

BAB V

PEMBAHASAN, KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

A. Pembahasan

Setelah melakukan analisis menggunakan program SPSS, maka didapatkan hasil perhitungan baik regresi untuk menguji pengaruh faktor normatif, uji-t untuk menganalisis beda perilaku pembelian impulsif pada dua variabel independen (baik jender dan status pendidikan) dan ANOVA untuk menganalisis beda perilaku pembelian berdasarkan beda uang saku. Pembahasan akan hasil analisis tersebut adalah seperti tertulis pada sub bab berikut ini.

1. Jumlah Responden Berdasarkan Jender atau Jenis Kelamin

Total responden yang datanya dapat digunakan dalam penelitian ini berjumlah 207 orang dengan proporsi responden perempuan lebih banyak yaitu 136 orang (65,7%) dan responden pria berjumlah 71 orang (43,3%). Keadaan ini disebabkan karena salah satu lokasi penyebaran kuesioner dengan jumlah data responden terbesar yang dapat diolah adalah di SMU Stella Duce I Yogyakarta yang pelajarnya adalah homogen perempuan, namun demikian hasil data yang dapat diolah relatif baik. Perbedaan jumlah responden ini tidak akan terlalu mempengaruhi perhitungan karena rata hitunglah yang akan digunakan dalam analisis uji-t, dimana nilai rata-rata responden laki-laki sebesar 2.7668 dan nilai rata-rata responden perempuan adalah sebesar 2.6405 (tidak terjadi perbedaan yang terlalu besar).

2. Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku

Sifat pertanyaan pada kuesioner mengenai uang saku adalah terbuka, untuk memberi kebebasan bagi responden untuk menulis jumlah nominal yang sesuai dengan jumlah uang saku bulanannya. Setelah mendapatkan data mentah dari uang saku tersebut, maka data dikelompokkan dalam lima bagian dan diberi kode untuk menganalisis dengan metode Anova, yaitu:

a.	\leq Rp 250.000,00	kode: 1	= 104 (50.24%)
b.	Rp 250.000,01 – Rp 500.000,00	kode: 2	= 70 (33.82%)
c.	Rp 500.001,00 – Rp 1.000.000,00	kode: 3	= 28 (13.53%)
d.	Rp 1.000.001,00 – Rp 1.500.000,00	kode: 4	= 4 (1.93%)
e.	Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000,00	kode: 5	= 1 (0.48%)

Pada data diatas jumlah responden dengan uang saku \leq Rp 250.000,00 memiliki porsi paling besar sejumlah 104 orang (50.24%) dan jumlah ini terdapat paling banyak pada responden dengan status pendidikan pelajar. Responden dengan uang saku paling tinggi yaitu antara Rp 1.500.001,00 – Rp 2.000.000,00 berjumlah 1 orang (0.48%) dengan status pendidikan sebagai mahasiswa. Fakta diatas sangat wajar terjadi karena kebutuhan hidup antara pelajar dan mahasiswa berbeda-beda dengan asumsi bahwa kebutuhan hidup rata-rata pelajar lebih sedikit dibandingkan mahasiswa.

3. Jumlah Responden Berdasarkan Status Pendidikan

Responden berdasarkan status pendidikan dibedakan antara mahasiswa dan pelajar dengan alasan seperti telah diuraikan pada bab pertama. Responden dengan status pendidikan pelajar berjumlah 109 orang (52.66%) dan responden

dengan status pendidikan mahasiswa berjumlah 98 (47.34%). Responden dengan status pendidikan pelajar berasal dari lingkungan SMU Stella Duce I, SMU John de Brito, SMU Kolombo, dan SMU N 9 sedangkan responden dengan status pendidikan mahasiswa tersebar pada lingkungan Universitas Atma Jaya kampus I, II dan III, dan Universitas Islam Indonesia Fakultas Hukum yang semuanya berlokasi di Yogyakarta.

4. Analisis Faktor dan Uji Reliabilitas

Analisis faktor memiliki kemampuan untuk mengelompokkan dan atau mereduksi beberapa pertanyaan sejenis, sehingga dapat memberi informasi apakah beberapa pertanyaan / pernyataan dalam satu atribut atau dimensi memang mengukur domain yang sama atau tidak. Analisis faktor ini bersifat eksploratori dan data direplikasi dari empat belas item pernyataan yang diacu pada item kuesioner penelitian yang telah dilakukan oleh Rook dan Fisher (1995) juga Schiffman dan Kanuk dalam Kiati (2004). Pada awalnya pernyataan bersifat terbuka dan belum diketahui nama yang sesuai dengan dimensinya, sehingga item diberi nama X1-X14. Pada konsep eksploratori jumlah faktor dibebaskan agar didapatkan hasil sesuai analisis, dan setelah faktor (pembelian impulsif) ini terbentuk faktor atau dimensi yang berisi item-item pernyataan diberi nama mengacu pada terminologi yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya yaitu *irrational (IR)*, *immature (IM)*, *wasteful (W)* dan *risky(R)*.

Untuk melihat kesesuaian sampel, ukuran dinyatakan melalui korelasi antara keseluruhan variabel atau item pernyataan. *Adequacy* sampel adalah sebesar 0.809, hal ini menyatakan keberadaan sampel yang digunakan sudah

terpenuhi, karena nilai minimum adalah 0.50 seperti diungkapkan oleh Hair dalam Junaedi (2003), dengan koefisien korelasi antar item-item pernyataan (pada *Bartlett's test of sphericity*) adalah sebesar 578.505 dengan derajat kebebasan 91 (Junaedi, 2003:71). Persentase variansi item pernyataan yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor (komunalitas) menunjukkan nilai tidak kurang dari 0,3 dengan nilai terkecil sebesar 0,306, sehingga nilai komunalitas tiap item itu dapat dikatakan kuat dengan masing-masing faktor yang terbentuk. Dari *Total variance Explained* diketahui faktor yang dapat digunakan dalam penelitian ini sejumlah 4 komponen, (yang bernilai lebih dari satu). Sehingga terdapat empat faktor maksimal yang dapat digunakan dalam pengelompokkan ini, yaitu:

- a. Faktor 1 dengan variansi sebesar 27,4% (*TIE* 3,836)
- b. Faktor 2 dengan variansi sebesar 10.715% (*TIE* 1,500)
- c. Faktor 3 dengan variansi sebesar 9,297% (*TIE* 1,302)
- d. Faktor 4 dengan variansi sebesar 7,301% (*TIE* 1,022).

Empat faktor tersebut dapat menjelaskan 54.713% variansi dari keseluruhan variabel yang ditunjukkan dalam presentase kumulatif *Extraction Sum of Squared Loadings*.

Untuk mengetahui distribusi empat belas item pernyataan kuesioner pada empat faktor maksimal yang dihasilkan dalam tabel *Total Variance Explained* digunakan Matriks Komponen dan Rotasi Faktor dengan hasil:

- a. Faktor / Dimensi *immature*:
 - 1) "Saya sering membeli kaset secara spontan (X1).

- 2) “Saya langsung mengambil kaset yang menarik perhatian saya – terkadang begitulah cara saya membeli kaset (X2).
- 3) “Saya sering membeli kaset dengan kurang memikirkan / menimbang lebih jauh (X3).
- 4) “Kadang-kadang saya merasa membeli kaset secara spontan” (X6)
- 5) “Saya bersikap impulsif dalam membeli kaset (melakukan pembelian tanpa perencanaan)” (X10)

b. Faktor / Dimensi *irrational*:

- 1) “Saya merasa kurang nyaman berada di toko kaset tanpa membawa kaset yang menarik perhatian saya” (X9)
- 2) “Setiap kali mempunyai uang keinginan untuk membeli kaset sangat kuat” (X11)
- 3) “Saya sering melakukan pembelian kaset meskipun dana yang tersedia terbatas” (X12)
- 4) “Jika masih memiliki dana pada akhir bulan, akan saya gunakan untuk membeli kaset” (X13).

c. Faktor / Dimensi *Wasteful*:

- 1) “Ketika saya memperhatikan sebuah kaset, maka saya akan membeli kaset tersebut” (X4)
- 2) “Yang penting dibeli sekarang, baru nanti saya pikirkan akan didengarkan kapan”- terkadang begitulah cara saya membeli kaset (X5)
- 3) “Saya membeli kaset sesuai dengan perasaan saya saat itu “(X7).

d. Faktor / Dimensi *Risky*:

- 1) “Kadang-kadang saya kurang peduli dengan kaset yang saya beli” (X8).
- 2) “Kadang-kadang saya merasa kurang puas dengan sebuah kaset setelah membelinya” (X4).

Pemberian nama dimensi disesuaikan dengan acuan jurnal Rook dan Fisher (1995) serta Schiffman dan Kanuk dalam Kiati (2004) juga disesuaikan dengan nilai implisit pada pernyataan maupun pertanyaan tersebut. Batasan terminologi disesuaikan dengan referensi yang diacu penulis, sehingga dimensi *Immature* berkaitan dengan terminologi akan tindakan yang tidak mencerminkan sikap dewasa, *Irrational* berkaitan dengan tindakan yang dilakukan tanpa menggunakan rasio, *Wasteful* berkaitan dengan tindakan yang tidak berguna, dan *Risky* berkaitan dengan tindakan yang mengandung resiko.

Pada hasil Uji Reliabilitas dengan batas Alpha (α) dari Cronbach >0.6 , yang dilakukan sebelumnya didapatkan hasil sebagai berikut:

- a. Dimensi *Immature* = 5 item, $\alpha = 0.7336$ → handal
- b. Dimensi *Irrational* = 4 item, $\alpha = 0.6487$ → handal
- c. Dimensi *Wasteful* = 3 item, $\alpha = 0.5084$ → tidak handal
- d. Dimensi *Risky* = 2 item, $\alpha = 0.4782$ → tidak handal

Dari data tersebut maka dimensi *wasteful* dan *risky* tidak teruji kehandalannya karena $\alpha < 0,6$. Ketidakterhandalan ini dapat disebabkan karena terdapat ambiguitas pada pertanyaan yang diajukan, sehingga menyebabkan distorsi pada pola jawaban responden.

Keterhandalan dimensi *immature* dan *irrational* dapat disebabkan karena pada penelitian ini responden sangat dipengaruhi oleh pertimbangan rasio

(keterlibatan pemikiran yang cukup besar) dan berdasarkan pengaruh tingkat kedewasaan (dalam hal ini responden dapat bersikap dewasa maupun tidak), sehingga hal tersebut diinterpretasikan pada pola jawaban kuesioner.

5. Analisis Regresi Pengaruh Faktor Normatif terhadap Pembelian Impulsif

Ringkasan hasil uji pengaruh faktor normatif terhadap pembelian impulsif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.1
Hasil Uji Regresi

Dimensi	Korelasi	Probabilitas	R-Square	Keterangan
Keseluruhan Dimensi	-0.64	0.179	0.4%	Tidak ada pengaruh
<i>Immature</i>	-0.79	0.128	0.6%	Tidak ada pengaruh
<i>Irrational</i>	-0.24	0.367	0.1%	Tidak ada pengaruh

Tidak adanya pengaruh signifikan dan kecilnya tingkat penjelasan faktor normatif terhadap pembelian impulsif, dapat terjadi karena porsi faktor-faktor lain berperan lebih besar dalam mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian impulsif, selain itu banyak faktor yang diinterpretasikan mempengaruhi pembelian impulsif seperti:

- a. Faktor kognitif dan afektif yang berelasi dengan kecenderungan pembelian impulsif.
- b. Faktor situasional, *self-control* atau *willpower* yang lemah.

- c. Tingkat kedekatan (*proximity*) fisik pada suatu barang yang bersifat impulsif.
- d. Faktor kedekatan secara temporal.
- e. *Mood* positif yang akan mengakomodasi kecenderungan menjadi perilaku pembelian impulsif.
- f. Adanya perbedaan pembelian berdasarkan waktu.
- g. Tidak sepadannya waktu dan usaha untuk mencari alternatif-alternatif di tempat lain.
- h. Pencarian variasi untuk sesuatu yang baru sehingga menimbulkan pembelian impulsif.
- i. Selain itu beberapa stimuli di dalam toko juga dapat menyebabkan pembelian yang tidak direncanakan, seperti tampilan titik pembelian, tanda-tanda, dan perluasan rak-rak pajangan yang merupakan teknik promosi.

Hal lain yang berpengaruh pada hasil uji regresi dikaitkan dengan referensi yang ada, menyebutkan bahwa penilaian Faktor Normatif sangat berkaitan dengan psikologis seseorang. Pada penilaian akan sesuatu yang bernilai psikologis, harus dapat menggunakan teknik yang tepat, hal ini dikarenakan suatu penilaian dengan batasan psikologis akan sangat mungkin mengalami distorsi oleh banyak hal. Pada penilaian faktor normatif menggunakan teknik interval skala *bipolar semantic differential* yang tidak diproyeksikan (metode survey langsung), hal ini akan sangat mempengaruhi hasil. Schultz (1994:479) mengatakan, orang mungkin akan salah merepresentasikan dirinya sendiri kepada penginterview ketika ditanya

opini mereka akan produk-produk yang mereka sukai. Karena adanya potensial distorsi ini, beberapa psikolog yakin bahwa tidak tepat jika menanyai tingkah laku dan reaksi mereka secara langsung. Mereka menyarankan bahwa kita tidak dapat mengambil kesimpulan atas motivasi orang dengan memberi pertanyaan yang memberi kesempatan orang tersebut menutupi niat dan perasaannya. Untuk menginvestigasi motivasi ini lebih dalam lagi, prosedur yang disarankan adalah teknik proyeksi. Ketika seseorang dihadapkan pada sesuatu yang sangat menstimulinya, maka diasumsikan orang tersebut akan memproyeksikan kebutuhan, ketakutan, dan nilai-nilai lain terhadap stimuli tersebut melalui aksi yang dapat menginterpretasikannya. Selain itu, survey konsumen dan teknik proyeksi, sesungguhnya merupakan kolaborasi dasar yang tidak tepat, karena paduan tersebut hanya menilai perkataan atas apa yang dipercayai orang atau apa yang akan dilakukan orang. Ekspresi intensi ini tidak selalu sesuai dengan perilaku sesungguhnya. Karena keadaan ini maka beberapa psikolog konsumen meyakini bahwa cara yang paling akurat untuk menginvestigasi perilaku konsumen adalah dengan mengobservasi perilaku tersebut, dimana observasi sebaiknya dilakukan di laboratorium atau langsung pada lingkungan retail (Schultz, 1994:481).

Hal lain yang mempengaruhi tidak terdapatnya nilai signifikan pada penilaian faktor normatif ini diasumsikan karena kelompok sampel tidak dipecah kedalam subgrup yang setuju dan subgrup yang tidak setuju akan perilaku impulsif, karena secara natural evaluasi nilai normatif bertindak dikotomi, dan perilaku tersebut mempengaruhi tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan akan

tindakan impulsif, sehingga akan sesuai untuk membagi sampel kedalam subgrup tersebut (Baron dan Kenny dalam Rook dan Fisher, 1995:309). Hal ini dapat dibuktikan melalui analisis pada penelitian sebelumnya oleh Rook dan Fisher (1995), yang memberi hasil bahwa hanya subgrup *favorable* (setuju akan perilaku impulsif) saja memberi hasil signifikan, sedangkan pada subgrup *unfavorable* (tidak setuju dengan perilaku impulsif) menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

Namun demikian dari ketiga uji regresi tersebut diketahui bahwa walaupun sangat kecil dimensi *immature* paling dapat dijelaskan oleh faktor normatif. Diasumsikan faktor normatif akan semakin kuat terdapat pada diri seseorang sesuai dengan pertambahan usianya yang juga semakin membuat seseorang bertambah dewasa.

6. Uji-T atau Beda Pembelian Impulsif berdasarkan Perbedaan Jender

Hasil Uji-T pada perbedaan jender tertera pada tabel berikut:

Tabel 5.2
Hasil Uji-T berdasarkan perbedaan jender

Dimensi	Probabilitas	t-Hitung	Keterangan
Pembelian Impulsif secara keseluruhan	0.142	1.474	Tidak ada perbedaan
Pembelian Impulsif dimensi <i>immature</i>	0.135	1.502	Tidak ada perbedaan
Pembelian Impulsif dimensi <i>irrational</i>	0.360	0.917	Tidak ada perbedaan

Ringkasan hasil analisis analisis diatas menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku pembelian impulsif pada laki-laki dan perempuan, baik uji pada masing-masing dimensi maupun pada keseluruhan dimensi, tetapi terjadi

nilai penyimpangan yang berbeda-beda, dimana dalam hal ini perbedaan itu lebih mungkin terjadi pada uji dimensi *immature* karena nilai penyimpangan paling kecil (0.135). Terjadinya penyimpangan terkecil pada dimensi *immature* menandakan bahwa tingkat kedewasaan antara laki-laki dan perempuan berbeda, dan hal ini mempengaruhi perbedaan perilaku pembelian impulsif pada produk kaset berdasarkan perbedaan gender.

7. Uji One Way ANOVA, Beda Pembelian Impulsif berdasarkan Uang Saku

Prosedur One Way ANOVA digunakan untuk menghasilkan analisis variansi satu arah pada variabel dependen (pembelian impulsif) dengan tipe data kuantitatif terhadap sebuah variabel independen (uang saku) sebagai variabel faktor. Hasil analisis uji beda tersebut tertera pada tabel berikut:

Tabel 5.3
Hasil uji ANOVA berdasarkan beda uang saku

Variabel	Probabilitas	F-Hitung	Keterangan
Pembelian Impulsif secara keseluruhan	0.591	0.703	Tidak ada perbedaan
Pembelian Impulsif dimensi <i>immature</i>	0.276	1.289	Tidak ada perbedaan
Pembelian Impulsif dimensi <i>irrational</i>	0.840	0.356	Tidak ada perbedaan

Pada tabel tersebut diketahui bahwa tidak ada perbedaan dalam perilaku pembelian impulsif yang didasarkan pada perbedaan uang saku. Namun dari nilai probabilitas tersebut diketahui bahwa penyimpangan paling kecil terjadi pada pembelian impulsif berdasarkan perbedaan uang saku pada dimensi *immature*

sebesar 0,276 atau sebesar 20,76%, yang menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif berdasarkan uang saku paling mungkin berbeda pada dimensi *immature*. Secara logika hal ini dapat terjadi karena kebebasan responden dalam memanfaatkan uang saku akan dipengaruhi jumlah uang saku yang diterimanya. Berdasarkan data pada kuesioner, rentang rata-rata jumlah uang saku yang besar terdapat pada responden kelompok mahasiswa yang faktanya berusia lebih tinggi dari pelajar, sehingga kedewasaannya juga akan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif.

8. Uji-T atau Beda Pembelian Impulsif berdasarkan Status Pendidikan

Setelah melakukan Uji-T dengan metode analisis *Independent Sample T-Test*, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.4
Hasil Uji-T berdasarkan status pendidikan

Variabel	Probabilitas	t-Hitung	Keterangan
Pembelian Impulsif secara keseluruhan	0.332	0.972	Tidak ada perbedaan
Pembelian Impulsif dimensi <i>immature</i>	0.118	1.572	Tidak ada perbedaan
Pembelian Impulsif dimensi <i>irrational</i>	0.932	-0.085	Tidak ada perbedaan

Pada uji-t dengan jumlah 98 orang sampel mahasiswa dan 109 orang sampel pelajar, terlihat bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku pembelian impulsif yang berdasarkan perbedaan status pendidikan, baik uji pada masing-masing dimensi maupun secara keseluruhan. Hal ini menyatakan bahwa perbedaan itu lebih mungkin terjadi pada dimensi *immature* karena nilai penyimpangan paling kecil (0.118) dibandingkan dengan uji pada keseluruhan

dimensi yaitu penyimpangan terjadi sebesar 0.153 dan 0.932 pada dimensi *irrational*. Jika dikaitkan dengan hasil regresi pengaruh faktor normatif terhadap pembelian impulsif, uji-t berdasarkan perbedaan jender, dan uji ANOVA berdasarkan perbedaan uang saku, maka terdapat konsistensi hasil dimana semua penyimpangan paling mungkin terjadi pada dimensi *immature*. Asumsi yang terbentuk seperti tertera pada analisis sebelumnya, dikarenakan tingkat kedewasaan seseorang akan sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif, dimana semakin tinggi status pendidikan seseorang maka semakin tinggi tingkat kedewasaan seseorang.

9. Faktor-faktor yang menyebabkan tidak adanya signifikansi

Pada hasil analisis penelitian ini didapatkan fakta bahwa tidak terdapat perilaku pembelian impulsif baik setelah diuji pada keseluruhan dimensi maupun per dimensi *immature* dan *irrational*. Terjadinya penyimpangan yang sangat besar pada uji beda baik untuk jender dan status pendidikan maupun pada uji ANOVA, dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti:

- a. Kategori produk bukan merupakan barang impulsif, atau responden tidak berperilaku impulsif pada pembelian produk kaset, walaupun pada penelitian sebelumnya oleh Dittmar dkk (1995), produk ini berperan sebagai produk impulsif. Selain itu adopsi yang diaplikasikan pada lokasi yang berbeda, akan mungkin menyebabkan perbedaan hasil penelitian yang sangat besar.
- b. Tingkat pembelian tak terencana atas suatu *brand* atau merk bagi masing-masing individu, sangat mungkin berbeda secara signifikan dari tingkat

kategori produk utamanya, itu sebabnya dapat membohongi diri sendiri bagi penjual dan produsen (Kollat dan Willet, 1969:80).

- c. Konsep mengenai pembelian impulsif ini sangat tidak jelas dan membatasi terlalu banyak tipe perilaku menjadi sebuah kriteria operasional bagi keputusan marketing (Kollat dan Willet, 1969:80).
- d. Tingkat pembelian impulsif terukur mungkin ditarik terlalu jauh dari kenyataan, yang dapat disebabkan oleh metodologi yang digunakan untuk mengembangkannya dan dapat menyebabkan perhitungan yang salah atas hal potensial lain dalam meningkatkan penjualan karena manipulasi dari lokasi di toko dan teknik *display* barang (Kollat dan Willet, 1969:80).
- e. Pengukuran yang ada untuk tingkat pembelian impulsif, memberi dasar arahan yang salah dalam memilih produk untuk perlakuan promosi yang berbeda (Kollat dan Willet, 1969:80).
- f. Kurang atau tidak adanya pengaruh faktor lingkungan (*ambience factors*) sebagai sistem desain dimana penjualan kaset itu berlokasi, yang akan mempengaruhi perilaku pembelian.

10. Faktor Lingkungan (*Ambience Factors*)

Faktor lingkungan sangat berpengaruh pada proses pembelian, karena dengan mengakomodasi referensi yang ada maka faktor lingkungan seperti titik-titik penjualan dapat meningkatkan lebih banyak penjualan dibandingkan dengan kombinasi media (promosi) lain, demikian seperti diungkapkan oleh Weishar (1992), dan jika ruang-ruang penjualan mengakomodasi produk agar mudah untuk dilihat, dan terjangkau dengan mudah maka konsumen akan tinggal lebih lama,

membeli lebih banyak dan melakukan proses ini dengan senang. Sebuah lingkungan yang kondusif dalam proses pembelian harus memperhitungkan semua efek psikis dan psikologis yang dapat menimbulkan inisiatif dan memotivasi aktifitas konsumen (Weishar, 1992: 6).

Faktor lingkungan mempengaruhi konsumen dimulai sebelum konsumen tersebut memasuki tempat perbelanjaan. Faktor lingkungan akan menyebabkan peritel mampu menyampaikan pesan untuk mempengaruhi pembelian dengan imaji visual, serta membentuk opini konsumen atas tempat belanja tersebut. Terdapat delapan cara yang dapat membentuk imaji / persepsi konsumen akan suatu tempat perbelanjaan, yaitu:

- a. Iklan: melalui semua media
- b. Lokasi
- c. Desain eksterior
- d. Tanda-tanda: logo dan nama
- e. *Word-of-mouth*
- f. Kunjungan sebelumnya
- g. Pencapaian: dengan kendaraan, dengan berjalan kaki
- h. Teknik peragaan etalase

(Weishar, 1992: 18).

Kesan dan persepsi juga terbentuk oleh efek-efek yang dibawa oleh kelima indra manusia, karena melalui kelima indra ini 90% pesan terkirim ke otak dan membentuk kesan. Kolaborasi input efek yang dibawa ke otak ini akan

meningkatkan kemampuan konsumen dalam proses *recall* kesan. Efek input sensori ini terbentuk oleh beberapa faktor lingkungan seperti diuraikan berikut ini:

a. Pencahayaan

Pencahayaan berperan dalam menciptakan *mood* yang *powerful*, serta menciptakan atmosfir yang membuat pengalaman tak terlupakan, dan membantu menjual produk lebih banyak lagi. Dua hal yang dalam iluminasi / pencahayaan yang paling memberi dampak pada persepsi konsumen adalah intensitas dan warna cahaya. Keseimbangan antara keduanya akan memberi impresi secara keseluruhan. Pencahayaan dapat menciptakan kesan dramatis, dekoratif dan tahan lama. Ruangan dalam lingkungan ritel harus dapat terbentuk dari pencahayaan, dengan level intensitas dan warna yang sesuai. Sistem pencahayaan seharusnya membantu mengarahkan pandangan langsung kepada obyek yang dituju, seperti terdapat pada panggung teater. Hal lain yang penting dalam pencahayaan adalah peletakan atau posisi lampu, yang dapat mempengaruhi sudut pencahayaan.

b. Suara

Suara dapat diwakilkan oleh pemutaran musik, dan dalam penelitian ini faktor suara (musik) sangat diperhitungkan karena penelitian dilakukan untuk menganalisis produk kaset. Suara musik yang dikombinasikan secara tepat dengan aroma akan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Kesesuaian kondisi aroma dan musik seperti diungkapkan Matilla dan Wortz (2001), akan menghasilkan respon yang tinggi

dibandingkan dengan ketidaksesuaian kondisi musik dan aroma. Contohnya ketika musik yang berirama pelan dipasangkan dengan aroma lembut maka kesenangan yang dirasakan lebih tinggi dibandingkan ketika musik berirama pelan dipasangkan dengan aroma tajam. Selain itu suara juga berkolaborasi baik dengan penglihatan karena dengan kombinasi audio dan visual yang baik maka akan tercipta *image* yang diinginkan.

Suara juga berkaitan dengan pendengaran akan percakapan orang lain, ketika sistem akustik mengakomodasi percakapan orang lain akan produk yang bagus pada toko tersebut maka konsumen lain akan mencoba mencari informasi akan produk tersebut, dan akan membuka peluang lebih besar pada konsumen untuk membelinya.

c. Aroma

Aroma merupakan salah satu alat untuk menimbulkan sensitifitas konsumen akan keberadaan suatu barang. Aroma tidak harus ditimbulkan secara langsung pada barang tersebut, namun dalam kasus ini suasana kondusif bagi terciptanya pembelian secara impulsif dapat diciptakan dengan mengarahkan konsumen pada lokasi kaset yang potensial untuk dibeli secara impulsif dengan menebarkan aroma pada sekitar lokasi tersebut.

d. *Signing*

Signing atau penginformasian melalui tanda-tanda merupakan elemen utama dari pengakuan dan pengingat konsumen. Faktor-faktor yang sangat mempengaruhi dan memberi tanda bagi konsumen tergantung pada

ukuran, penempatan, warna dan jenis huruf yang digunakan. (Weishar, 1992: 119). Jika tercapai penandaan yang tepat maka teknik ini dapat menjadi jembatan bagi penjual untuk menyampaikan pesan lebih jelas.

B. Kesimpulan

Dari analisis masalah sebelumnya maka ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil analisis

Kegunaan penelitian ini adalah untuk menilai perilaku pelajar dan mahasiswa baik laki-laki dan perempuan dalam melakukan pembelian impulsif. Dari 287 kuesioner yang disebar di beberapa lokasi penelitian di Yogyakarta, didapatkan 207 kuesioner yang dapat diolah. Dari hasil dan data yang diperoleh, 14 item (seluruh item pernyataan) pada kuesioner dinyatakan valid, dan terdapat 9 item pernyataan yang menunjukkan hasil yang handal.

Pembagian dimensi perilaku berdasarkan hasil analisis faktor baik uji validitas dan kehandalan yang dapat dipertahankan adalah pertama, dimensi *immature* yaitu suatu terminologi yang mengarah pada bentuk ketidakdewasaan seseorang dalam melakukan pembelian impulsif, karena hanya terpengaruh pada perasaan sesaat, spontan, tiba-tiba, langsung dan tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari perilaku pembelian tersebut. Kedua, dimensi *irrational* yaitu terminologi yang mengarah pada bentuk ketidakpedulian seseorang atau pengabaian analisis rasio oleh seseorang dalam melakukan pembelian impulsif.

2. Keterbatasan Penelitian

Dari kesimpulan yang diperoleh, penulis mendapatkan beberapa faktor yang dalam hal ini membatasi kemampuan penulis untuk mengeksplorasi penelitian lebih jauh pada perilaku pembelian impulsif produk kaset berdasarkan faktor normatif, perbedaan jender, perbedaan uang saku dan perbedaan status pendidikan, yaitu:

- a. Adanya perbedaan interpretasi arti bahasa dari replikasi kuesioner acuan terhadap kuesioner yang diaplikasikan pada penelitian ini. Hal ini dapat menyebabkan bias bagi sampel untuk memberi penilaian.
- b. Adanya keterbatasan penulis untuk mendapat literatur acuan lain, khususnya mengenai pembelian impulsif produk musik yang direplikasi dari penelitian yang dijadikan acuan penulis, dan sudah diterapkan pada lokasi penelitian yang sama, yaitu Yogyakarta. Sehingga dapat diketahui kategori produk yang tepat untuk penelitian ini.
- c. Pada penelitian ini alat analisis untuk penilaian faktor normatif berbeda dengan literatur acuan, dimana penelitian ini tidak menggunakan metode proyeksi (penilaian faktor normatif terhadap diri sendiri) sedangkan pada penelitian acuan menggunakan metode proyeksi (penilaian faktor normatif terhadap orang lain), sehingga dapat menyebabkan terjadinya distorsi pada penilaian pengaruh faktor normatif terhadap perilaku pembelian impulsif. Hal ini sangat mungkin terjadi karena seseorang akan lebih sulit untuk menilai diri sendiri secara obyektif.

- d. Perbedaan lokasi juga dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif karena perbedaan lokasi akan mempengaruhi demografi konsumen yang dapat menyebabkan perbedaan motivasi dan keterlibatan, kepribadian dan gaya hidup, persepsi, pembelajaran, sikap dan budaya sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.
- e. Kurang terdapat kesesuaian konsep dalam penilaian mengenai faktor normatif dengan perilaku pembelian impulsif. Dimana pada faktor normatif data terkumpul dalam bentuk *bipolar semantic differential scale* dan data pembelian impulsif dalam bentuk skala Likert. Walaupun keduanya merupakan bentuk skala interval yang menjadi salah satu syarat dilakukannya uji regresi, namun terdapatnya pola penilaian pada skala berbeda tersebut dapat menyebabkan kerancuan dalam proses analisis.

C. Implikasi Manajerial

- a. Dari kesimpulan yang diperoleh, penulis menarik beberapa hal yang dapat diterapkan dalam manajerial, yaitu bahwa pengambilan keputusan dalam pengendalian kognitif yang lemah (*Impulsif decisions*) akan menyebabkan reaksi atas stimuli-stimuli tanpa pencarian informasi dan alternatif terlebih dulu. Selain itu adanya informasi pada diri konsumen yang diperoleh dari pengalaman masa lalu akan digunakan sebagai dasar informasi selanjutnya. Sehingga pemasar perlu menyediakan informasi tambahan agar tersedia bagi konsumen tepat disaat dan ditempat dia membutuhkan, seperti promosi untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan dapat mempengaruhi terjadinya pembelian impulsif. Bentuk promosi atas

informasi ini dapat berupa iklan pada media audiovisual, sehingga ketika alternatif pembelian impulsif kaset terjadi hal ini dapat disebabkan karena pembelian impulsif sebagai dasar pemicu (*reminder impulsif*).

- b. Perlunya teknik promosi yang dapat menstimuli terjadinya pembelian impulsif. Hal ini dapat didasarkan pada stimuli di dalam toko guna menyebabkan pembelian yang tidak direncanakan, seperti tampilan titik pembelian, tanda-tanda, dan perluasan rak-rak pajangan, karena dalam beberapa kasus hal tersebut terbukti merupakan teknik promosi yang sangat efektif.
- c. Menyediakan kelengkapan alternatif pilihan kaset guna mengurangi usaha konsumen untuk mencari alternatif lain yang dapat menghambat terjadinya pembelian impulsif.
- d. Menciptakan stimuli yang dapat meningkatkan mood positif, karena mood positif dapat menyebabkan terjadinya pembelian impulsif. Penciptaan mood positif ini dapat dilakukan dengan desain ruang yang memenuhi standar penciptaan ruang yang memperhatikan sistem pencahayaan, pendengaran, *odor* atau penciuman, suhu ruang, dan aksesibilitas.
- e. Meningkatkan promosi di hari libur, atau penyesuaian promosi dari produsen kaset tersebut, sebagai contoh dengan diadakannya *event* tur dari komposer maka diadakan promosi diskon, beli satu gratis satu, pemberian kupon tur bagi pembelian kaset dan sebagainya.
- f. Menciptakan kedekatan secara temporal dengan menjamin keleluasaan dan kenyamanan psikologis calon pembeli untuk mendengar lagu atau

memilih kaset yang diinginkan, karena semakin dekat waktu seseorang untuk memiliki suatu barang akan semakin kecil pula keinginan seseorang untuk membatalkan keputusan itu.

g. Terdapatnya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, dapat dijadikan acuan bagi penulis maupun pihak lain yang akan mengembangkan studi ini untuk:

- 1) Penelitian sebaiknya mengacu pada penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penentuan kategori produk impulsif yang ada di lokasi dimana penelitian itu akan dilakukan, sehingga diketahui kategori produk yang tepat untuk penelitian ini.
- 2) Menggunakan metode proyeksi pada penilaian faktor normatif, untuk mencapai obyektifitas yang lebih tinggi, dengan demikian diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih handal dan mengukur apa yang seharusnya diukur.
- 3) Mengadopsi penelitian dan literatur acuan yang disesuaikan dengan kondisi dimana penelitian selanjutnya dilakukan agar penyimpangan yang tidak seharusnya ada dapat dihindari.
- 4) Melakukan penelitian dalam metode proyeksi yang dilengkapi dengan penelitian pada lingkungan nyata atau ritel agar didapat hasil yang lebih detail.
- 5) Diperlukan pengertian dan pengembangan lebih baik dari faktor-faktor kontekstual yang bervariasi sehingga dapat memberi kontribusi nyata pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, (1995), *Consumer Behavior and Marketing Action*, 5th, South-Western College Publishing, Ohio.
- Brian Wansink, Can Package Size Accelerate Usage Volume?, *Journal of Marketing*, Vol. 60, Juli 1996, 12.
- C.M. Lingga Purnama, MM., *Strategic Management Plan*, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002, 121-122
- Cooper, Donald R., dan C. William Emory, "Metode Penelitian Bisnis", Jilid 1 Edisi Kelima.
- Dittmar, Helga, Jane Beattie, and Susanne Friese (1995). "Objects, Decision Considerations and Self-Image in Men's and Women's Impulse Purchases." *Journal of Economic Psychology*.
- Dittmar, Helga, Jane Beattie, and Susanne Friese (1995). "Gender identity and material symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases." *Journal of Economic Psychology*.
- Hirschman, Elizabeth C., (1992), "The Consciousness of Addiction: Toward a General Theory of Compulsive Consumption", *Journal of Consumer Research*, Vol. 19.
- Hoch, Stephen J. dan George F. Loewenstein (1991), "Time-Inconsistent Preferences and Consumer Self-Control," *Journal of Consumer Research*, 17 (March), 492-507.
- Irianto, H. Agus., "Statistik, Konsep Dasar dan Aplikasinya", Kencana Prenada Media Grup, 2004.
- John A. Howard, *Consumer Behavior in Marketing Strategy*, International Edition, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1989, 69,148-149.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, Balai Pustaka 1994, 473
- Kiati, Desma (2004), "Pengaruh Jender, Uang Saku dan Status Pendidikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Produk Pakaian oleh Konsumen Remaja", Tesis, Magister Manajemen, Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta (tidak dipublikasikan).

- Kollat, David T., dan Ronald P. Willett (1969), "Is Impulse Purchasing Really a Useful Concept for Marketing Decisions?" *Journal of Marketing*, 33 (January), 79-83.
- Phillip Kotler, 2003, *Marketing Management*, Edisi Kesebelas, Prentice Hall, New Jersey, 436
- Point-of-Purchase Advertising Institute (POPAI), Englewood, N.J., Judann Dagnoli, "Impulse Govern Shoppers," *Advertising Age*, 5 Oktober 1987, .93.
- Rook, Dennis, W. (1987), "The Buying Impulse," *Journal of Consumer Research*, 14 (September), 189-199.
- Rook, Dennis, W. dan Robert J. Fisher (1995), "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior," *Journal of Consumer Research*, 22 (December), 305-313.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall, Inc., 1978.
- Setiadi, Nugroho J., "Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran", Edisi Pertama, Prenada Media, 2003.
- Schultz, Duane P., dan Sidney Ellen Schultz, "Psychology and Work Today, An Introduction to Industrial and Organizational Psychology", 6th Edition, 1994.
- Teguh W., "Cara Mudah Melakukan Analisis Statistik dengan SPSS" Gaya Media, 2004.
- Vohs, Kathleen D dan Ronal, J. Faber, (2004), *Spent Resources: Self Regulation and Impulse Buying*, University of Minesota, Minneapolis.
- Weishar, Joseph, "Design for Effective Selling Space", McGraw-Hill, Inc., United States of America, 1992.



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN I KUESIONER

Kuesioner

Penulis mengucapkan terimakasih kepada anda, para responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini akan digunakan penulis dalam menganalisis perilaku konsumen dalam melakukan pembelian impulsif. Penulis berharap responden menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner ini dengan jujur dan spontan. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam pengisian kuesioner ini. Jawaban akan dinilai dan diolah secara kumulatif dan tidak secara individual. Terimakasih atas perhatiannya.

Bagian I, Screening.

Berilah jawaban dengan memberi tanda 'tick' (✓), pada pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah anda telah / pernah melakukan pembelian kaset tanpa perencanaan sebelumnya? :
 Ya Tidak
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Status pendidikan : Pelajar Mahasiswa
4. Uang saku per bulan:
5. Apakah anda termasuk orang yang mengikuti tren musik? :
 Ya Tidak
6. Kaset yang sering anda beli:
 Bajakan Original

Bagian II, Faktor Normatif.

Tiap item berikut ini digunakan sebagai alat untuk mengukur penilaian anda terhadap pengaruh faktor normatif dalam pembelian secara impulsif, yaitu penilaian anda mengenai kesesuaian antara melakukan pembelian tak terencana dalam situasi tertentu. Mohon menjawab pertanyaan ini dengan memberi tanda *tick* (✓) pada salah satu kolom angka berikut menunjukkan tingkat kesetujuan anda.

Pertanyaan:

Jika anda melakukan pembelian kaset tiap bulan, namun pembelian tersebut tidak direncanakan ataupun dipikirkan sebelumnya, maka dalam hal ini anda akan menganggap diri anda:

- | | | | | | | | | | |
|-------------------|--|----|----|----|---|---|---|---|----------------------|
| 1. Baik | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Buruk |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 2. Rasional | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Tidak Rasional |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 3. Produktif | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Boros |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 4. Menarik | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Tidak Menarik |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 5. Cerdas | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Bodoh |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 6. Dapat Diterima | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Tidak dapat Diterima |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 7. Baik Hati | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Egois |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 8. Bijaksana | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Berpikiran Dangkal |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 9. Dewasa | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Kekanakanan |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |
| 10. Benar | <table border="1"><tr><td>-3</td><td>-2</td><td>-1</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr></table> | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Salah |
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | | | |

Bagian III, Pembelian Impulsif

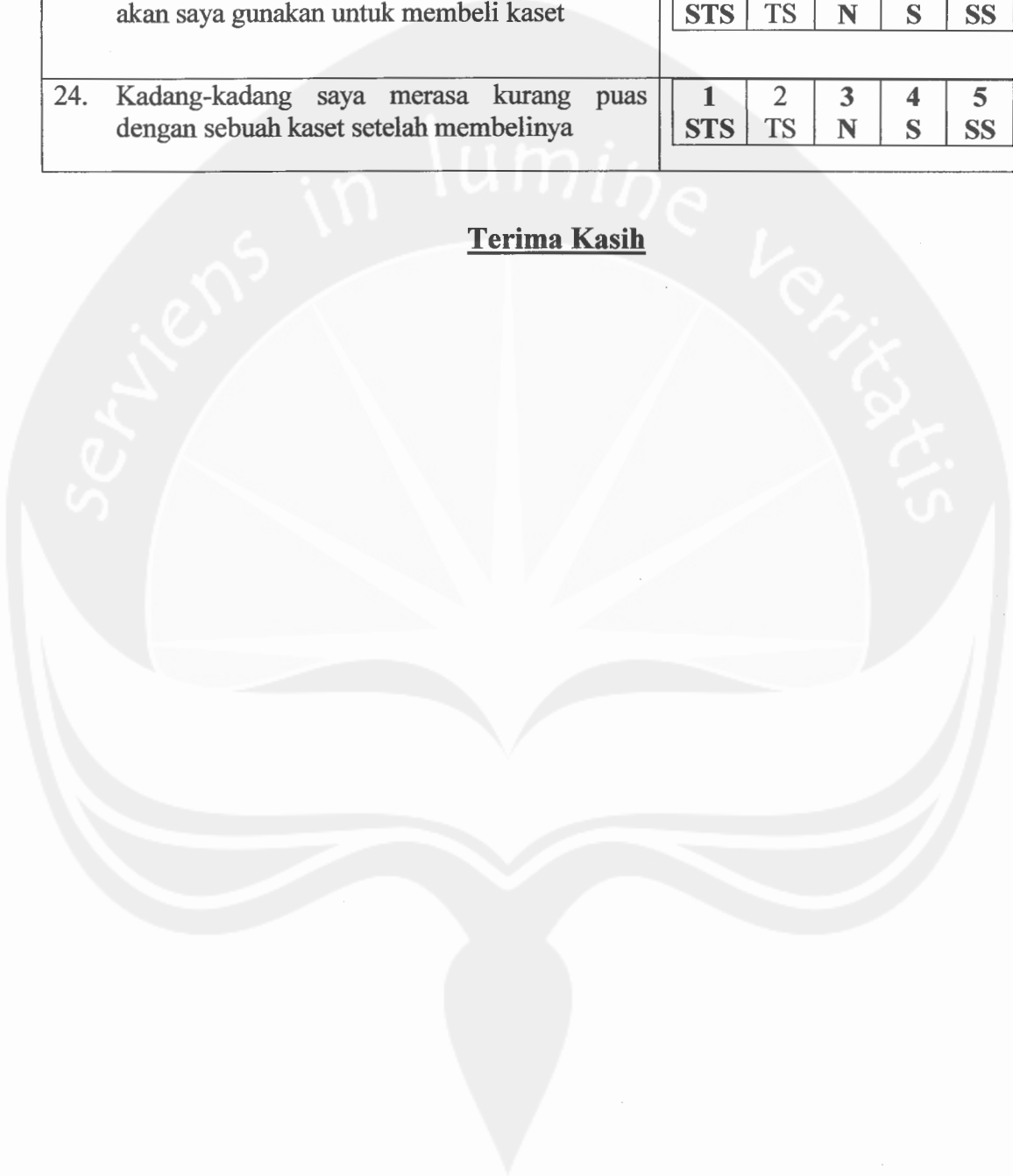
Tiap item pertanyaan berikut ini digunakan sebagai alat untuk mengukur faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembelian impulsif. Mohon menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan memberi tanda 'tick' (✓) yang akan menunjukkan tingkat kesetujuan (tidak setuju – setuju) anda:

- 1 = Sangat tidak setuju [STS]
 2 = Tidak setuju [TS]
 3 = Netral [N]
 4 = Setuju [S]
 5 = Sangat setuju [SS]

11. Saya sering membeli kaset secara spontan.	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
12. "Saya langsung mengambil kaset yang menarik perhatian saya." – terkadang begitulah cara saya membeli kaset.	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
13. Saya sering membeli kaset dengan kurang memikirkan / menimbang-nimbang lebih jauh	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
14. Ketika saya memperhatikan sebuah kaset, maka saya akan membeli kaset tersebut	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
15. "Yang penting dibeli sekarang, baru nanti saya pikirkan akan didengarkan kapan" – terkadang begitulah cara saya membeli kaset	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
16. Kadang-kadang saya merasa membeli kaset secara spontan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
17. Saya membeli kaset sesuai dengan perasaan saya saat itu	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
18. Kadang-kadang saya kurang peduli dengan kaset yang saya beli	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
19. Saya merasa kurang nyaman berada di toko kaset tanpa membawa kaset yang menarik perhatian saya	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
20. Saya bersikap impulsif dalam membeli kaset (melakukan pembelian tanpa perencanaan)	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS

21. Setiap kali mempunyai uang keinginan untuk membeli kaset sangat kuat	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
22. Saya sering melakukan pembelian kaset meskipun dana yang tersedia terbatas	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
23. Jika masih memiliki dana pada akhir bulan, akan saya gunakan untuk membeli kaset	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
24. Kadang-kadang saya merasa kurang puas dengan sebuah kaset setelah membelinya	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS

Terima Kasih





serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN II

DATA MENTAH RESPONDEN

DATA MENTAH

No.	Jender	Uang Saku	Kode	Status Pendidikan	Faktor Normatif										mean	Pembelian Impulsif 14 Item Pernyataan														mean	Dimensi 1					mean	D2				mean	Dimensi 1&2 scr. Bersamaan													mean
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14		x1	x2	x3	x6	x10		x9	x11	x12	x13		x1	x2	x3	x6	x10	x9	x11	x12	x13					
1	Laki-laki	700,000.00	3	Mahasiswa	2	1	3	-3	0	0	1	1	1	0	0.6	4	1	3	2	3	4	2	2	2	3	4	3	4	2	2.8	4	1	3	4	3	3	2	4	3	4	3.25	4	1	3	4	3	2	4	3	4	3.1				
2	Laki-laki	250,000.00	1	Mahasiswa	-1	-2	1	-2	-1	-3	1	-2	-2	-3	-1.4	3	1	2	4	1	4	2	1	1	4	2	4	2	3	2.4	3	1	2	4	4	2.8	1	2	4	2	2.25	3	1	2	4	4	1	2	4	2	2.6				
3	Laki-laki	600,000.00	3	Mahasiswa	-2	-1	3	-1	2	-2	1	2	-2	-2	-0.2	4	2	1	3	1	3	3	1	4	4	2	4	2	2	2.6	4	2	1	3	4	2.8	4	2	4	2	3	4	2	1	3	4	4	2	4	2	2.9				
4	Laki-laki	150,000.00	1	Mahasiswa	-3	-3	0	0	0	-1	0	0	0	0	-0.7	3	2	2	3	1	2	3	2	4	3	2	3	3	3	2.6	3	2	2	2	3	2.4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	2.7					
5	Laki-laki	300,000.00	2	Mahasiswa	-1	0	0	-2	-2	-2	0	0	0	0	-0.7	3	3	3	2	1	3	4	2	3	3	3	1	1	3	2.5	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2.6					
6	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0.2	4	1	4	4	1	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3.3	4	1	4	4	4	3.4	3	4	3	4	3.5	4	1	4	4	4	3	4	3	4	3.4				
7	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	1	-1	1	-1	1	-1	1	-1	1	1	0.2	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3.1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	2	2	3.6	
8	Laki-laki	100,000.00	1	Mahasiswa	2	0	-2	1	0	1	-3	0	0	0	-0.1	3	1	2	2	1	4	2	1	2	3	2	4	3	4	2.4	3	1	2	4	3	2.6	2	2	4	3	2.75	3	1	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2.7
9	Laki-laki	600,000.00	3	Mahasiswa	-1	-1	0	2	-1	-3	-2	-1	-2	0	-0.9	4	3	5	3	1	5	4	2	1	2	1	4	2	2	2.8	4	3	5	5	2	3.8	1	1	4	2	2	4	3	5	5	2	1	1	4	2	3.0				
10	Laki-laki	600,000.00	3	Mahasiswa	1	0	0	1	0	-1	0	0	0	0	0.1	4	1	2	2	1	4	4	1	3	3	3	2	2	3	2.5	4	1	2	4	3	2.8	3	3	2	2	2.5	4	1	2	4	3	3	3	2	2	2.7				
11	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	1	0	-2	-1	1	-1	2	1	1	1	0.3	3	2	1	2	1	3	4	1	4	2	2	1	3	4	2.4	3	2	1	3	2	2.2	4	2	1	3	2.5	3	2	1	3	2	4	2	1	3	2.3				
12	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	1	0	-2	-1	0	-1	-1	-2	-1	1	-0.6	3	2	3	4	1	5	1	1	4	2	1	1	2	1	2.2	3	2	3	5	2	3	4	1	1	2	2	3	5	2	4	1	1	2	2.6						
13	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	1	0	-2	-1	0	-1	-1	-2	-1	1	-0.6	4	2	3	3	3	4	4	4	2	3	4	2	2	3	3.1	4	2	3	4	3	3.2	2	4	2	2	2.5	4	2	3	4	3	2	4	2	2	2.9				
14	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-1	0	-1	0	-0.9	4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	2	1	4	3.1	4	3	3	4	3	3.4	4	4	2	1	2.75	4	3	3	4	3	4	4	2	1	3.1				
15	Laki-laki	600,000.00	3	Mahasiswa	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-1	0	-1	-2	-1	4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1.5	4	1	1	2	1	1.8	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1.4				
16	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	-1	-1	1	-1	-2	-2	-1	0	-1	-2	-1	4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1.5	4	1	1	2	1	1.8	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1.4				
17	Laki-laki	800,000.00	3	Mahasiswa	0	1	1	1	-1	2	1	1	-1	0	0.5	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	4	3	2.4	3	2	2	2	3	2.4	1	3	3	4	2.75	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3.0	
18	Laki-laki	700,000.00	3	Mahasiswa	-1	-2	-2	-2	0	-1	0	-3	-3	-2	-1.6	4	2	2	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2.8	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2.7			
19	Laki-laki	800,000.00	3	Mahasiswa	-1	0	2	1	1	-1	0	1	-1	-1	0.1	3	2	2	3	1	4	2	4	2	4	2	3	2	3	2.6	3	4	2	4	3	2.6	3	4	2	3	3	3	4	2	3	2	3	4	2	3	2.9				
20	Laki-laki	400,000.00	2	Mahasiswa	0	-1	3	0	0	2	1	0	0	0	0.5	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	2	2.1	4	1	2	3	3	2.6	3	1	2	1	1.75	4	1	2	3	3	3	1	2	1	2.2				
21	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	0	-3	0	-3	-1	-2	-3	-3	-3	-2	-2	4	1	2	3	1	3	2	1	3	3	1	2	1	3	2.6	4	1	1	4	4	2.8	1	2	3	2	2	4	1	1	4	4	1	2	3	2	2.4				
22	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	1	-1	2	0	0	-1	1	1	0	-1	0.2	4	1	2	3	1	4	4	4	1	4	4	1	4	2	3.1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4.1		
23	Laki-laki	1,150,000.00	4	Mahasiswa	-1	0	-1	-3	-1	-3	0	0	0	-3	-1.2	5	5	5	1	1	5	1	2	3	5	4	3	2	1	2.9	3	3	1	3	3	2.6	1	3	3	3	2.5	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2.6	
24	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	0	1	0	-1	0	-1	0	0	0	0	-0.1	3	3	1	4	3	3	4	2	1	3	3	3	4	2.3	3	1	3	3	2	2.4	1	3	1	3	2	3	1	3	3	2	1	3	1	3	1	3	2.2			
25	Laki-laki	50,000.00	1	Mahasiswa	0	-3	1	0	0	-3	0	0	0	-1	-0.6	3	1	3	4	1	3	5	1	1	2	3	1	3	1	2.3	3	1	3	3	2	2.4	1	3	1	3	2	3	1	3	3	2	1	3	1	3	1	3	2.2		
26	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0.3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	2.8	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	2.75	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2.9
27	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0.3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3.3	3	3	4	4	4	3.6	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3.3			
28	Laki-laki	150,000.00-200,000.00	1	Mahasiswa	-2	0	0	-1	0	-2	0	0	-1	-3	-0.9	5	3	4	3	1	5	3	2	4	5	3	3	4	1	3.3	5	3	4	5	5	4.4	4	3	3	4	3.5	5	3	4	5	5	4	3	3	4	4.0				
29	Laki-laki	800,000.00	3	Mahasiswa	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0.5	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	4	2	1.6	2	1	1	1	1	1.2	1	3	1	4	2.25	2	1	1	1	1	1	3	1	4	1.7				
30	Laki-laki	2,000,000.00	5	Mahasiswa	-1	0	3	-3	-3	1	-3	-1	-2	-3	-1.2	3	2	2	4	5	5	3	4	2	5	2	4	3	3	3.4	3	2	2	5	5	3.4	2	2	4	3	2.75	3	2	2	5	5	2	2	4	3	3.1				
31	Laki-laki	300,000.00	2	Mahasiswa	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0.4	2	3	4	3	4	3	3	1	3	4	2	1	1	3	2.6	2	3	4	3	4	3.2	3	2	1	1	1.75	2	3	4	3	4	3	2	1	1	2.6				
32	Laki-laki	100,000.00	1	Mahasiswa	1	-3	0	0	1	0	0	0	0	0	-0.1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2.8	3	2	3	3	3	2.8	3	3	2	2	2.5	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2.7				
33	Laki-laki	350,000.00	2	Mahasiswa	1	1	2	0	0	-1	0	0	0	-1	0.2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2.7	3	2	2	3	3	2.6	3	3	2	3	2.75	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2.7				
33	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	-2	-3	1	0	0	-3	0	-1	-3	-3	-1.4	4	1	3	4	1	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2.9	4	1	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	1	3	3	4	2	3	3	4	3.0				

No.	Jender	Uang Saku	Kode	Status Pendidikan	Faktor Normatif										mean	Pembelian Impulsif 14 Item Pernyataan														mean	Dimensi 1					mean	D2				mean	Dimensi 1&2 scr. Bersamaan													mean				
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14		x1	x2	x3	x6	x10		x9	x11	x12	x13		x1	x2	x3	x6	x10	x9	x11	x12	x13									
34	Laki-laki	400,000.00	2	Mahasiswa	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2.7	3	1	2	4	1	4	1	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3.2	3	1	2	4	4	2.8	5	4	4	4	4.25	3	1	2	4	4	5	4	4	4	3.4				
35	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	3	-3	3	0	0	-2	0	0	-2	-1	-0.2	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4.6	5	3	5	5	5	4.6	5	3	4	5	4.25	5	3	5	5	5	5	3	4	5	4.4					
36	Laki-laki	100,000.00	1	Mahasiswa	-1	-3	1	-2	-2	-2	-3	-2	-3	-2	-1.9	3	3	4	5	4	4	4	2	2	3	4	3	3	1				3.2	3	3	4	4	3	3.4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3.2					
37	Laki-laki	300,000.00	2	Mahasiswa	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0.5	2	4	4	3	2	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2		2.8	2	4	4	4	4	3.6	2	2	2	2	2	2	2	4	4	5	1	4	3	2	3.6					
38	Laki-laki	400,000.00	2	Mahasiswa	0	-2	1	-2	-2	0	1	1	2	0	-0.1	5	4	4	3	3	4	3	2	1	5	4	3	2	1				3.1	5	4	4	4	5	4.4	1	4	3	2	2.4	2	3	1	5	2.75	2	1	4	3	2	2	3	1	5	2.6
39	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	-1	0	1	0	0	-1	0	1	0	1	0.1	2	1	4	3	1	3	5	1	2	2	3	1	5	3				2.6	2	1	4	3	2	2.4	2	3	1	5	2.75	5	1	1	4	3	4	3	3	1	2.8					
40	Laki-laki	600,000.00-1,000,000.00	3	Mahasiswa	-1	0	0	1	-3	-3	0	-3	-3	0	-1.2	5	1	1	3	5	4	4	4	4	3	3	3	2	1				2.6	4	5	4	4	4	4.2	2	2	2	2	2	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	3.2				
41	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	-1	-1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-0.6	4	5	4	1	1	4	2	2	2	4	2	2	1	1	3				1.6	2	1	1	2	2	1.6	2	1	1	1	1.25	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1.4				
42	Laki-laki	150,000.00	1	Mahasiswa	0	0	2	-2	0	-2	-3	0	-1	0	-0.6	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	3				2.5	2	1	2	4	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	4	1	2	5	2	3	2.4					
43	Laki-laki	400,000.00	2	Mahasiswa	0	-2	1	-1	0	-1	0	1	0	0	-0.2	2	1	2	2	1	4	4	2	2	1	5	2	3	4				1.3	2	1	1	1	1	1.2	1	1	1	1	4	1.75	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1.4			
44	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0.6	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1				3.2	4	3	4	4	2	3.4	3	4	4	4	3.75	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3.6			
45	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	1	1	-1	2	0	-1	0	0	0	-1	0.1	4	3	4	2	2	4	3	2	3	2	4	4	4	4				2.4	5	3	4	4	2	3.6	2	2	1	2	1.75	5	3	4	4	2	2	2	1	2	2	2.8				
46	Laki-laki	150,000.00	1	Mahasiswa	-1	1	-1	1	1	-1	-1	-2	1	1	-0.1	5	3	4	2	1	4	2	2	2	2	2	1	2	1				2.8	4	1	2	4	4	3	2	4	1	4	3	2.75	4	1	2	4	4	2	4	1	4	2.9				
47	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	1	1	-1	1	-1	-1	1	0	-1	0	0	4	1	2	2	1	4	4	3	2	4	4	1	4	3				3.4	3	3	4	4	4	3.6	2	2	3	4	2.75	3	3	4	4	4	2	2	3	4	3.2					
48	Laki-laki	400,000.00	2	Mahasiswa	0	0	0	1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-0.3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	2	3	4	3				2.5	2	2	2	2	3	2.2	3	2	3	3	2.75	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2.4					
49	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	3	-3	0	0	1	-3	0	1	2	0	0.1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2				3.2	5	4	3	3	3	3.6	2	3	4	3	3	5	4	3	3	3	2	3	4	3	3.3					
50	Laki-laki	1,000,000.00	3	Mahasiswa	-2	-1	2	-1	-1	-2	-1	-2	1	-3	-1	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	2				2.5	3	1	3	4	2	2.6	1	3	2	3	2.25	3	1	3	4	2	1	3	2	3	2.4					
51	Laki-laki	1,250,000.00	4	Mahasiswa	0	-1	1	-3	-1	-1	-3	0	-2	0	-1	3	1	3	2	2	4	2	3	1	1	1	1	2	1				1.9	4	3	2	4	1	2.8	1	1	1	1	2	1.25	4	3	2	4	1	1	1	1	2	2.1				
52	Laki-laki	600,000.00	3	Mahasiswa	0	-1	1	-1	-2	0	0	1	0	0	-0.2	4	3	2	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	2	1				3.1	3	2	2	4	3	2.8	3	4	4	3	3.5	3	2	2	4	3	3	4	4	3	3.1				
53	Laki-laki	200,000.00	1	Mahasiswa	-1	0	0	-1	0	-2	0	0	0	0	-0.4	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3				2.7	4	2	2	4	4	3.2	2	4	2	4	3	4	2	4	4	2	4	2	4	3.1						
54	Laki-laki	700,000.00	3	Mahasiswa	0	-3	-3	-3	-1	-3	0	0	1	0	-1.2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	2	4	2				2.9	4	1	2	4	3	2.8	4	4	2	3	3.25	4	1	2	4	3	4	4	2	3	3.0					
55	Laki-laki	150,000.00	1	Mahasiswa	3	3	3	0	0	-1	2	1	2	1	1.4	4	1	2	2	1	4	5	3	4	3	4	2	3	3				1.4	1	1	1	2	1	1.2	1	1	1	1	2	1.25	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1.2				
56	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	0	-1	0	0	1	1	-1	2	0	1	0.3	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3				2.5	4	2	2	2	3	2.6	2	3	2	3	2.5	4	2	2	2	3	2	3	2	3	2.6					
57	Laki-laki	700,000.00	3	Mahasiswa	2	0	2	-2	1	1	-1	1	1	0	0.5	4	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2	3	2				2.5	4	2	2	2	3	2.8	3	4	3	4	3.5	4	2	2	4	2	3	4	3	4	3.1					
58	Laki-laki	400,000.00	2	Mahasiswa	0	0	2	-1	1	-1	-1	1	1	0	0.2	4	2	2	4	2	4	2	2	3	2	4	3	4	2				2.9	4	2	2	4	2	2.6	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	2.7							
59	Laki-laki	350,000.00	2	Mahasiswa	-1	-1	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	-0.6	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	2	4	2				2.4	3	3	3	4	3	3.2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2	2.7						
60	Laki-laki	500,000.00	2	Mahasiswa	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0.4	3	3	3	1	1	4	3	3	2	3	2	4	2	3				2.6	2	2	3	4	2	2.6	4	2	2	3	2.75	2	2	3	4	2	4	2	2	3	2.7					
61	Perempuan	300,000.00	2	Mahasiswa	0	0	0	1	1	-1	0	-1	-1	-1	-0.2	2	2	3	2	2	4	3	1	2	3	4	3	3	2				2.4	2	2	4	3	3	2.8	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	2.9					
62	Perempuan	120,000.00	1	Mahasiswa	-1	-1	3	-1	0	-1	0	2	-1	0	0	3	2	2	2	1	3	4	2	2	3	3	2	2	2				2.4	3	2	2	3	3	2.6	2	3	2	2	2.25	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2.4				
63	Perempuan	300,000.00	2	Mahasiswa	0	0	3	0	0	-1	1	1	0	0	0.6	4	1	1	1	2	4	3	2	3	2	4	1	1	1				2.1	4	1	1	4	2	2.4	3	4	1	1	2.25	4	1	1	4	2	3	4	1	1	2.7					
64	Perempuan	450,000.00	2	Mahasiswa	0	0	3	0	0	0	0	0	0	3	0	3	3	3	2	3	3	4	3	3	5	2	1	1	3				2.8	3	3	3	3	5	3.4	3	2	1	1	1.75	3	3	3	3	5	3	2	1	1	2.7					
65	Perempuan	600,000.00	3	Mahasiswa	1	1	-2	-1	-1	1	1	1	-1	0	0	3	3	3	2	3	3	4	3	3	5	2	1	1	3				3.1	4	4	4	4	3	3.8	1	2	2	2	1.75	4	4	4	3	1	2	2	2	2	2.9					
66	Perempuan	750,000.00	3	Mahasiswa	1	1	1	-1	-1	0	0	0	-1	0	0	4	4	4	1	4	4	4	4	1	3	2	2	2	4				2.6	2	2	3	3	2	2.4	3	2	2	2	2.25	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2.3					
67	Perempuan	500,000.00	2	Mahasiswa	-1																																																						

No.	Jender	Uang Saku	Kode	Status Pendidikan	Faktor Normatif										mean	Pembelian Impulsif 14 Item Pernyataan														mean	Dimensi 1					mean	D2				mean	Dimensi 1&2 scr. Bersamaan													mean
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14		x1	x2	x3	x6	x10		x9	x11	x12	x13		x1	x2	x3	x6	x10	x9	x11	x12	x13					
139	Perempuan	450,000.00	2	Pelajar	0	0	-1	-2	0	-2	0	0	0	0	-0.5	3	2	2	2	1	3	4	1	4	3	3	3	5	1	2.6	3	2	2	3	3	2.6	4	3	3	5	3.75	3	2	2	3	3	4	3	3	5	3.1				
140	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	-1	-2	0	-1	0	-3	0	-1	1	0	-0.7	3	2	2	3	1	3	3	2	3	2	2	1	4	3	2.4	3	2	2	3	2	2.4	3	2	1	4	2.5	3	2	2	3	2	3	2	1	4	2.4				
141	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	1	2	-1	0	-2	1	0	0	1	0.2	4	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2.7	4	2	2	3	2	2.6	3	2	3	4	3	4	2	2	3	2	3	4	2.8						
142	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	3	2	1	3	3	2	2	2	2	1	2.1	4	3	2	2	2	2	4	4	4	3	3	2	3	3	2.9	4	3	2	2	3	2.8	4	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2.9							
143	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	-2	-2	-2	-3	-3	-2	-2	0	0	2	-1.4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3.1	3	4	3	3	3	3.2	3	3	4	3	3.25	3	4	3	3	3	3	4	3	3.2					
144	Perempuan	400,000.00	2	Pelajar	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0.4	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	2	1	1	3	2.4	3	2	2	3	3	2.6	2	2	1	1	1.5	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2.1				
145	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	1	2	0	0	-1	-3	0	1	0	0	3	2	2	2	1	3	-2	1	2	2	2	1	2	1.9	3	2	2	3	2	2.4	2	2	2	1	1.75	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2.1					
146	Perempuan	120,000.00	1	Pelajar	0	-2	0	-2	-3	-3	-3	-3	-2	-1	-1.9	3	3	1	2	1	3	3	3	2	2	1	1	1	3	2.1	3	3	1	3	2	2.4	2	1	1	1	1.25	3	3	1	3	2	2	1	1	1	1.9				
147	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	0	-2	-1	0	0	-2	0	-1	0	-1	-0.7	3	1	2	2	1	3	5	1	3	1	3	2	3	1	2.2	3	1	2	3	1	2	3	3	2	3	2.75	3	1	2	3	1	3	3	2	3	2.3				
148	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	-1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	4	2.8	4	2	2	4	3	3	2	3	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2	2.7						
149	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	-2	-3	-2	-3	-2	-2	-3	-2	-2	-3	-2.4	4	3	4	4	2	3	5	2	4	3	2	4	3	2	3.2	4	3	4	3	3	3.4	4	2	4	3	3.25	4	3	4	3	3	4	2	4	3	3.3				
150	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	-3	-2	3	-1	-3	-1	2	0	-1	3	-0.3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	5	2	5	3	2.9	2	2	2	2	2	2	5	5	3	5	4.5	2	2	2	2	5	5	3	5	3.1					
151	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	2	-2	2	-1	-3	-1	1	0	-1	3	0	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	3	1	3	1.9	2	1	2	2	1	1.6	2	3	1	3	2.25	2	1	2	2	1	2	3	1	3	1.9					
152	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	3	0	1	-1	-3	-2	-1	0	1	1	-0.1	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	4	2	2.4	2	2	2	3	2	2.2	3	2	2	4	2.75	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2.4				
153	Perempuan	250,000.00	1	Pelajar	3	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2.1	2	4	2	1	2	4	4	1	3	3	4	3	2	3	2.7	2	4	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	2	3	3.0							
154	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	-1	-1	1	-2	0	-1	1	0	0	0	-0.3	5	2	2	2	1	4	5	1	5	2	2	2	3	1	2.6	5	2	2	4	2	3	5	2	2	3	3	5	2	2	4	2	5	2	2	3	3.0				
155	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	0	-1	-1	-2	-2	-2	-1	-1	0	0	-1	3	1	1	2	2	3	4	3	5	3	1	3	2	3	2.6	3	1	1	3	3	2.2	5	1	3	2	2.75	3	1	1	3	3	5	1	3	2	2.4				
156	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	1	-1	1	-1	-1	-2	1	2	2	1	0.3	4	2	2	4	4	2	5	4	1	2	2	2	4	1	2.8	4	2	2	2	2	2.4	1	2	2	4	2.25	4	2	2	2	2	1	2	2	4	2.3				
157	Perempuan	400,000.00	2	Pelajar	-2	-2	-2	-3	-1	-3	0	0	0	-2	-1.5	4	2	2	2	2	3	3	1	4	2	2	2	4	3	2.6	4	2	2	3	2	2.6	4	2	2	4	3	4	2	2	4	2	2	4	2.8						
158	Perempuan	400,000.00	2	Pelajar	1	-1	1	0	1	0	0	0	-3	0	-0.1	4	2	2	1	1	4	3	1	1	3	1	3	3	4	2.4	4	2	2	4	3	3	1	1	3	3	2	4	2	2	4	3	1	3	3	2.6					
159	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	-2	-1	-2	0	-1	-2	-2	-2	-2	-2	-1.6	3	1	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2.9	3	2	2	4	4	2.8	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	3	3	3	3	2.9				
160	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	-2	-3	0	0	-2	-2	0	-1	-2	-2	-1.4	4	1	1	3	2	4	4	1	2	3	2	1	3	3	2.4	4	1	1	4	3	2.6	2	2	1	3	2	4	1	1	4	3	2	2	1	3	2.3				
161	Perempuan	400,000.00	2	Pelajar	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0.3	1	2	2	3	1	4	4	1	2	1	2	2	3	3	2.2	1	2	2	4	1	2	2	2	2	3	2.25	1	2	2	4	1	2	2	2	3	2.1				
162	Perempuan	250,000.00	1	Pelajar	0	0	2	0	0	1	1	1	1	1	0.7	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2.4	3	2	2	3	3	2.6	2	2	2	3	2.25	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2.4				
163	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	-1	1	0	0	-1	0	0	0	0	-0.1	4	2	2	1	1	4	3	2	2	3	2	2	4	4	2.6	4	2	2	4	3	3	2	2	2	4	2.5	4	2	2	4	3	2	2	2	4	2.8				
164	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	-1	0	0	0	-1	0	0	-1	-1	-0.4	4	2	3	3	2	4	4	2	2	3	2	2	3	1	2.6	4	2	3	4	3	3.2	2	2	2	3	2.25	4	2	3	4	3	2	2	2	3	2.8				
165	Perempuan	50,000.00	1	Pelajar	1	0	2	-2	1	-1	0	2	2	2	0.7	4	2	3	3	4	4	4	1	2	3	2	2	3	4	2.9	4	2	3	4	3	3.2	2	2	2	3	2.25	4	2	3	4	3	2	2	2	3	2.8				
166	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0.2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2.3	3	2	2	3	2	2.4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2.2					
167	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	0	0	1	0	0	-1	0	0	0	0	0	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	3	4	2.4	3	2	2	3	2	2.4	2	1	2	3	2	3	2	2	1	2	3	2.2							
168	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	0	-2	0	-1	1	-2	0	0	0	0	-0.4	4	2	2	2	2	4	4	1	2	2	1	1	3	1	2.2	4	2	4	2	2	2.8	2	1	1	3	1.75	4	2	2	4	2	2	1	1	3	2.3				
169	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	1	3	-1	1	1	2	0	-1	0	0.6	4	3	4	3	1	3	3	1	3	2	1	1	1	3	2.4	4	3	4	3	2	3.2	3	1	1	1	1.5	4	3	4	3	2	3	1	1	1	2.4				
170	Perempuan	50,000.00	1	Pelajar	-2	-3	-2	-1	-3	-3	2	0	1	-1	-1.2	3	1	2	3	4	4	5	3	3	1	2	4	2	1	2.7	3	2	4	1	2.2	3	2	4	2	2.75	3	1	2	4	1	3	2	4	2	2.4					
171	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	0	0	1	0	-1	1	0	1	0	0.2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3.8	2	4	4	4	4	3.6	3	5	4	3	3.75	2	4	4	4	4	3	5	4	3	3.7				
172	Perempuan	800,000.00	3	Pelajar	0	2	1	1	-1	1	1	-1	-1	0	0.3	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	3	4	3.6	3	4	3	4	3	3.4	4	4	4	3	3.75	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3.6				
173	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	0	1	3	0	2	2	2	3	0	0	1.3	3	2	1	2	3	2	2	4	1	4	5	2	3	5	2.8	3	2	1	2	4	2.4	1	5	2	3	2.75	3	2	1	2	4	1	5	2	3	2.6				

No.	Jender	Uang Saku	Kode	Status Pendidikan	Faktor Normatif										mean	Pembelian Impulsif 14 Item Pernyataan														mean	Dimensi 1					mean	D2				mean	Dimensi 1&2 scr. Bersamaan													mean
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14		x1	x2	x3	x6	x10		x9	x11	x12	x13		x1	x2	x3	x6	x10	x9	x11	x12	x13					
174	Perempuan	80,000.00	1	Pelajar	1	1	2	0	0	-1	-1	0	0	0	0.2	2	3	3	3	2	4	4	2	3	2	1	1	2	3	2.5	2	3	3	4	2	2.8	3	1	1	2	1.75	2	3	3	4	2	3	1	1	2	2.3				
175	Perempuan	250,000.00	1	Pelajar	1	-2	-3	-3	1	-2	1	-1	-3	-1	-1.2	2	2	2	3	1	3	4	3	3	3	4	3	5	2	2.9	2	2	2	3	3	2.4	3	4	3	5	3.75	2	2	2	3	3	3	4	3	5	3.0				
176	Perempuan	1,000,000.00	3	Pelajar	1	1	2	-1	0	-1	0	0	1	-1	0.2	3	1	1	2	1	2	3	2	2	2	1	2	3	1.9	3	1	1	2	2	1.8	2	2	1	2	1.75	3	1	1	2	2	2	2	1	2	1.8					
177	Perempuan	600,000.00	3	Pelajar	0	1	3	-3	-1	-3	-1	3	0	3	0.2	3	5	2	2	1	3	5	5	3	2	4	3	4	5	3.4	3	5	2	3	2	3	3	4	3	4	3.5	3	5	2	3	2	3	4	3	4	3.2				
178	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	0	-2	-1	-2	-1	1	2	1	2	-1	-0.1	4	2	1	3	1	3	5	3	5	3	1	3	2	4	2.9	4	2	1	3	3	2.6	5	1	3	2	2.75	4	2	1	3	3	5	1	3	2	2.7				
179	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	3	0	3	-3	-1	0	2	3	3	3	1.3	4	4	2	2	4	5	5	1	2	5	3	2	5	1	3.2	4	4	2	5	5	4	2	3	2	5	3	4	4	2	5	5	2	3	2	5	3.6				
180	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	1	-2	2	-1	-1	-2	-1	0	-1	2	-0.3	2	2	4	2	1	4	5	2	3	2	3	2	3	3	2.7	2	2	4	4	2	2.8	3	3	2	3	2.75	2	2	4	4	2	3	3	2	3	2.8				
181	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	-2	-1	-1	-2	-1	-2	-2	-1	-2	-2	-1.6	3	1	1	4	1	4	4	2	4	3	3	2	5	2	2.8	3	1	1	4	3	2.4	4	3	2	5	3.5	3	1	1	4	3	4	3	2	5	2.9				
182	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	1	1	2	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	0.1	3	2	2	2	1	2	4	3	2	2	2	1	1	2	2.1	3	2	2	2	2	2.2	2	2	1	1	1.5	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1.9				
183	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	0	0	1	0	0	-1	1	0	1	0	0.2	4	1	2	2	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	2.8	4	1	2	3	3	2.6	3	4	2	2	2.75	4	1	2	3	3	3	4	2	2	2.7				
184	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	-2	-1	1	-2	-1	-2	-1	-1	-2	-3	-1.4	2	1	1	4	2	4	3	2	4	2	2	2	4	2	2.5	2	1	1	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	4	2.4						
185	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0.2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2.6	3	2	2	3	2	2.4	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2.7					
186	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	0	0	1	1	1	0	-1	0	-1	-0.1	-0.1	3	2	2	1	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	2.6	3	2	2	3	2	2.4	2	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3.0					
187	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	-2	-2	-2	-3	-1	0	-1	0	0	0	-1.1	5	2	3	3	2	4	5	1	2	3	3	2	3	3	2.9	5	2	3	4	3	3.4	2	3	2	3	2.5	5	2	3	4	3	2	3	2	3	3.0				
188	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	0	0	1	0	-1	0	0	-1	-1	-2	-0.4	4	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2.2	4	3	2	3	2	2.8	2	2	2	1	1.75	4	3	2	3	2	2	2	2	1	2.3					
189	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	1	2	2	2	2	1	0	1	0	0	1.1	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	5	2.9	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.7				
190	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	0	0	1	1	1	-3	3	0	0	0	0.3	4	1	2	1	1	4	4	1	2	2	3	2	3	4	2.4	4	1	2	4	2	2.6	2	3	2	3	2.5	4	1	2	4	2	2	3	2	3	2.6				
191	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	1	0	2	-2	1	-1	-2	1	1	0	0.1	3	2	1	3	2	2	4	2	2	3	4	2	3	2	2.5	3	2	1	2	3	2.2	2	4	2	3	2.75	3	2	1	2	3	2	4	2	3	2.4				
192	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	2	-3	2	-2	-1	-3	-2	-3	-2	-3	-1.5	2	2	3	2	1	2	4	1	4	2	3	2	2	2	2.3	2	2	3	2	2	2.2	4	3	2	2	2.2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3.2				
193	Perempuan	300,000.00	2	Pelajar	-1	0	3	-1	0	-2	-2	1	0	0	-0.2	3	2	2	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3.1	3	2	2	3	4	2.8	4	3	4	4	3.75	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	3.2			
194	Perempuan	160,000.00	1	Pelajar	0	0	-2	0	-3	-1	-3	1	0	0	-0.8	3	3	1	2	2	3	4	1	2	2	1	3	4	2	2.4	3	3	1	3	2	2.4	2	1	3	4	2.5	3	3	1	3	2	2	1	3	4	2.4				
195	Perempuan	80,000.00	1	Pelajar	-3	-2	-1	-2	0	0	0	0	0	0	-0.8	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3	2	3	3	2.4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.2				
196	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	-2	0	1	-1	0	-2	-1	-1	-2	-2	-1	-1	2	2	2	3	1	2	4	3	2	2	3	2	3	2.4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.2			
197	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	-1	0	-1	-3	0	-2	1	1	0	0	-0.5	3	4	4	2	2	3	5	4	1	4	3	1	4	3	3.1	3	4	4	3	4	3.6	1	3	1	4	2.25	3	4	4	3	4	1	3	1	4	3.0				
198	Perempuan	120,000.00	1	Pelajar	-1	-1	1	-1	-2	0	0	1	0	1	-0.2	2	2	2	2	3	3	4	1	3	1	2	2	1	3	2.2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2.0						
199	Perempuan	250,000.00	1	Pelajar	-1	-1	1	0	0	-2	0	-1	0	-2	-0.6	4	3	2	2	2	4	2	1	1	2	2	1	2	2	2.1	4	3	2	4	2	3	1	2	1	2	1.5	4	3	2	4	2	1	2	1	2	2.3				
200	Perempuan	200,000.00	1	Pelajar	-1	0	-1	-1	-1	-1	0	-1	1	0	-0.5	3	1	1	1	1	3	4	1	3	1	3	2	3	3	2.1	3	1	1	3	1	1.8	3	3	2	3	2.75	3	1	1	3	1	3	3	2	3	2.2				
201	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	-2	-1	-1	-3	-2	-1	-3	-2	-2	-3	-2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	2	4	4	3	4	3.1	3	2	2	3	2	2.4	4	4	4	3	3.75	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3.0				
202	Perempuan	500,000.00	2	Pelajar	-1	-1	0	0	0	-1	0	0	0	-1	-0.4	4	4	3	3	2	4	4	2	3	3	2	3	2	3	3.0	4	4	3	4	3	3.6	3	3	2	3	2.75	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3.2				
203	Perempuan	350,000.00	2	Pelajar	0	0	1	-3	1	0	0	1	0	-2	-0.2	4	1	2	3	1	3	4	2	3	3	4	5	2.9	4	1	2	3	3	2.6	3	2	3	4	3	2.6	3	2	3	4	3	4	1	2	3	3	3	2	3	4	2.8
204	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	0	1	2	-2	0	0	1	0	0	1	0.3	3	2	2	2	3	4	4	4	2	2	3	4	2	2	2.8	3	2	2	4	3	2.8	2	4	2	2	2.5	3	2	2	4	3	2	4	2	2	2.7				
205	Perempuan	100,000.00	1	Pelajar	-1	0	0	0	0	-1	1	0	0	0	0	0	3	2	2	2	1	3	3	3	2	3	2	3	2	2.6	3	2	2	3	3	2.6	2	2	3	2	2.25	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2.4			
206	Perempuan	150,000.00	1	Pelajar	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-0.1	3	1	1	1	1	3	3	3	1	3	1	1	1	4	1.9	3	1	1	3	3	2.2	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1.7				
207	Perempuan	50,000.00	1	Pelajar	0	-1	-1	1	1	-2	0	0	0	-1	-0.3	4	1	2	2	1	4	3	1	2	2	3	2	2	2.2	4	1	2	4	2	2.6	2	3	2	2	2.25	4	1	2	4	2	2	3	2	2	2	2	2.4			



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN III

HASIL ANALISIS

Factor Analysis

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
X1	3.2995	.89070	207
X2	2.1739	1.00421	207
X3	2.3720	1.02956	207
X4	2.5314	.94393	207
X5	1.9758	1.05407	207
X6	3.3671	.90869	207
X7	3.4444	1.05920	207
X8	2.1932	1.02463	207
X9	2.5749	1.05800	207
X10	2.7198	1.04684	207
X11	2.6232	1.07624	207
X12	2.2754	.97369	207
X13	2.7488	1.05880	207
X14	2.7246	1.05505	207

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.809
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	df
	Sig.
	578.505
	91
	.000

Correlation Matrix

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14
Correlation	1.000	.256	.227	.093	-.096	.409	.152	-.096	.110	.351	.139	.207	.039	-.118
	.256	1.000	.501	.112	.238	.265	.151	.151	.070	.333	.223	.254	.114	-.110
	.227	.501	1.000	.240	.277	.357	.213	.221	.150	.430	.197	.236	.175	-.039
	.093	.112	.240	1.000	.325	.196	.243	.124	.271	.225	.227	.358	.290	-.067
	.096	.238	.277	.325	1.000	.207	.210	.350	.161	.311	.227	.276	.155	.099
	.409	.265	.357	.196	.207	1.000	.157	.116	.198	.415	.222	.286	.172	-.031
	.152	.151	.213	.243	.210	.157	1.000	.153	.217	.126	.190	.130	.208	.019
	.096	.151	.221	.124	.350	.116	.153	1.000	.139	.377	.207	.248	.130	.314
	.110	.070	.150	.271	.161	.198	.217	.139	1.000	.199	.217	.265	.190	.047
	.351	.333	.430	.225	.311	.415	.126	.377	.199	1.000	.281	.395	.199	.088
	.139	.223	.197	.227	.227	.222	.190	.207	.217	.281	1.000	.447	.406	.019
	.207	.254	.236	.358	.276	.286	.130	.248	.265	.395	.447	1.000	.383	.117
	.039	.114	.175	.290	.155	.172	.208	.130	.190	.199	.406	.383	1.000	.038
	-.118	-.110	-.039	-.067	-.099	-.031	-.019	.314	.047	.088	.019	.117	.038	1.000
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.092	.085	.000	.015	.085	.057	.000	.023	.001	.288	.045
	.000	.000	.000	.054	.000	.000	.015	.015	.158	.000	.001	.000	.050	.057
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.015	.000	.002	.000	.006	.287
	.092	.054	.000	.000	.000	.002	.000	.037	.000	.001	.001	.000	.000	.169
	.085	.000	.000	.000	.001	.001	.001	.000	.010	.000	.000	.000	.013	.078
	.000	.000	.000	.002	.001	.001	.012	.048	.002	.000	.001	.000	.007	.330
	.015	.015	.001	.000	.001	.012	.014	.014	.001	.035	.003	.031	.001	.394
	.085	.015	.001	.037	.000	.048	.014	.014	.023	.000	.001	.000	.031	.000
	.057	.158	.015	.000	.010	.002	.001	.023	.002	.002	.001	.000	.003	.251
	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.035	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.104
	.023	.001	.002	.001	.000	.001	.003	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.391
	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.047
	.288	.050	.006	.000	.013	.007	.001	.031	.003	.002	.000	.000	.000	.295
	.045	.057	.287	.169	.078	.330	.394	.000	.251	.104	.391	.047	.295	

serviens in lumine veritatis

Communalities

	Initial	Extraction
X1	1.000	.510
X2	1.000	.499
X3	1.000	.574
X4	1.000	.546
X5	1.000	.530
X6	1.000	.506
X7	1.000	.492
X8	1.000	.659
X9	1.000	.306
X10	1.000	.622
X11	1.000	.553
X12	1.000	.625
X13	1.000	.569
X14	1.000	.670

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix ^a

	Component			
	1	2	3	4
X1	.437			
X2	.530	-.515		
X3	.619	-.433		
X4	.520			
X5	.551			
X6	.581			
X7	.410			.525
X8	.472		.556	
X9	.427			
X10	.694			
X11	.575			
X12	.665			
X13	.486		-.412	
X14		.581	.554	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotated Component Matrix ^a

	Component			
	1	2	3	4
X1	.689			
X2	.668			
X3	.647			
X4			.619	
X5			.555	.406
X6	.659			
X7			.691	
X8		.400		
X9				
X10	.647			
X11		.709		
X12		.704		
X13		.732		
X14				.780

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	.645	.553	.450	.277
2	-.706	.414	.163	.552
3	.265	-.497	-.254	.787
4	-.128	-.526	.841	-.017

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Component Score Coefficient Matrix

	Component			
	1	2	3	4
X1	.356	.014	-.201	-.119
X2	.306	-.153	.083	-.042
X3	.264	-.182	.197	.011
X4	-.115	.114	.408	-.133
X5	-.002	-.147	.366	.223
X6	.296	.079	-.138	-.075
X7	-.080	-.110	.529	-.068
X8	.019	-.086	.046	.497
X9	-.094	.167	.207	-.048
X10	.265	.035	-.135	.185
X11	-.019	.410	-.127	-.027
X12	.024	.383	-.155	.057
X13	-.128	.438	-.018	-.089
X14	-.131	.031	-.151	.556

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Component Score Covariance Matrix

Component	1	2	3	4
1	1.000	.000	.000	.000
2	.000	1.000	.000	.000
3	.000	.000	1.000	.000
4	.000	.000	.000	1.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Reliability Dimensi 3

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****
 RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

N of Cases = 207.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
2.6506	1.9758	3.4444	1.4686	1.7433	.5498	

Item-total Statistics

	Scale Variance if Item Deleted	Scale Item- Total Correlation	Corrected Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X4	5.4203	2.7011	.3654	.1378
X5	5.9758	2.4994	.3346	.1239
X7	4.5072	2.6492	.2769	.0783

Reliability Coefficients 3 items
 Alpha = .5084 Standardized item alpha = .5124

Reliability Dimensi 4

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****
 RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

N of Cases = 207.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
2.4589	2.1932	2.7246	.5314	1.2423	.1412	

Item-total Statistics

	Scale Variance if Item Deleted	Scale Item- Total Correlation	Corrected Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X8	2.7246	1.1131	.3144	.0988
X14	2.1932	1.0499	.3144	.0988

Reliability Coefficients 2 items
 Alpha = .4782 Standardized item alpha = .4784

Regresi Faktor Normatif terhadap Pembelian Impulsif, Keseluruhan Dimensi

Correlations

Pearson Correlation		PI	FN
	PI	1.000	-.064
	FN	-.064	1.000
Sig. (1-tailed)		PI	FN
	FN	.179	.179
N		PI	FN
	PI	207	207
	FN	207	207

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pembelian Impulsif (PI)	2.6838	.58698	207
Faktor Normatif (FN)	-.1527	.91725	207

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	FN ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.064 ^a	.004	-.001	.58719

a. Predictors: (Constant), Faktor Normatif

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	.293	1	.293	.849	.358 ^a
Regression	70.683	205	.345		
Residual	70.976	206			
Total					

a. Predictors: (Constant), Faktor Normatif

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	PI
110	3.205	4.56

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.678	.041			64.712	.000
	FN	4.11E-02	.045	-.064		-.922	.358

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Residuals Statistics

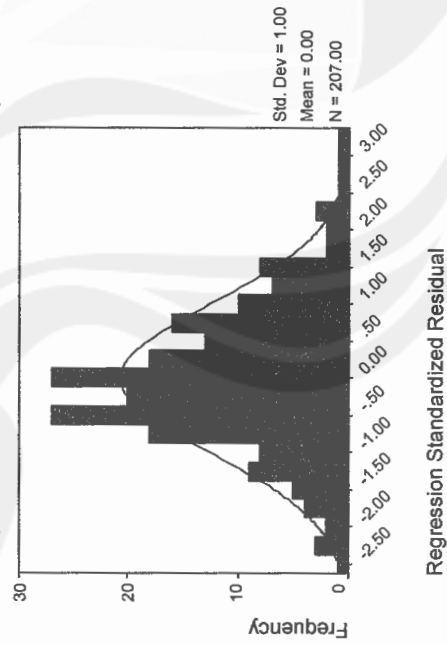
	Predicted Value	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Residual		2.5666	2.7762	2.6838	.03770	207
Std. Predicted Value		-1.4430	1.8821	.0000	.58577	207
Std. Residual		-3.110	2.450	.000	1.000	207
		-2.457	3.205	.000	.998	207

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Charts

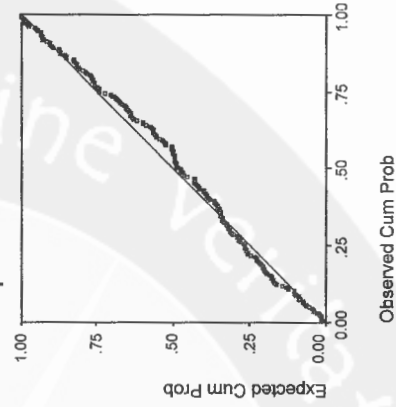
Histogram

Dependent Variable: Pembelian Impulsif



Normal P-P Plot of Regression Stan

Dependent Variable: Pembelian Imp



Regresi Faktor Normatif terhadap Pembelian Impulsif Dimensi Immature (Dim Im)

Correlations

	Dim Im	FN
Pearson Correlation	1.000	-.079
Sig. (1-tailed)		.128
N	207	207

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Dim Im	2.7865	.68053	207
FN	-.1527	.91725	207

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	FN ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Dimensi Immature

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.079 ^a	.006	.001	.68003

a. Predictors: (Constant), Faktor Normatif

b. Dependent Variable: Dimensi Immature

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	.601	1	.601	1.300	.256 ^a
Residual	94.801	205	.462		
Total	95.402	206			

a. Predictors: (Constant), Faktor Normatif

b. Dependent Variable: Dimensi Immature

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	Dim Im
22	3.164	5.00
113	3.112	5.00

a. Dependent Variable: Dimensi Immature

Residuals Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.6185	2.9188	2.7865	.05402	207
Residual	-1.5598	2.1518	.0000	.67838	207
Std. Predicted Value	-3.110	2.450	.000	1.000	207
Std. Residual	-2.294	3.164	.000	.998	207

a. Dependent Variable: Dimensi Immature

Coefficients

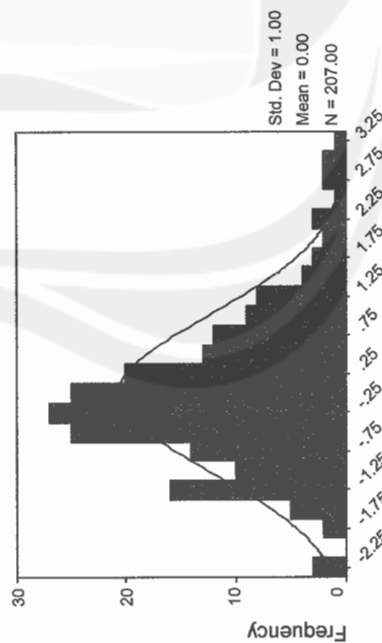
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.777	.048			57.962	.000
FN	5.89E-02	.052	-.079		-1.140	.256

a. Dependent Variable: Dimensi Immature

Charts

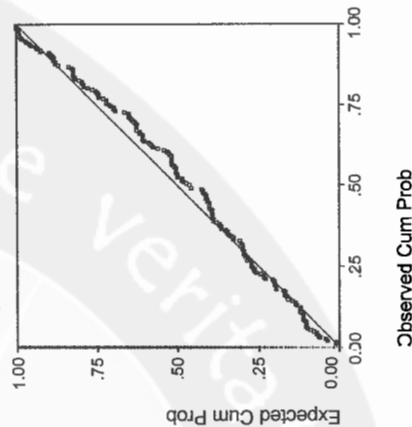
Histogram

Dependent Variable: Dimensi Immature



Normal P-P Plot of Regression Stan

Dependent Variable: Dimensi Imma



Regresi Faktor Normatif terhadap Pembelian Impulsif Dimensi Irrational

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Dim Ir	2.5556	.72736	207
FN	-.1527	.91725	207

Correlations

Pearson Correlation		Dim Ir	FN
Dim Ir	1.000		
FN	-.024	1.000	
Sig. (1-tailed)		Dim Ir	FN
Dim Ir			.367
FN	.367		
N		Dim Ir	FN
Dim Ir		207	207
FN		207	207

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	FN ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Dimensi Irrational

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.024 ^a	.001	-.004	.72893

a. Predictors: (Constant), Faktor Normatif

b. Dependent Variable: Dimensi Irrational

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	.062	1	.062	.116	.734 ^a
	108.924	205	.531		
Total	108.986	206			

a. Predictors: (Constant), Fkator Normatif

b. Dependent Variable: Dimensi Irrational

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.553	.051			49.697	.000
FN	1.89E-02	.055	-.024		-.341	.734

a. Dependent Variable: Dimensi Irrasional

Residuals Statistics

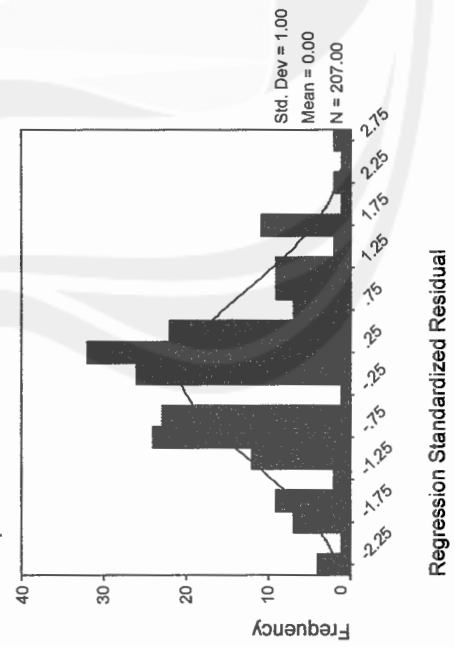
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.5017	2.5979	2.5556	.01730	207
Residual	-1.5715	1.9492	.0000	.72716	207
Std. Predicted Valu	-3.110	2.450	.000	1.000	207
Std. Residual	-2.156	2.674	.000	.998	207

a. Dependent Variable: Dimensi Irrasional

Charts

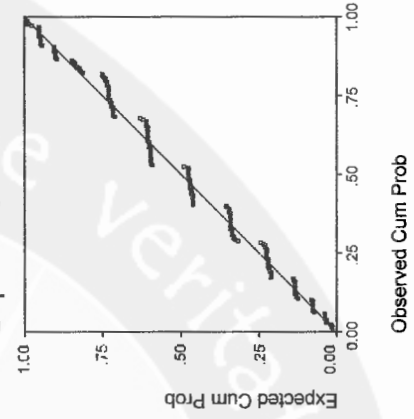
Histogram

Dependent Variable: Dimensi Irrasional



Normal P-P Plot of Regression Stanc

Dependent Variable: Dim Irrasional



Uji-T Jender Keseluruhan Dimensi

Group Statistics

Jender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Laki-laki	71	2.7668	.58919	.06992
Perempuan	136	2.6405	.58330	.05002

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			
Pembelian Impulsif	Equal variances assumed	.166	.684	1.474	205	.142	.1263	.08570	Lower	-.04266	Upper	.29527
	Equal variances not assumed			1.469	140.841	.144	.1263	.08597	Lower	-.04366	Upper	.29626

Uji-T Jender Dimensi Immature

Group Statistics

Jender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Laki-laki	71	2.8845	.74194	.08805
Perempuan	136	2.7353	.64309	.05514

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	
Dim Immature	.594	.442	1.502	205	.135	.1492	.09934	Lower	Upper
			1.436	125.655	.153	.1492	.10389	Lower	Upper

Uji-T Jender Dimensi Irrasional

Group Statistics

Jender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Dim Laki-laki	71	2.6197	.68512	.08131
Dim Perempuan	136	2.5221	.74875	.06420

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	
Dim Irrasional	.591	.443	.917	205	.360	.0977	.10654	Lower	Upper
			.943	153.553	.347	.0977	.10360	Lower	Upper

Uji-T Status Pendidikan Keseluruhan Dimensi

Group Statistics

Status Pendidikan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mahasiswa	98	2.7256	.58102	.05869
Pelajar	109	2.6463	.59243	.05674

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			
Pembelian Impulsif	.048	.827	.971	205	.333	.0793	.08172	Lower	-.08178	Upper	.24047
								Upper	-.08162	Lower	.24031
			.972	203.442	.332	.0793	.08164				

Uji-T Status Pendidikan Dimensi *Immature*

Group Statistics

Status Pendidikan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mahasiswa	98	2.8653	.73593	.07435
Pelajar	109	2.7156	.62143	.05952

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Dim Immature Equal variances assumed	1.108	.294	1.586	205	.114	.1497	.09439	-.03638	.33580
Equal variances not assumed			1.572	190.794	.118	.1497	.09524	-.03814	.33756

Uji-T Status Pendidikan Dimensi Irrational

Group Statistics

Status Pendidikan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Dim Mahasiswa	98	2.5510	.64612	.06527
Irrational Pelajar	109	2.5596	.79633	.07627

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Dim Irrational Equal variances assumed	4.426	.037	-.085	205	.932	-.0086	.10150	-.20873	.19150
Equal variances not assumed			-.086	202.927	.932	-.0086	.10039	-.20655	.18932

Oneway Anova Uang Saku Keseluruhan Dimensi

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
< Rp 250.000,00	104	2.6442	.56537	.05544	2.5343	2.7542	1.44	4.56
Rp 250.001,00 - Rp 500.000,00	70	2.6730	.61207	.07316	2.5271	2.8190	1.22	4.44
Rp 500.001,00 - Rp 1.000.000,00	28	2.8254	.57571	.10880	2.6022	3.0486	1.67	4.33
Rp 1.000.001,00 - Rp 1.500.000,00	4	2.8056	.87194	.43597	1.4181	4.1930	2.33	4.11
Rp 1.500.001,00 - Rp 2.000.000,00	1	3.1111	3.11	3.11
Total	207	2.6838	.58698	.04080	2.6034	2.7643	1.22	4.56

Test of Homogeneity of Variances

ALLDIM

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.772	4	202	.545

ANOVA

ALLDIM

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.974	4	.244	.703	.591
Linear Term	.264	1	.264	.763	.384
Unweighted	.783	1	.783	2.258	.134
Weighted	.192	3	.064	.184	.907
Deviation					
Within Groups	70.002	202	.347		
Total	70.976	206			

Oneway Anova Uang Saku Dimensi Immature

Descriptives

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
				Lower Bound	Upper Bound		
104	2.7058	.64700	.06344	2.5799	2.8316	1.20	5.00
70	2.8114	.70104	.08379	2.6443	2.9786	1.20	4.80
28	2.9500	.65007	.12285	2.6979	3.2021	1.20	4.40
4	3.1500	1.23693	.61847	1.1818	5.1182	2.40	5.00
1	3.4000	3.40	3.40
207	2.7865	.68053	.04730	2.5932	2.8797	1.20	5.00

Test of Homogeneity of Variances

RATA1			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.403	4	202	.234

ANOVA

RATA1		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	2.375	4	.594	1.289	.276
	Linear Term	.693	1	.693	1.505	.221
	Unweighted	2.299	1	2.299	4.992	.027
	Weighted	.076	3	.025	.055	.983
	Deviation	93.027	202	.461		
Within Groups		95.402	206			
Total						

Oneway Anova Uang Saku Dimensi Irrational

Descriptives

RATA2	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
< Rp 250.000,00	104	2.5673	.71922	.07052	2.4274	2.7072	1.00	4.50
Rp 250.001,00 - Rp 500.000,00	70	2.5000	.74819	.08943	2.3216	2.6784	1.00	4.25
Rp 500.001,00 - Rp 1.000.000,00	28	2.6696	.76392	.14437	2.3734	2.9659	1.25	4.25
Rp 1.000.001,00 - Rp 1.500.000,00	4	2.3750	.43301	.21651	1.6860	3.0640	2.00	3.00
Rp 1.500.001,00 - Rp 2.000.000,00	1	2.7500	2.75	2.75
Total	207	2.5556	.72736	.05056	2.4559	2.6552	1.00	4.50

Test of Homogeneity of Variances

RATA2

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.791	4	202	.532

ANOVA

RATA2

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.763	4	.191	.356	.840
Linear Term	.013	1	.013	.025	.874
Unweighted	.009	1	.009	.017	.897
Weighted	.754	3	.251	.469	.704
Deviation					
Within Groups	108.223	202	.536		
Total	108.986	206			

Uji-T Tren Musik terhadap Pembelian Impulsif (PI) Keseluruhan Dimensi

Group Statistics

Tren Musik	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PI Ya	154	2.7006	.59413	.04788
Tidak	53	2.6352	.56839	.07807

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
PI Equal variances assumed	.174	.677	.698	205	.486	.0654	.09359	-.11917	.24989
Equal variances not assumed			.714	93.946	.477	.0654	.09158	-.11649	.24720

Uji-T Tren Musik terhadap Pembelian Impulsif Dimensi *Immature*

Group Statistics

Tren Musik	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Dim Im Ya	154	2.7974	.70479	.05679
Tidak	53	2.7547	.60972	.08375

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		
Dim Im										
Equal variances assumed	.788	.376	.393	205	.695	.0427	.10860	Lower	-.17143	.25680
Equal variances not assumed			.422	103.389	.674	.0427	.10119	Upper	-.15800	.24337

Uji-T Tren Musik thd Pembelian Impulsif Dimensi Irrational

Group Statistics

Tren Musik	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Dim Ir Ya	154	2.5795	.72800	.05866
Tidak	53	2.4858	.72790	.09999

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		
Dim Ir										
Equal variances assumed	.070	.792	.808	205	.420	.0937	.11593	Lower	-.13488	.32227
Equal variances not assumed			.808	90.326	.421	.0937	.11592	Upper	-.13660	.32399

Uji-T Jenis Kaset terhadap Pembelian Impulsif Keseluruhan Dimensi

Group Statistics

Jenis Kaset	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Original	161	2.6639	.56478	.04451
Bajakan	46	2.7536	.66084	.09744

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
PI	.966	.327	-.914	205	.362	-.0897	.09817	-.28327	.10384
			-.838	64.946	.405	-.0897	.10712	-.30366	.12422

Uji-T Jenis Kaset terhadap Pembelian Impulsif Dimensi Immature

Group Statistics

Jenis Kaset	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Original	161	2.7714	.67077	.05286
Bajakan	46	2.8391	.71879	.10598

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Dim Im	.081	.776	-.594	205	.553	-.0677	.11395	-.29237	.15697
			-.572	68.978	.569	-.0677	.11843	-.30397	.16857

Uji-T Jenis Kaset terhadap Pembelian Impulsif Dimensi Irrational

Group Statistics

Jenis Kaset	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Dim Ir Original	161	2.5295	.71172	.05609
Bajakan	46	2.6467	.78098	.11515

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Dim Ir	1.294	.257	-.964	205	.336	-.1172	.12162	-.35703	.12256
			-.915	67.815	.363	-.1172	.12808	-.37284	.13837