., & Patria, A., S. (2022). PERANCANGAN REFERENSI GAYA BERPAKAIAN THRIFTING MELALUI FEED INSTAGRAM. *Jurnal Barik*, 3(2), 125–137. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Ravis, A., & Sheeran, P. (2003). “Descriptive norms as an additional predictor in the theory of planned behaviour: a meta-analysis.” *Current Psychology*, 22, 218–233.
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2013). *Research methods for business : a skill-building approach*. Wiley.
- Sorensen, K., & Jorgensen, J. J. (2019). “Millennial perceptions of fast fashion and second-hand clothing: an exploration of clothing preferences using Q methodology.” *Social Sciences*, 8, 244.
- Sudarso, E. (2016). Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan Kepuasan Konsumen: Sebuah Studi Kasus. In *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 3).
- Sukwandi, R., Inderawati, M. W., & Indah, M. Y. (2016). Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Online Shop Instagram. *Jurnal Metris*, 17, 123–132.

- Suyanto, Bagong. (2013). Sosiologi Ekonomi. *Kencana Prenadamedia Group*.
- Woo, E., & Kim, Y. G. (2019). Consumer attitudes and buying behavior for green food products: From the aspect of green perceived value (GPV). *British Food Journal*, 121(2), 320–332. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2018-0027>
- Yasir, N., Mahmood, N., Mehmood, H. S., Babar, M., Irfan, M., & Liren, A. (2021). Impact of environmental, social values and the consideration of future consequences for the development of a sustainable entrepreneurial intention. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13052648>
- Yunita, M., & Khairiyah, D. (2013). *PENGARUH NILAI EMOSIONAL, NILAI SOSIAL, NILAI KUALITAS DAN NILAI FUNGSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK TVS DI KOTA BENGKULU*.
- Zamil, A. M. A., Ali, S., Akbar, M., Zubr, V., & Rasool, F. (2023). The consumer purchase intention toward hybrid electric car: A utilitarian-hedonic attitude approach. *Frontiers in Environmental Science*, 11. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1101258>
- Zein, S., Yasyifa, L., Ghazi, R., Harahap, E., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). *PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA KUANTITATIF MENGGUNAKAN APLIKASI SPSS* (Vol. 4, Issue 1).



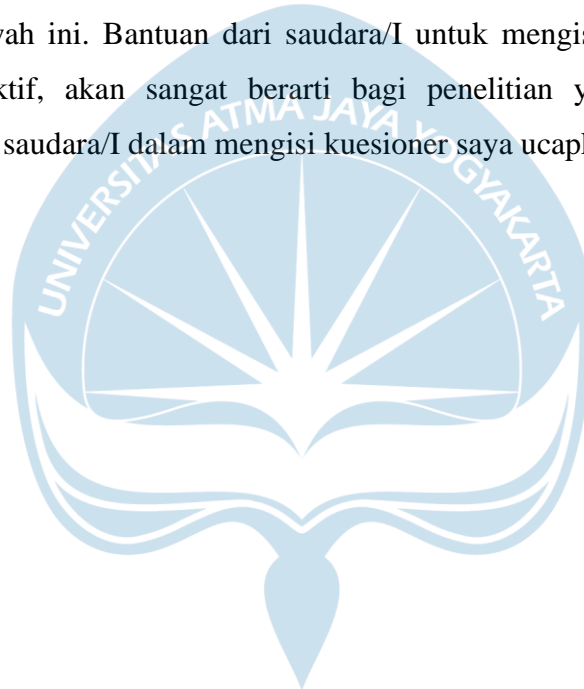


Responden yang terhormat,

Perkenalkan nama saya Aristides Refsi Bawono, mahasiswa Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna keperluan tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul **ANALISIS FAKTOR DETERMINAN NIAT PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS BERDASARKAN *THEORY OF CONSUMPTION VALUES***. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon ketersediaan waktu saudara/I untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Bantuan dari saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan objektif, akan sangat berarti bagi penelitian yang saya jalani. Atas ketersediaannya saudara/I dalam mengisi kuesioner saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Aristides Refsi Bawono



### Profil responden

1. Jenis kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Kelompok usia
  - a. Gen Z (7-22)
  - b. Milenial (23-28)
3. Frekuensi belanja pakaian bekas (dalam 1 bulan)
  - a. Maximal 3 kali
  - b. Diatas 3 kali
4. Budget belanja pakian bekas (dalam 1 bulan)
  - a. Maximal Rp 150.000
  - b. Diatas Rp 150.000

### Filter responden

1. Apakah pernah membeli pakaian bekas?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
  - a. Ya
  - b. Tidak

### Kuesioner menggunakan skala likert 5

1. STS (sangat tidak setuju)
2. TS (tidak setuju)
3. N (netral)
4. S (setuju)
5. SS (sangat setuju)

**Bagian I: Sikap pada pembelian**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya dengan membeli pakaian bekas itu bijaksana					
2	Menurut saya dengan membeli pakaian bekas itu positif					
3	Menurut saya dengan membeli pakaian bekas itu baik					
4	Menurut saya dengan membeli pakaian bekas itu memuaskan					
5	Menurut saya dengan membeli pakaian bekas itu menyenangkan					

**Bagian II: Norma deskriptif**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Teman saya membeli pakaian bekas					
2	Anggota keluarga saya membeli pakaian bekas					
3	Orang disekitar saya membeli pakaian bekas					

**Bagian III: Nilai emosional**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa Bahagia ketika saya memakai pakaian bekas					
2	Membeli pakaian bekas membuat saya merasa senang					
3	Dengan membeli pakaian bekas membuat stress berkurang					
4	Pakaian bekas menimbulkan kegembiraan dan kesenangan					

**Bagian IV: Nilai lingkungan**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pakaian bekas membantu menghemat sumber daya					
2	Pakaian bekas memiliki dampak positif terhadap lingkungan karena memperpanjang umur bahan yang dibuang					
3	Pakaian bekas ramah lingkungan					
4	Pakaian bekas memiliki lebih banyak manfaat lingkungan dari pada pakaian lainnya					

**Bagian V: Nilai epistemic**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pakaian bekas menawarkan keunikan					
2	Pakaian bekas memiliki titik perbedaan dari pakaian umum					
3	Pakaian bekas memiliki banyak fitur baru					

**Bagian VI: Norma injungtif**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Teman saya menyetujui saya membeli pakaian bekas					
2	Anggota keluarga saya menyetujui saya membeli pakaian bekas					
3	Orang disekitar saya menyetujui saya membeli pakaian bekas					

**Bagian VII: Norma moral**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Salah jika saya tidak membeli pakaian bekas					
2	Akan merasa bersalah jika saya tidak membeli pakaian bekas					
3	Tidak membeli pakaian bekas bertentangan dengan prinsip saya					
4	Setiap orang harus berbagi tanggung jawab untuk membeli pakaian bekas					

**Bagian VIII: Kontrol Perilaku**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Itu sepenuhnya tergantung pada saya apakah saya akan membeli pakaian bekas atau tidak					
2	Saya sepenuhnya mengendalikan fakta bahwa saya akan membeli pakaian bekas					
3	Saya memiliki sumber daya keuangan untuk membeli pakaian bekas					

**Bagian IX: Niat pembelian**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Kemungkinan besar saya akan membeli pakaian bekas					
2	Tentu saja, saya akan membeli pakaian bekas					
3	Saya berniat untuk tetap membeli pakaian bekas					

**Bagian X: Nilai sosial**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Membeli pakaian bekas dapat memberikan persetujuan sosial kepada pemiliknya					
2	Pakaian bekas akan membuat kesan yang baik pada orang lain					
3	Pakaian bekas akan meningkatkan persepsi saya oleh teman-teman saya					



**LAMPIRAN II**  
**DATA RESPONDEN DAN JAWABAN RESPONDEN**

















Jenis kelamin	Kelompok usia	Frekuensi belanja pakaian bekas (dalam 1 bulan)	Budget belanja pakaian bekas (dalam 1 bulan)
Laki-laki	Milenial (23-28)	Maximal 3 kali	Maximal Rp 150.000,00
Perempuan	Milenial (23-28)	Maximal 3 kali	Maximal Rp 150.000,00
Perempuan	Milenial (23-28)	Maximal 3 kali	Maximal Rp 150.000,00
Perempuan	Milenial (23-28)	Maximal 3 kali	Maximal Rp 150.000,00



Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
24/03/2023 19:36	Ya	Ya
24/03/2023 21:13	Ya	Ya
24/03/2023 21:29	Ya	Ya
24/03/2023 21:31	Ya	Ya
24/03/2023 21:45	Ya	Ya
24/03/2023 22:11	Ya	Ya
24/03/2023 23:22	Ya	Ya
24/03/2023 23:27	Ya	Ya
24/03/2023 23:29	Ya	Ya
25/03/2023 00:02	Ya	Ya
25/03/2023 05:02	Ya	Ya
25/03/2023 10:39	Ya	Ya
27/03/2023 08:32	Ya	Ya
24/03/2023 20:42	Ya	Ya
24/03/2023 20:58	Ya	Ya
24/03/2023 21:22	Ya	Ya
24/03/2023 21:32	Ya	Ya
24/03/2023 21:36	Ya	Ya
24/03/2023 21:40	Ya	Ya



Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
24/03/2023 21:42	Ya	Ya
24/03/2023 21:43	Ya	Ya
24/03/2023 21:47	Ya	Ya
24/03/2023 21:55	Ya	Ya
24/03/2023 21:55	Ya	Ya
24/03/2023 22:17	Ya	Ya
24/03/2023 22:18	Ya	Ya
24/03/2023 22:18	Ya	Ya
24/03/2023 22:48	Ya	Ya
24/03/2023 22:56	Ya	Ya
24/03/2023 23:03	Ya	Ya
24/03/2023 23:11	Ya	Ya
24/03/2023 23:24	Ya	Ya
25/03/2023 02:59	Ya	Ya
25/03/2023 06:31	Ya	Ya
25/03/2023 11:21	Ya	Ya
25/03/2023 19:50	Ya	Ya
28/03/2023 15:03	Ya	Ya
30/03/2023 16:33	Ya	Ya

Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
24/03/2023 19:42	Ya	Ya
24/03/2023 19:46	Ya	Ya
24/03/2023 19:47	Ya	Ya
24/03/2023 20:21	Ya	Ya
24/03/2023 21:02	Ya	Ya
24/03/2023 21:32	Ya	Ya
24/03/2023 22:05	Ya	Ya
24/03/2023 23:18	Ya	Ya
24/03/2023 23:19	Ya	Ya
25/03/2023 05:49	Ya	Ya
25/03/2023 07:36	Ya	Ya
25/03/2023 10:40	Ya	Ya
25/03/2023 17:12	Ya	Ya
27/03/2023 18:32	Ya	Ya
24/03/2023 12:36	Ya	Ya
24/03/2023 20:44	Ya	Ya
24/03/2023 22:31	Ya	Ya
24/03/2023 22:46	Ya	Ya
24/03/2023 23:52	Ya	Ya

Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
25/03/2023 00:41	Ya	Ya
24/03/2023 19:32	Ya	Ya
24/03/2023 20:17	Ya	Ya
24/03/2023 20:24	Ya	Ya
24/03/2023 21:10	Ya	Ya
24/03/2023 21:14	Ya	Ya
24/03/2023 21:29	Ya	Ya
24/03/2023 21:46	Ya	Ya
24/03/2023 21:56	Ya	Ya
24/03/2023 22:19	Ya	Ya
24/03/2023 22:33	Ya	Ya
24/03/2023 23:09	Ya	Ya
24/03/2023 23:18	Ya	Ya
25/03/2023 01:00	Ya	Ya
25/03/2023 03:03	Ya	Ya
25/03/2023 10:16	Ya	Ya
25/03/2023 17:35	Ya	Ya
25/03/2023 19:36	Ya	Ya
26/03/2023 21:39	Ya	Ya

Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
04/04/2023 23:49	Ya	Ya
24/03/2023 21:06	Ya	Ya
25/03/2023 17:02	Ya	Ya
25/03/2023 08:04	Ya	Ya
25/03/2023 19:12	Ya	Ya
24/03/2023 20:09	Ya	Ya
24/03/2023 20:11	Ya	Ya
24/03/2023 20:19	Ya	Ya
24/03/2023 20:25	Ya	Ya
24/03/2023 20:26	Ya	Ya
24/03/2023 20:30	Ya	Ya
24/03/2023 20:37	Ya	Ya
24/03/2023 20:56	Ya	Ya
24/03/2023 21:05	Ya	Ya
24/03/2023 21:06	Ya	Ya
24/03/2023 21:07	Ya	Ya
24/03/2023 21:35	Ya	Ya
24/03/2023 22:03	Ya	Ya
24/03/2023 22:13	Ya	Ya

Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
25/03/2023 04:22	Ya	Ya
25/03/2023 10:14	Ya	Ya
25/03/2023 10:30	Ya	Ya
25/03/2023 15:54	Ya	Ya
26/03/2023 22:15	Ya	Ya
29/03/2023 00:02	Ya	Ya
24/03/2023 19:40	Ya	Ya
24/03/2023 19:42	Ya	Ya
24/03/2023 19:54	Ya	Ya
24/03/2023 20:08	Ya	Ya
24/03/2023 20:10	Ya	Ya
24/03/2023 20:14	Ya	Ya
24/03/2023 20:14	Ya	Ya
24/03/2023 20:18	Ya	Ya
24/03/2023 20:24	Ya	Ya
24/03/2023 20:32	Ya	Ya
24/03/2023 20:43	Ya	Ya
24/03/2023 21:01	Ya	Ya
24/03/2023 21:02	Ya	Ya

Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikuti media sosial para penjual pakaian bekas?
24/03/2023 23:06	Ya	Ya
24/03/2023 23:22	Ya	Ya
24/03/2023 23:30	Ya	Ya
24/03/2023 23:59	Ya	Ya
25/03/2023 06:32	Ya	Ya
25/03/2023 09:53	Ya	Ya
25/03/2023 10:07	Ya	Ya
25/03/2023 21:10	Ya	Ya
26/03/2023 15:40	Ya	Ya
27/03/2023 08:54	Ya	Ya
27/03/2023 13:19	Ya	Ya
28/03/2023 15:58	Ya	Ya
24/03/2023 20:03	Ya	Ya
24/03/2023 20:16	Ya	Ya
24/03/2023 20:20	Ya	Ya
24/03/2023 20:34	Ya	Ya
24/03/2023 21:58	Ya	Ya
24/03/2023 22:06	Ya	Ya
25/03/2023 00:47	Ya	Ya

Timestamp	Apakah pernah membeli pakaian bekas?	Apakah anda mengikut media sosial para penjual pakaian bekas?
25/03/2023 13:09	Ya	Ya
24/03/2023 20:29	Ya	Ya
24/03/2023 20:39	Ya	Ya
25/03/2023 18:40	Ya	Ya



**JAWABAN RESPONDEN**  
**SIKAP PADA PEMBELIAN DAN NORMA DESKRIPTIF**

SKP 01	SKP 02	SKP 03	SKP 04	SKP 05	ND 01	ND 02	ND 03
5	4	4	4	4	5	2	5
2	2	2	1	1	2	3	2
4	4	4	4	5	3	1	3
3	3	3	4	4	4	2	3
4	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	1	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	3	3	3
3	4	4	4	4	4	3	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	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	3	3



SKP 01	SKP 02	SKP 03	SKP 04	SKP 05	ND 01	ND 02	ND 03
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5
3	3	4	5	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	5	4	2	5
4	4	4	3	4	5	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5
3	3	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	5	5	3	3	4

SKP 01	SKP 02	SKP 03	SKP 04	SKP 05	ND 01	ND 02	ND 03
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	1	5
4	4	4	4	3	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4
4	3	4	5	5	5	1	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	4
5	5	4	5	5	5	4	5
3	3	3	4	5	5	1	4
3	4	3	5	5	3	3	3
3	3	3	4	4	4	3	4
4	4	4	5	5	5	3	4
3	4	4	3	4	5	1	5
4	4	3	4	5	5	1	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	5	5	5	3	4
4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	4	3	3	4
4	4	4	5	5	4	4	4

SKP 01	SKP 02	SKP 03	SKP 04	SKP 05	ND 01	ND 02	ND 03
5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	3	3	5	1	5
5	5	5	5	5	3	1	2
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	4	4	4	2	3
5	5	5	5	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	5	3	4
4	4	4	5	4	5	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	3
3	3	3	4	2	4	1	3



SKP 01	SKP 02	SKP 03	SKP 04	SKP 05	ND 01	ND 02	ND 03
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	5	2	4
3	3	3	3	3	5	1	4
5	5	5	5	5	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	3	5
4	4	4	4	4	4	1	3
5	5	4	4	4	5	5	5
3	4	4	4	5	4	5	5
4	4	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4
2	3	2	1	2	3	3	3
3	2	2	2	4	4	2	4
3	3	3	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	2	2
3	4	4	3	4	4	4	4









NE 01	NE 02	NE 03	NE 04	NL 01	NL 02	NL 03	NL 04
4	4	3	3	4	4	4	4
5	3	3	3	5	5	5	5
3	3	2	4	3	5	5	4
4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	3	4	2	3	3	4
5	4	3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	4	5	4	4	4	5
3	4	3	3	5	5	5	4
3	4	2	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	5	5	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4

NE 01	NE 02	NE 03	NE 04	NL 01	NL 02	NL 03	NL 04
3	2	1	2	3	1	1	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	5	5	5	5
3	3	3	3	4	4	3	4
3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	3	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	3	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	3
4	4	3	3	5	5	3	4
5	4	2	4	4	4	4	2



NE 01	NE 02	NE 03	NE 04	NL 01	NL 02	NL 03	NL 04
3	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	3	5	4	3	4
5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4
3	4	1	4	4	5	5	4
3	3	3	3	5	5	4	5
3	2	3	2	4	4	3	3
2	2	2	1	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	4
2	4	1	1	4	4	4	1
3	3	3	3	4	1	1	1
3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5



**JAWABAN RESPONDEN**  
**NILAI EPISTEMIK, NORMA INJUNG TIF, DAN NORMA MORAL**

NEP 01	NEP 02	NEP 03	NI 01	NI 02	NI 03	NM 01	NM 02	NM 03	NM 04
4	4	4	5	4	5	1	3	3	5
1	1	1	1	2	1	1	3	3	3
5	5	5	4	4	4	1	2	3	4
4	4	4	4	4	4	2	3	3	3
5	5	4	4	4	4	3	2	3	1
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
5	5	4	5	4	4	1	3	3	3
5	5	5	4	4	5	1	3	2	3
4	2	3	4	5	5	2	1	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	1	3	3	3
5	4	3	4	4	4	1	3	3	4
5	5	5	5	5	5	1	3	1	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	1	5	5	1
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
5	5	5	5	5	5	1	3	4	4
5	5	5	5	5	4	1	3	3	3
5	5	5	5	5	5	1	5	1	5

NEP 01	NEP 02	NEP 03	NI 01	NI 02	NI 03	NM 01	NM 02	NM 03	NM 04
5	4	5	5	5	5	1	1	3	3
5	5	5	5	4	4	1	3	5	4
5	5	5	5	5	5	1	3	1	3
5	4	5	5	5	5	1	1	5	5
5	5	3	5	5	5	1	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	1	1	1	1
4	4	4	4	3	3	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	4	4	1	3	3	2
5	5	5	5	5	5	1	5	4	4
3	4	4	4	3	4	2	2	3	3
5	5	4	5	5	5	1	3	3	3
3	5	3	5	5	5	1	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
5	5	5	5	5	5	1	3	4	3
5	5	3	3	5	3	3	1	3	1
5	5	3	4	5	5	1	2	3	1
4	3	3	4	4	4	3	2	3	3
5	5	4	4	4	4	1	2	2	4
5	5	5	5	5	5	1	3	3	3

NEP 01	NEP 02	NEP 03	NI 01	NI 02	NI 03	NM 01	NM 02	NM 03	NM 04
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	5	5	5	1	1	3	3
3	4	2	4	3	3	2	1	2	2
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	3	4	3	4	1	3	3	3
5	5	4	4	4	4	2	3	3	3
4	2	2	4	2	4	2	2	2	2
5	4	5	5	3	3	1	1	1	3
4	2	3	4	4	4	3	3	2	3
4	3	2	3	3	3	2	2	1	2
4	4	3	4	4	4	1	3	3	3
5	5	4	5	4	4	2	3	4	4
3	3	3	5	3	5	1	1	1	2
5	5	5	5	4	4	1	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	2	3	3	4
5	5	4	4	5	5	1	1	1	1
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
4	3	3	4	4	4	1	1	2	3
5	5	5	5	5	5	1	3	3	3
5	5	5	5	5	5	1	5	5	5



NEP 01	NEP 02	NEP 03	NI 01	NI 02	NI 03	NM 01	NM 02	NM 03	NM 04
4	4	2	3	3	3	3	2	1	2
5	5	5	5	5	5	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	1	1	4	4
5	5	4	4	4	4	2	2	2	1
4	4	3	4	3	3	2	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	4	4	3	1	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	1	3	2	3
5	5	5	5	5	5	1	3	3	5
4	5	4	3	4	4	2	3	3	2
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	3	4	4	4	2	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	2	2	2
5	5	5	5	5	5	1	3	3	5
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
5	3	3	4	3	4	1	3	3	3
2	2	3	4	2	3	2	1	1	3
2	2	4	4	4	4	1	1	1	1

NEP 01	NEP 02	NEP 03	NI 01	NI 02	NI 03	NM 01	NM 02	NM 03	NM 04
3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
4	2	2	4	4	4	2	2	2	4
2	2	2	2	2	2	3	2	3	3
3	3	3	4	4	4	1	1	1	3
4	4	4	5	5	5	1	3	3	4
5	4	3	4	3	3	2	2	2	3
5	4	4	4	4	4	1	2	3	3
5	5	4	4	4	4	2	3	2	3
4	4	4	4	4	4	3	3	2	2
5	4	3	4	2	3	1	4	2	2
5	4	4	4	2	4	3	3	2	4
4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	4	1	3	1	1	3	3
4	3	2	3	2	3	3	3	2	3
2	1	1	4	3	3	3	1	4	3
4	4	4	4	4	4	1	2	2	2
4	5	5	5	2	4	3	1	1	2
4	4	4	4	4	4	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4

NEP 01	NEP 02	NEP 03	NI 01	NI 02	NI 03	NM 01	NM 02	NM 03	NM 04
5	5	5	5	1	3	3	1	2	2
4	4	4	3	3	3	1	3	3	3
5	5	5	5	5	5	1	2	1	2
4	4	3	4	4	4	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	2	3	2	3
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
4	4	5	4	3	5	5	3	4	3
4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
5	5	3	5	5	5	1	3	2	1
5	3	5	5	4	4	1	2	2	1
3	3	3	3	3	3	1	2	2	2
1	5	5	3	3	3	1	1	1	5
4	5	4	4	4	4	1	1	3	3
2	2	2	3	3	3	1	1	2	2
1	5	1	3	3	3	2	3	2	2
4	4	4	4	4	4	1	3	2	2
4	5	3	4	4	4	2	2	3	5
3	3	3	4	4	4	1	3	2	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	2	1	1	2
3	4	4	4	4	4	1	2	2	4

<b>NEP 01</b>	<b>NEP 02</b>	<b>NEP 03</b>	<b>NI 01</b>	<b>NI 02</b>	<b>NI 03</b>	<b>NM 01</b>	<b>NM 02</b>	<b>NM 03</b>	<b>NM 04</b>
4	4	4	5	3	4	3	3	3	3
5	4	4	4	5	5	2	2	3	3
5	5	5	4	4	4	1	1	1	4
4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	1	3	3	3
4	4	3	4	4	4	1	1	1	2
1	3	3	3	2	3	3	2	2	2
3	2	2	3	3	3	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	2	3	3	3
5	5	5	4	4	4	1	3	3	3













KP 01	KP 02	KP 03	NP 01	NP 02	NP 03	NS 01	NS 02	NS 03
2	2	2	2	2	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	2	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	5	4
5	3	4	3	2	3	3	2	2
5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	3	3
5	3	5	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	4	5	5	5	4
4	3	4	2	2	2	2	2	3
4	2	2	3	4	3	2	3	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	3	3	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	4	3
4	3	4	4	3	4	2	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4	3





### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.919	.920	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
SKP01	16.0584	8.379	.782	.703	.902
SKP02	16.0146	8.456	.818	.774	.895
SKP03	16.0073	8.257	.851	.752	.888
SKP04	15.9489	8.269	.755	.662	.908
SKP05	15.8248	8.528	.753	.641	.908

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.734	.777	3

### 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
ND01	7.4015	3.521	.533	.481	.692
ND02	8.2920	2.252	.502	.345	.816
ND03	7.6058	2.991	.753	.612	.470

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.930	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
NE01	11.4526	6.911	.809	.697	.913
NE02	11.4015	6.727	.859	.771	.898
NE03	11.6642	5.945	.822	.698	.913
NE04	11.4453	6.308	.853	.755	.897

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.902	.902	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
NL01	12.1752	6.969	.692	.493	.904
NL02	12.2847	5.970	.825	.698	.857
NL03	12.4672	5.839	.831	.722	.855
NL04	12.5182	6.031	.783	.632	.873

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.849	.849	3

**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
NEP01	7.9051	3.498	.688	.475	.817
NEP02	8.0219	3.301	.741	.551	.767
NEP03	8.2920	3.252	.725	.532	.783

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.879	.886	3

**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
NI01	7.9854	2.735	.713	.634	.877
NI02	8.2336	2.151	.728	.638	.883
NI03	8.1022	2.313	.891	.797	.722

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.771	.774	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
NM01	8.4818	7.972	.455	.219	.781
NM02	7.8540	7.258	.649	.437	.674
NM03	7.7445	7.339	.657	.450	.671
NM04	7.4307	8.100	.545	.333	.730

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.766	.768	3

**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
KP01	8.1241	2.521	.474	.248	.822
KP02	8.4307	2.276	.618	.488	.663
KP03	8.2628	2.136	.718	.550	.549



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.920	.920	3

**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
NP01	8.0438	2.851	.862	.781	.866
NP02	8.0219	2.698	.879	.798	.851
NP03	7.9927	2.993	.777	.606	.934

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.880	.882	3

**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
NS01	7.2482	3.232	.788	.633	.816
NS02	7.3942	3.108	.788	.634	.813
NS03	7.3723	3.000	.735	.541	.865

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 <sup>a</sup>	.790	.783	.33356

a. Variabel dependen: sikap pada pembelian

b. Prediktor: nilai emosional, nilai sosial, nilai epistemik, dan nilai lingkungan

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.106	4	13.777	123.824	.000 <sup>b</sup>
	Residual	14.686	132	.111		
	Total	69.793	136			

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.654	.156		4.191	.000
	Total_NE	.415	.054	.486	7.761	.000
	Total_NS	.080	.052	.096	1.546	.125
	Total_NEP	.126	.053	.155	2.376	.019
	Total_NL	.230	.055	.262	4.201	.000

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 <sup>a</sup>	.694	.682	.46640

- a. Variabel dependen: niat pembelian
- b. Prediktor: sikap pada pembelian, norma injungtif, norma deskriptif, norma moral, dan kontrol perilaku

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.602	5	12.920	59.396	.000 <sup>b</sup>
	Residual	28.496	131	.218		
	Total	93.098	136			

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.473	.270		-1.749	.083
	Total_SKP	.326	.089	.282	3.673	.000
	Total_NI	.295	.091	.268	3.254	.001
	Total_ND	.126	.065	.123	1.930	.056
	Total_NM	.038	.048	.040	.786	.433
	Total_KP	.338	.074	.294	4.542	.000