

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis digunakan dalam pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah pada Bank BTPN Area Yogyakarta. Kemampuan keempat faktor tersebut menjelaskan adalah sebesar 52,6 persen (R). Keempat faktor tersebut meliputi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dari hasil tersebut nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,269 ini berarti seluruh variabel bebas (X) yakni budaya, sosial, pribadi, dan psikologi mempunyai kontribusi sebesar 32% terhadap variabel terikat (Y) yakni keputusan pengambilan kredit pensiun di Bank BTPN Area Yogyakarta. Sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.
2. Hasil regresi berganda menunjukkan F hitung sebesar 36,275. Tingkat signifikansinya juga menunjukkan nilai 0,000 yang berarti bahwa bahwa variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pengambilan kredit pensiun di Bank BTPN Area Yogyakarta.
3. Variabel Budaya
Nilai t hitung untuk variabel ini adalah 5,864. Hal ini berarti variabel budaya mempunyai pengaruh yang positif. Probability juga menunjukkan nilai

signifikan 0,000 ($<0,05$). Ini berarti variabel budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pensiun di Bank BTPN Area Yogyakarta.

4. Variabel Sosial

Nilai t hitung untuk variabel ini adalah 0,595. Variabel sosial mempunyai pengaruh yang positif. Probability menunjukkan nilai signifikan $0,552 > 0,05$. Variabel sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pensiun di Bank BTPN Area Yogyakarta.

5. Variabel Pribadi

Nilai t hitung untuk variabel ini adalah 0,785. Variabel pribadi mempunyai pengaruh yang positif. Probability menunjukkan nilai signifikan $0,433 (> 0,05)$. Variabel pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pensiun di Bank BTPN Area Yogyakarta.

6. Variabel Psikologis

Nilai t hitung untuk variabel ini adalah 4,685. Faktor psikologi mempunyai pengaruh yang positif. Probability menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pensiun di Bank BTPN Area Yogyakarta.

B. Saran/Implikasi Manajerial

1. Pengembangan jaringan kantor yang secara geografis berdekatan dengan domisili para pensiunan. Mengingat anjuran Bank Indonesia Bank dapat mengembangkan jaringan pelayanan secara *brandless*, penulis menyarankan

bank BTPN untuk secepatnya menjalin kerjasama dengan Alfamart dan Indomaret dalam pembayaran gaji pensiun. Bank BTPN juga dapat mengembangkan jaringan pelayanannya secara *virtual brand* dengan cara membuka tempat pelayanan yang bekerja sama dengan kantor-kantor kelurahan dan kecamatan di seluruh Indonesia. Hasil penelitian ini sangat sepadan atau sejalan dengan rencana Bank BTPN dalam hal pembayaran gaji pensiun melalui ATM Bersama (Anjungan Tunai Mandiri Bersama).

2. Bank BTPN Area Yogyakarta lebih proaktif melakukan sosialisasi secara kontinu ke domisili para nasabah dan juga melakukan pendekatan terhadap tokoh-tokoh masyarakat, pengurus organisasi pensiun, pemuka agama agar dapat mempengaruhi para pensiunan untuk mengambil kredit di Bank BTPN.
4. Bank BTPN juga dapat memberikan ceramah bahwa apabila membutuhkan kredit, para pensiunan lebih baik mendatangi bank BTPN daripada “bank plecit”. Hal itu dapat dilakukan dengan menghadirkan para pemuka agama sebagai narasumber dan testimoni-testimoni dari beberapa nasabah yang sudah meminjam di Bank BTPN Area Yogyakarta.
5. Bank BTPN hendaknya meninjau kembali program *Pension Gets Pension* (PGP) yang sedang berjalan saat ini. Program PGP ini bermaksud agar seorang pensiunan dapat mempengaruhi pensiunan lainnya agar mengambil kredit di BTPN. Dalam penelitian ini, faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit pensiun di BTPN sehingga perlu dikaji lebih lanjut.

6. Penulis juga menyarankan agar Bank BTPN lebih mendekatkan diri kepada keluarga inti pensiunan. Contoh, bagi istri pensiunan, Bank BTPN dapat melaksanakan kegiatan pelatihan memasak, membuat kue, usaha catering. Kegiatan ini sudah ada sebelumnya, namun kegiatan ini perlu diaktifkan lagi dan diintensifkan tidak aktif lagi. Bagi anak pensiunan, Bank BTPN hendaknya meningkatkan pelatihan wirausaha. Bank BTPN juga dapat membangun dan mempertahankan citra bank jangka panjang pada konsumen, nasabah, masyarakat, dan pemerintah melalui proyek bantuan kemanusiaan, partisipasi dalam kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan serta penyebaran informasi melalui pameran.
7. Bank BTPN Area Yogyakarta hendaknya membuat program khusus agar para nasabah tetap loyal terhadap Bank BTPN dan tidak pindah ke Bank lain. Cara yang dapat ditempuh adalah program pemberian hadiah, wisata rohani, bingkisan masa lebaran dan natal.
8. Bank BTPN hendaknya meningkatkan kuantitas dan kualitas pelatihan wirausaha bagi para pensiunan dan pegawai aktif yang akan pensiun. Kegiatan ini dapat memotivasi pensiunan agar dapat berwirausaha.
9. Bank BTPN hendaknya senantiasa meningkatkan pelayanannya dan nama baik perusahaan sehingga persepsi nasabah terhadap Bank BTPN tetap baik. Selain itu, Bank BTPN harus dapat meyakinkan para pensiunan bahwa Bank BTPN adalah bank yang fokus melayani pensiunan dan satu-satunya yang ada di Indonesia. Cara yang dapat ditempuh adalah memberikan pelayanan gratis

pengurusan hak-hak pensiun dan menjamin kelangsungan pembayaran gaji pensiun setiap bulannya secara tepat waktu, tepat jumlah dan tepat orang.

C. Agenda Penelitian Mendatang

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lainnya selain faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Penelitian selanjutnya dapat menambah faktor tingkat suku bunga, promosi, produk, *people* (karyawan).

D. Keterbatasan Penelitian Ini

Penelitian mengenai perilaku konsumen di Bank BTPN Area Yogyakarta terbatas pada area Yogyakarta. Tentunya hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan dengan daerah-daerah lainnya. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor budaya dari berbagai daerah itu tidak sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. 2011. “Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M – 150 di Semarang”. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan
- Arsy, R.M.A. 2012. Pengaruh Faktor budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor *Matic* Yamaha (Study kasus pada PT. Tunas Kencana Deta Bekasi). Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan.
- Engel, dkk. 1995. *Perilaku Konsumen*. (Terjemahan, Jilid 1 dan 2). Binarupa Aksara, Jakarta.
- Firdaus, U. 2009. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Permintaan Kredit Modal Kerja pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gunung Ringgit Malang, Syariah Bhakti Haji Malang*. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Fitrianti, E. 2011. *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Kredit Pt. Xyz, Tbk Di Makassar*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Makassar. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan.
- Hadad, M.D., Santoso W. dan Alisjahbana A., 2004, “Model Dan Estimasi Permintaan Dan Penawaran Kredit Konsumsi Rumah Tangga Di Indonesia”, *Research Paper*, Bank Indonesia, hal. 1-25.
- Haryanti, S.S. 2009. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Kredit Pada Koperasi Prana Jati Kabupaten Semarang. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Perbankan*. Vol. 17, No. 4 (Juli 2009).
- Iriani, Y. dan Barokah, M. 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian LPG 3 Kg (Studi Kasus di PT Graffi Ferdiani Gerrits Energi)”. *Proceeding for Call Paper Pekan Ilmiah Dosen FEB – Universitas Kristen Satya Wacana*, 14 Desember 2012.
- Kartikasari, D., Zainal, A. dan Hidayat, K. 2009. “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Mengonsumsi Produk Mie Instan merek Indomie)”. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Perbankan* Vol. 17, No. 4 (Juli 2009).

- Kotler dan Armstrong. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium 1. Alih Bahasa: Hendra Teguh, dkk. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. (judul asli: *Marketing Management*) Edisi Ketiga Belas. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Latief, W.A. 2011. Analisis Faktor Psikologis Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Indonesia*, Volume 1 No 1 April 2011. Hal. 79-139.
- Mirzaei, H. Ruzdar, M. "The Impact of Social Factors Affecting Consumer Behaviour on Selecting Characteristics of Purchased Cars". Payame Noor University Publication, Tabriz.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2012 Tentang Pemberian Gaji/Pensiun/Tunjangan Bulan Ketiga Belas Dalam Tahun Anggaran 2012 Kepada Pegawai Negeri, Pejabat Negara, Dan Penerima Pensiun/Tunjangan.
- Schiffman, L dan Kanuk. 1994. *Perilaku Konsumen* (judul asli: *Consumer Behaviour*) (7th Ed). Penerbit Indeks, Jakarta.
- Setiadi, N. 2003. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Shodiq, M. 2008. *Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada Perum Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang*. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN), Malang.
- Singarimbun, M. dan Effendy, S. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi. Cetakan Kedelapanbelas. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Umar, H. 2002. *Metode Riset Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yakup, D.Z., Mucahit, C. dan Reyhan, O. "The Impact of Cultural Factors on the Consumer Buying Behaviors Examined through An Impirical Study". *International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 5; [Special Issue -March 2011]*. Hal. 109-114.

Yulaifah, A. 2011. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi kasus pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. *Skripsi, tidak dipublikasikan*.





KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Nasabah Bank BTPN
Di tempat,

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian tugas akhir/tesis pada program strata 2 (S2)
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saya:

Nama : Ulitua Sitohang
NIM : 01.40/PS/MM
Fakultas : PASCASARJANA
Program Studi : Magister Manajemen

bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul “**PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT PADA PT BANK TABUNGAN Pensiunan Nasional, TBK**”. Sehubungan dengan itu, saya mohon bantuan Anda untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Mengingat pentingnya data ini, saya sangat mengharapkan kuesioner penelitian ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari Anda hanya digunakan untuk penelitian, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati. Atas kesediaan dan partisipasi dari Anda sekalian, saya mengucapkan terima kasih

Hormat Saya

Ulitua Sitohang

KUESIONER PENELITIAN

1. Screening:

Keterangan:

Apabila Anda menjawab YA maka lingkarilah angka 1. Dan, apabila Anda menjawab TIDAK maka lingkarilah angka 2.

1. Apakah Bapak/Ibu mengambil manfaat pensiun di Bank BTPN Area Yogyakarta?

1. Ya 2. Tidak

2. Apakah Bapak/Ibu pernah mengambil kredit di Bank BTPN Area Yogyakarta antara bulan Oktober 2010 - Maret 2013?

1. Ya 2. Tidak

2. PROFIL RESPONDEN

Kami menjamin rahasia pribadi Anda

Tanda Tangan

Bagian A

Nama :

NOPEL :

Alamat :



1. Jenis Kelamin

1. Laki-laki

2. Perempuan

2. Usia Bapak/Ibu sekarang,

1. < 55 tahun 2. 56-60 tahun 3. 61– 65 tahun 4. 66-70 tahun

3. Status Pernikahan

1. Menikah 2. Tidak Menikah 3. Belum Pernah Menikah

4. Pendidikan terakhir

1. SLTP 2. SMA / SMK 3. Akademi 4. Sarjana 5. S2/S3

5. Jenis Pensiun

1. Sendiri 2. Janda/Duda 3. Sendiri dan Janda/Duda

6. Manfaat Pensiun Per Bulan,

1. < 1 juta 2. 1-1,5 juta 3. 1,5–2 juta 4. 2-2,5 juta 5. >2,5 juta

7. Jumlah Tanggungan Keluarga

1. Tidak ada 2. Satu Orang 3. Dua Orang 4. Tiga Orang 5. > 4 orang

8. Tujuan Penggunaan Kredit (pilih salah satu)

1. Biaya Pendidikan

2. Biaya Perbaikan/Pembelian Rumah

3. Biaya Pengobatan/ Kesehatan

4. Biaya Pembelian Kendaraan/ Perabot Rumah Tangga

5. Modal Usaha

9. Daerah tempat Anda Tinggal Saat Ini

1. Kotamadya Yogyakarta

2. Kabupaten Bantul

3. Kabupaten Sleman

4. Kabupaten Kulonprogo

5. Kabupaten Gunungkidul

3. Pernyataan Kuesioner Penelitian

Berilah tanda (X) silang pada kode jawaban yang tersedia untuk menandai pendapat Bapak/Ibu. terhadap setiap pernyataan kuesioner dibawah ini.

No	Pernyataan	SS = Sangat Setuju				
		S = Setuju				
		RR = Ragu-ragu				
		TS = Tidak Setuju				
		STS = Sangat Tidak Setuju				
X1. Faktor Budaya						
	Saya mengambil kredit Pensiun pada bank BTPN dipengaruhi oleh :					
	1. Tidak bertentangan dengan ajaran agama saya	STS	TS	RR	S	SS
	2. Kantor pelayanan Bank BTPN dekat dengan tempat tinggal saya .	STS	TS	RR		
	3. Saya sering mengambil kredit pensKeinginan pribadi saya	STS	TS	RR	S	SS
	4. Status sosial saya sebagai seorang pensiunan	STS	TS	RR	S	SS
	5. Karena bank BTPN fokus melayani Pensiunan, pelayanan kesehatan dan dialog kesehatan gratis	STS	TS	RR	S	SS
X2. Faktor Sosial						
	Saya mengambil kredit Pensiun pada bank BTPN dipengaruhi oleh:					
	1. Rujukan dari kelompok/ teman-teman pensiunan.	STS	TS	RR	S	SS
	2. Rujukan anggota keluarga (istri/Suami/anak)	STS	TS	RR	S	SS
	3. Peran dan status saya dalam Keluarga dan masyarakat.	STS	TS	RR	S	SS
X3. Faktor Pribadi						
	Saya mengambil kredit pensiun pada bank BTPN dipengaruhi oleh :					
	1. Usia saya saat ini sudah tua	STS	TS	RR	S	SS
	2. Tingkat Pendidikan saya	STS	TS	RR	S	SS

3.	Pendapatan saya tidak cukup	STS	TS	RR	S	SS
4.	Saya tidak memiliki pekerjaan	STS	TS	RR	S	SS
5.	Keadaan ekonomi yang sulit saya rasakan	STS	TS	RR	S	SS
6.	Minat saya untuk kredit di Bank BTPN	STS	TS	RR	S	SS
7.	Jasa Bank BTPN membuat saya percaya diri	STS	TS	RR	S	SS
X4. Faktor Psikologis						
	Saya mengambil kredit Pensiun pada bank BTPN dipengaruhi oleh:					
1.	Kebutuhan mendasar yang belum terpenuhi	STS	TS	RR	S	SS
2.	Kredit pensiun di BTPN aman dan tanpa resiko	STS	TS	RR	S	SS
3.	Kebutuhan akan aktualisasi diri di tengah keluarga dan masyarakat.	STS	TS	RR	S	SS
4.	Persepsi saya terhadap pengambilan kredit pada Bank BTPN, proses cepat dan persyaratan mudah.	STS	TS	RR	S	SS
5.	Pengalaman mengambil kredit sebelumnya memuaskan	STS	TS	RR	S	SS
6.	Pengetahuan saya dari direct mail / surat penawaran kredit pensiun yang pernah saya terima dari BTPN	STS	TS	RR	S	SS
7.	Keyakinan dan sikap saya akan sosialisasi Bank BTPN yang pernah saya ikuti di Kantor Kelurahan	STS	TS	RR	S	SS
Y. Keputusan Pengambilan Kredit						
	Saya mengambil kredit pensiun pada bank BTPN dipengaruhi oleh:					
1.	Bank BTPN mampu memenuhi kebutuhan Anda	STS	TS	RR	S	SS
2.	Saya mencari informasi dari sosialisasi Bank BTPN di Kelurahan dan kantor Bank BTPN .	STS	TS	RR	S	SS
3.	Bank BTPN adalah pilihan yang paling tepat untuk mengambil kredit	STS	TS	RR	S	SS
4.	Pelayanan BTPN memuaskan	STS	TS	RR	S	SS

Terima Kasih atas Kesediaan Anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	213	55.3	55.3	55.3
Valid Perempuan	172	44.7	44.7	100.0
Total	385	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <55 tahun	27	7.0	7.0	7.0
Valid 56-60 tahun	99	25.7	25.7	32.7
Valid 61-65 tahun	132	34.3	34.3	67.0
Valid 66-70 tahun	127	33.0	33.0	100.0
Total	385	100.0	100.0	

Status Nikah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menikah	314	81.6	81.6	81.6
Valid Tidak menikah	71	18.4	18.4	100.0
Total	385	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	SLTP	119	30.9	30.9	30.9
	SMA/SMK	172	44.7	44.7	75.6
Valid	Diploma/Akademi	48	12.5	12.5	88.1
	Sarjana	41	10.6	10.6	98.7
	Magister/Doktor	5	1.3	1.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Jenis Pensiun

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sendiri	267	69.4	69.4
	Janda/Duda	112	29.1	98.4
Valid	Sendiri dan Janda/Duda	4	1.0	99.5
	4	2	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0

Manfaat Pensiun

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	<1 juta	38	9.9	9.9
	1-1,5 juta	87	22.6	32.5
	1,5-2 juta	55	14.3	46.8
Valid	2-2,5 juta	89	23.1	69.9
	>2,5 juta	115	29.9	99.7
	11	1	.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0

Tanggungans Kredit

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

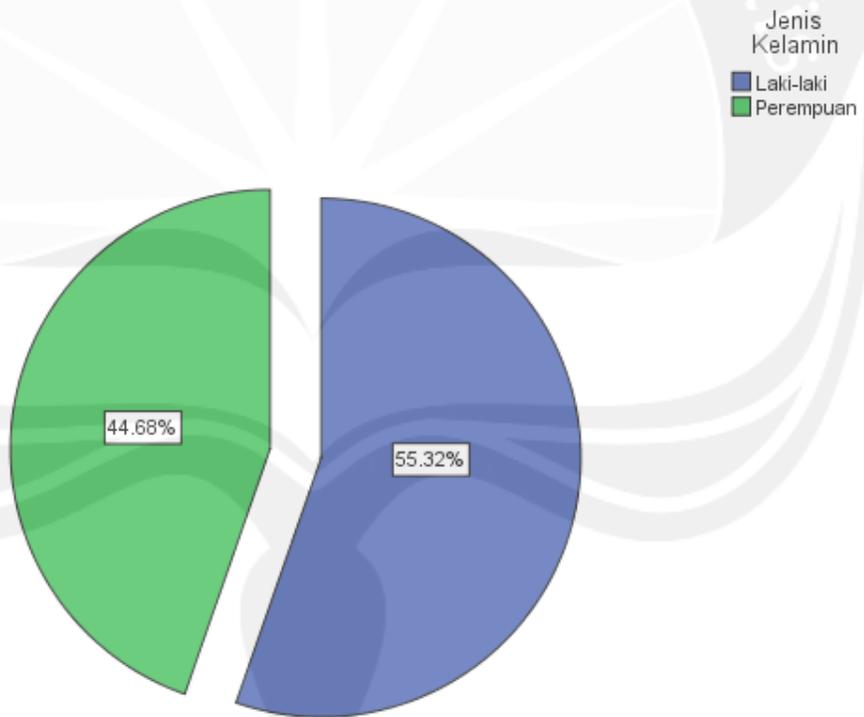
	Tidak ada	221	57.4	57.4	57.4
	Satu Orang	95	24.7	24.7	82.1
Valid	Dua Orang	51	13.2	13.2	95.3
	Tiga Orang	16	4.2	4.2	99.5
	>4 orang	2	.5	.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

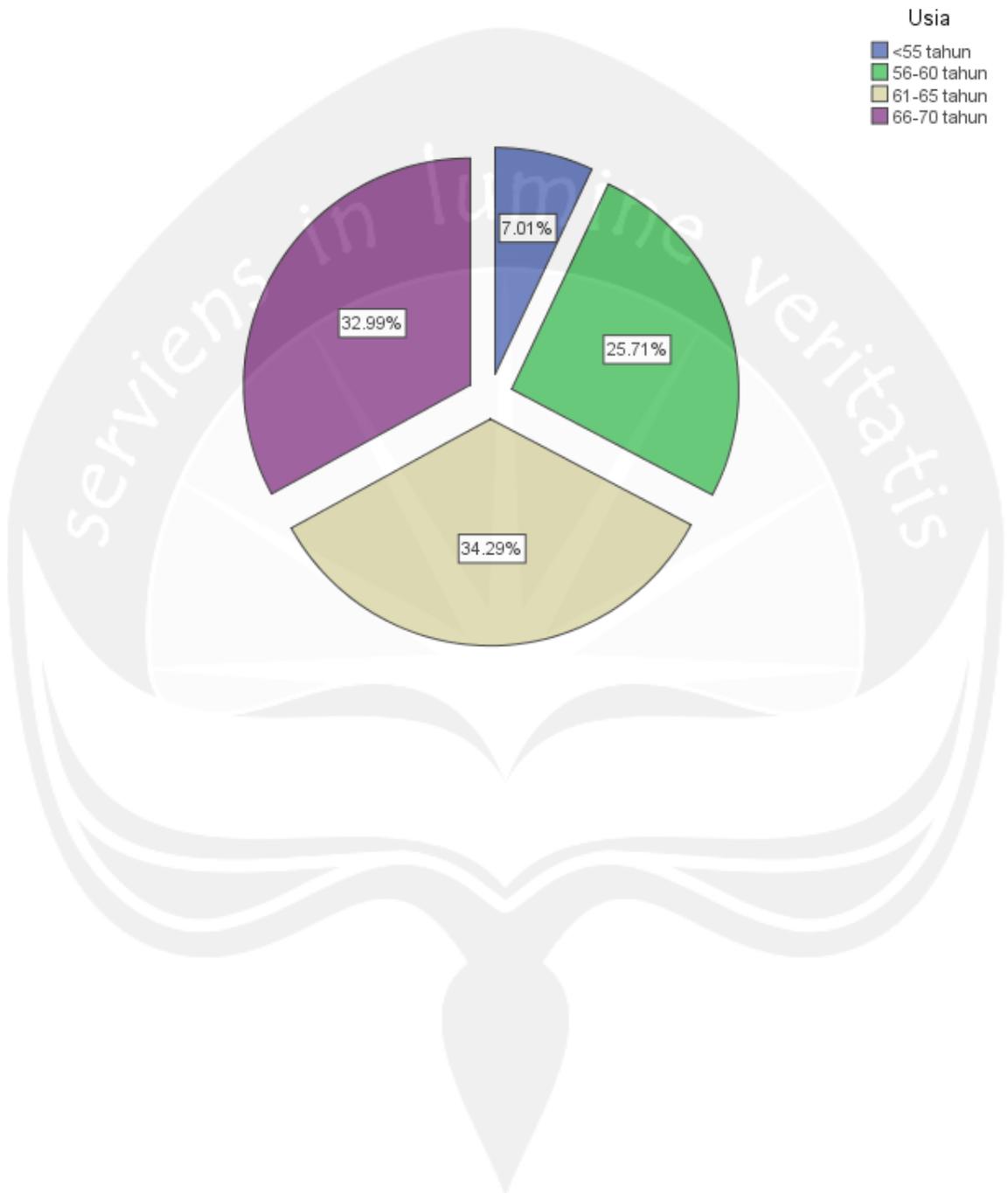
Tujuan Kredit

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Biaya Pendidikan	64	16.6	16.6
	Biaya Perbaikan/Pembelian Rumah	136	35.3	51.9
	Biaya Pengobatan/Kesehatan	30	7.8	59.7
Valid	Biaya Pembelian Kendaraan/Perabot Rumah	31	8.1	67.8
	Tangga			
	Modal Usaha	124	32.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0

Tempat Tinggal

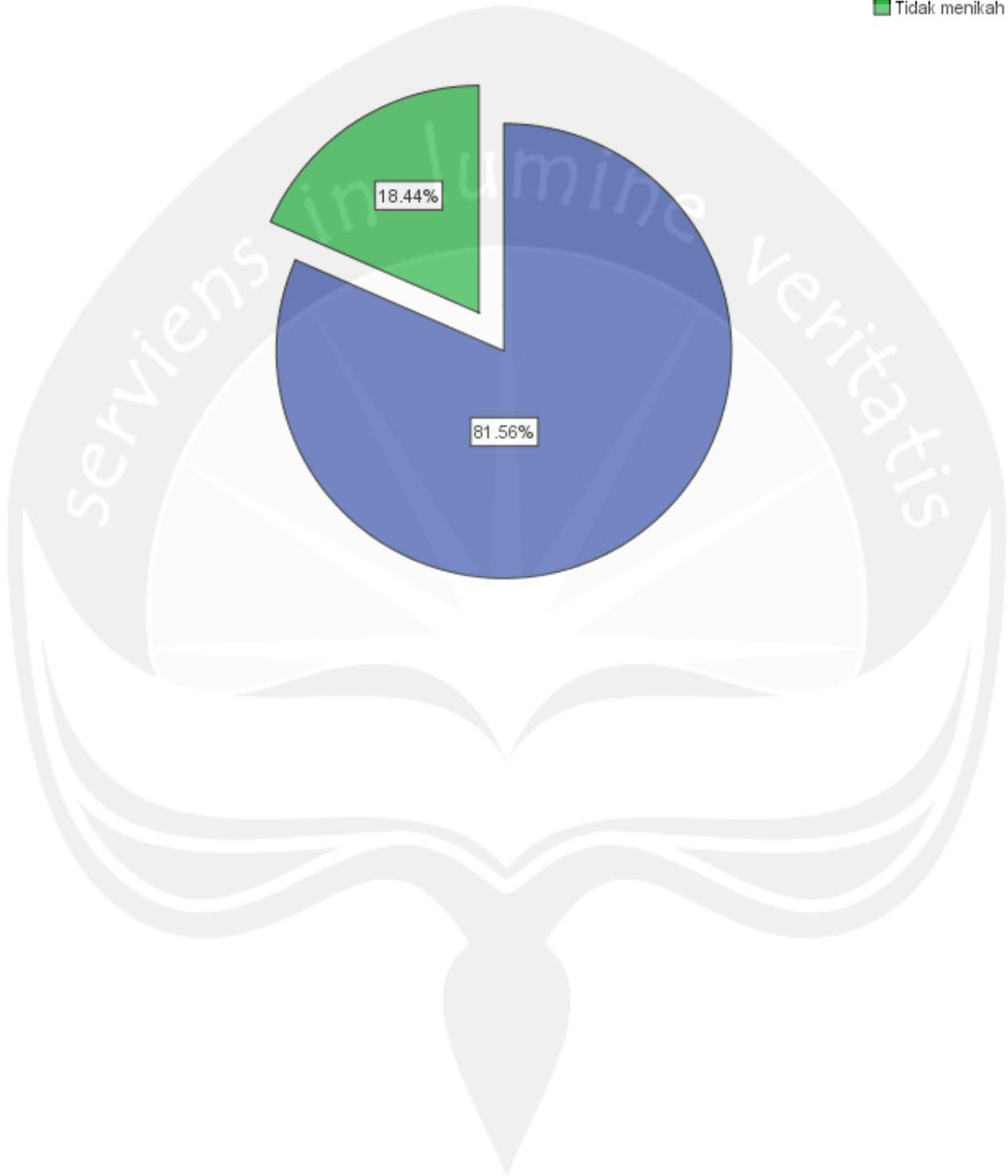
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kotamadya Yogyakarta	73	19.0	19.0	19.0
Kabupaten Bantul	100	26.0	26.0	44.9
Kabupaten Sleman	106	27.5	27.5	72.5
Kabupaten Kulonprogo	46	11.9	11.9	84.4
Kabupaten Gunungkidul	60	15.6	15.6	100.0
Total	385	100.0	100.0	

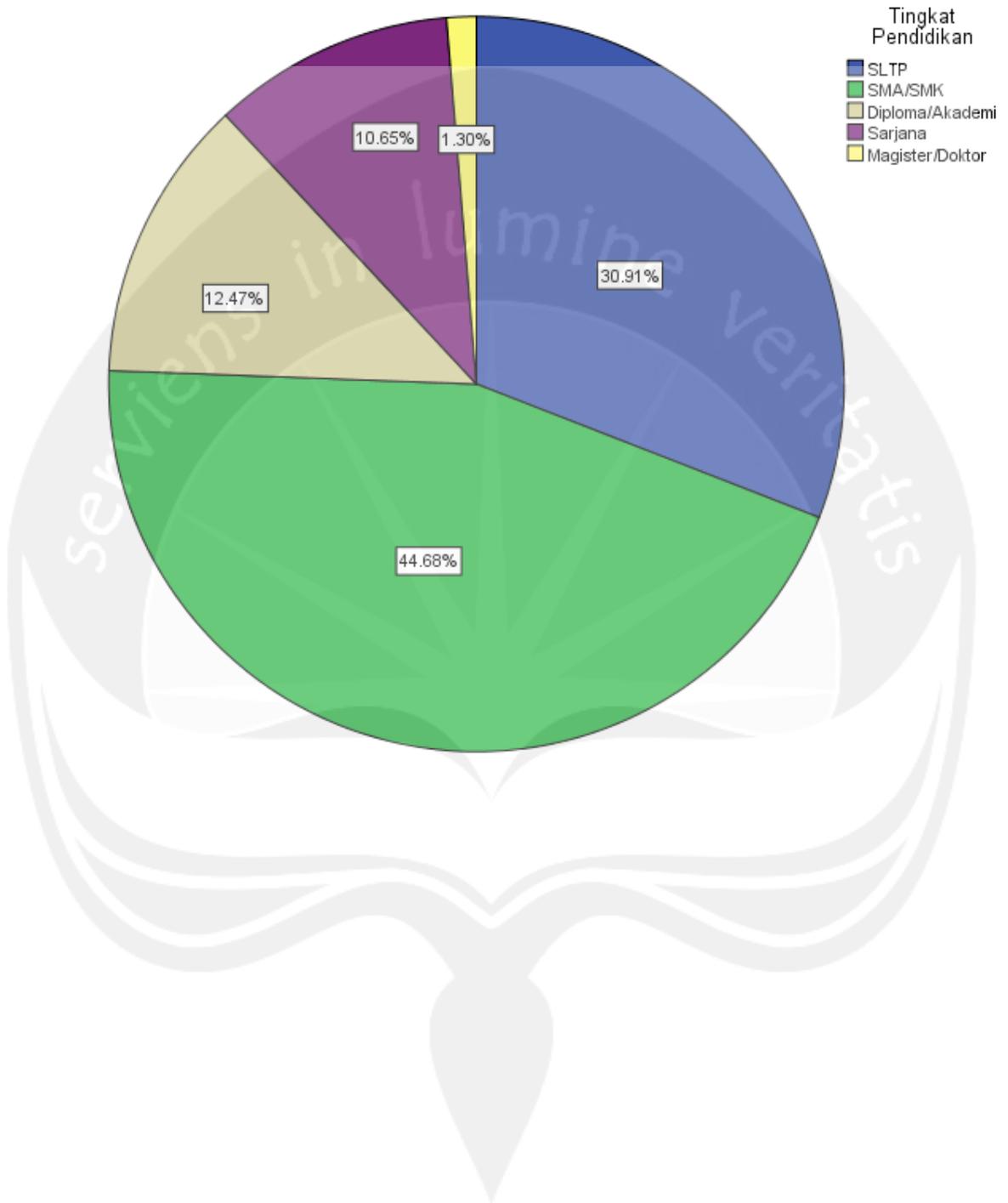




Status Nikah

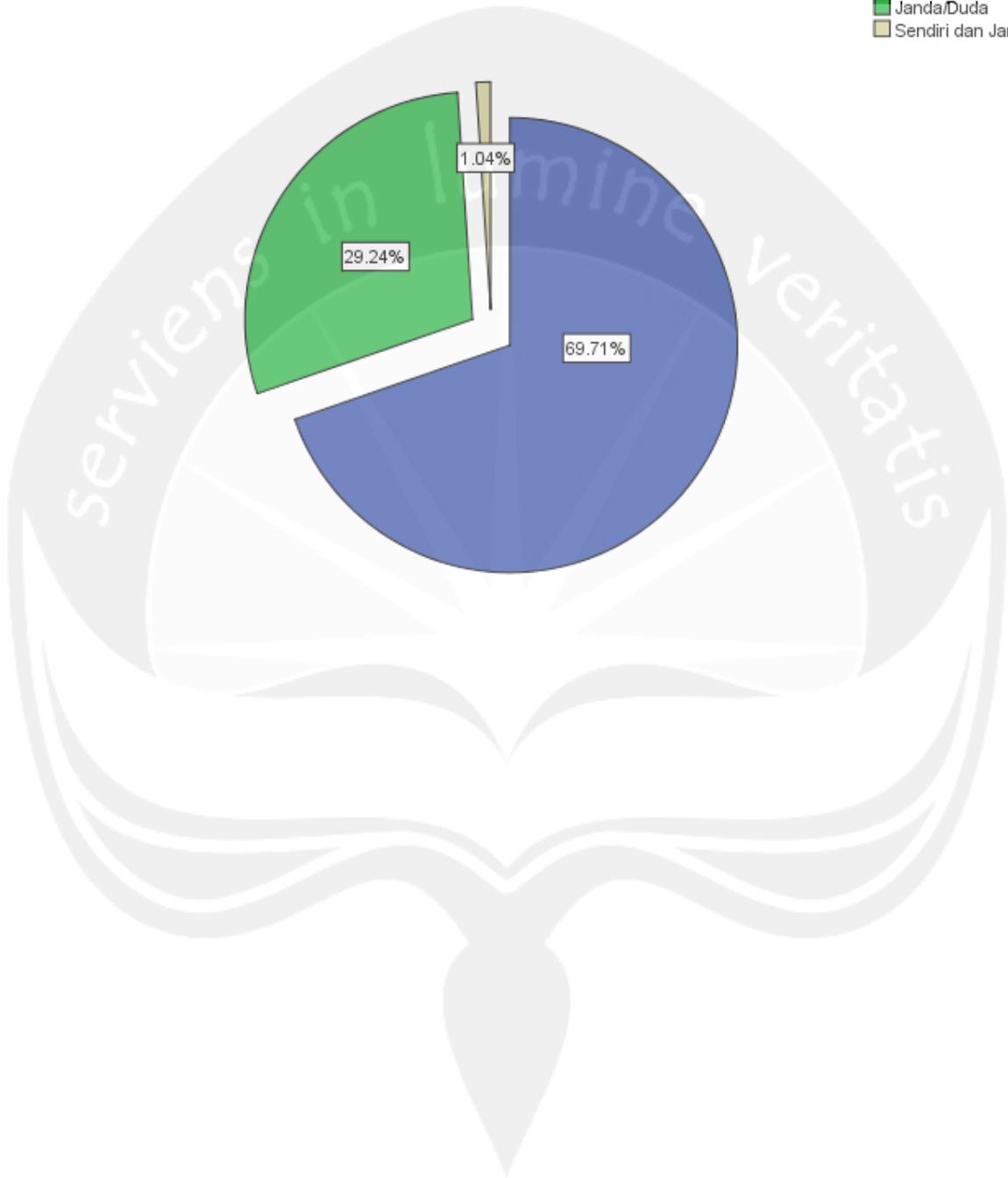
- Menikah
- Tidak menikah

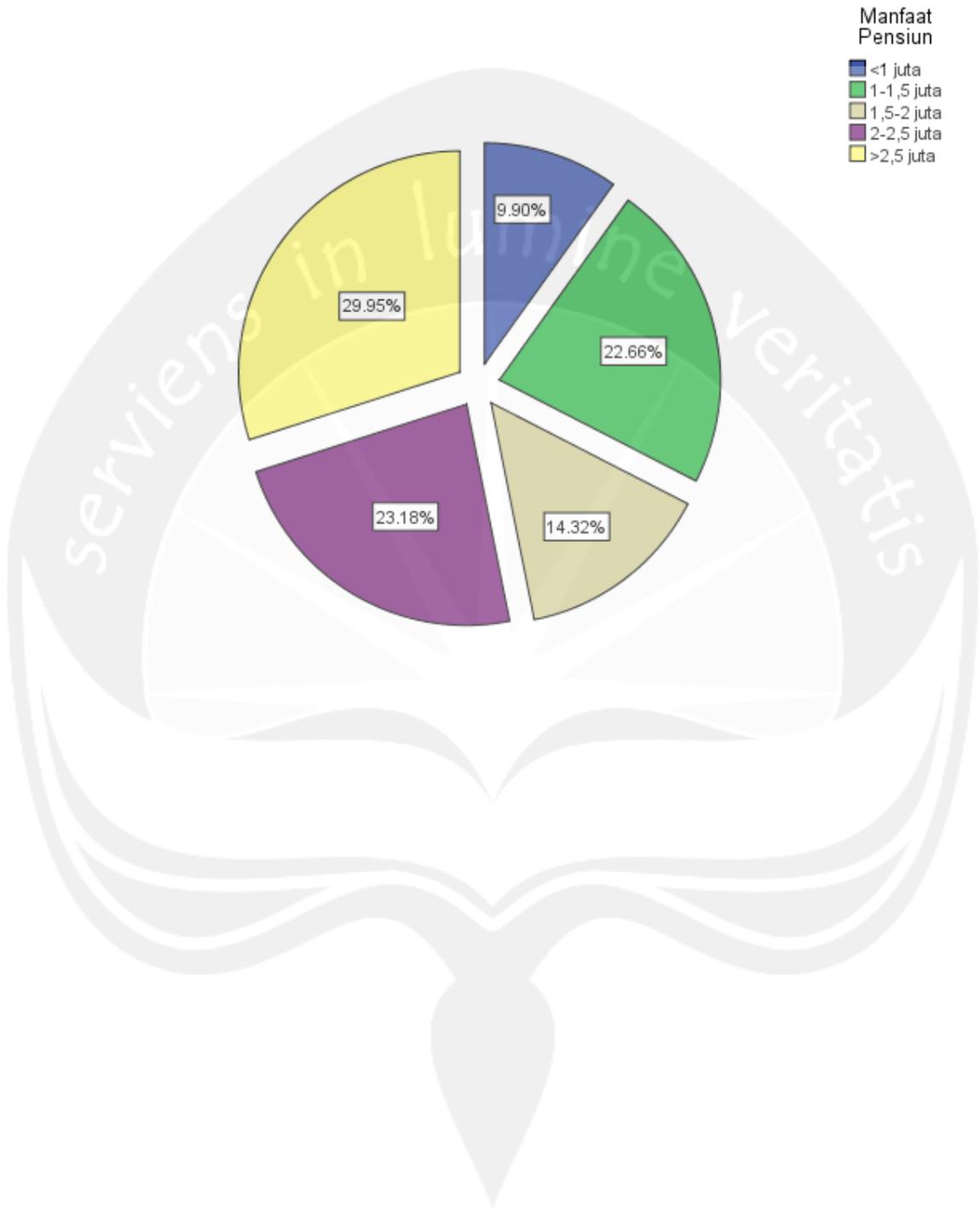


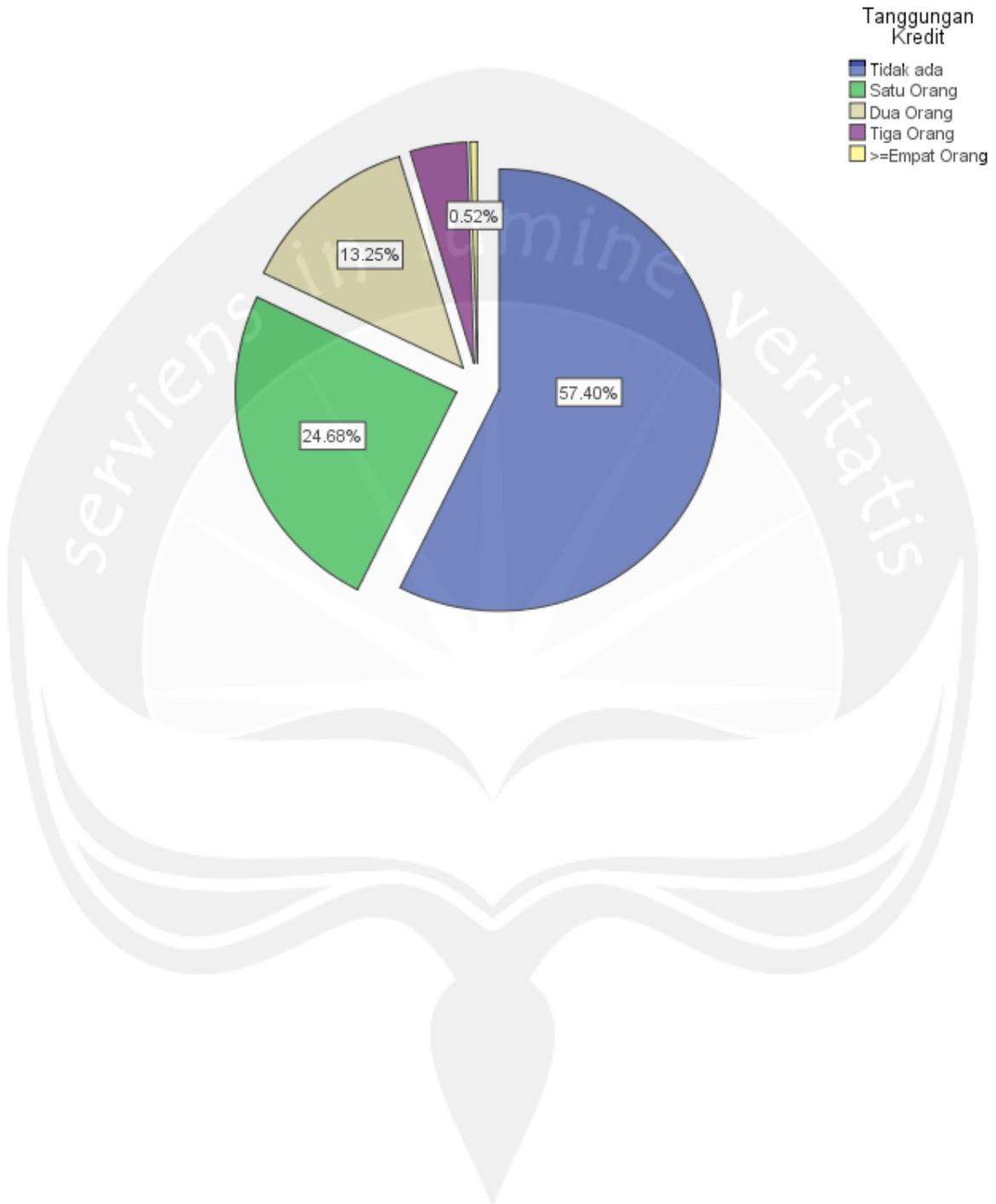


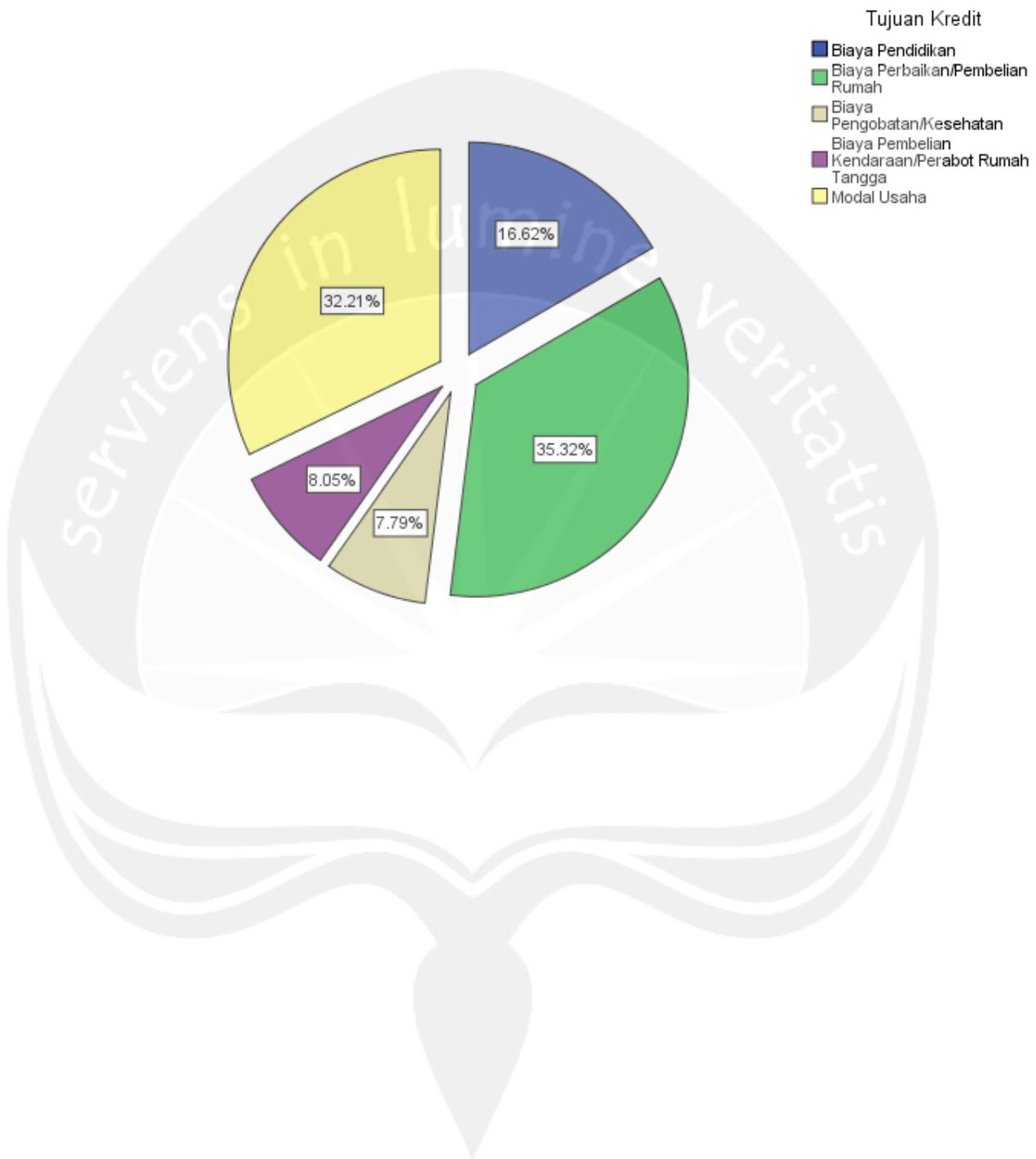
Jenis Pensiun

- Sendiri
- Janda/Duda
- Sendiri dan Janda/Duda



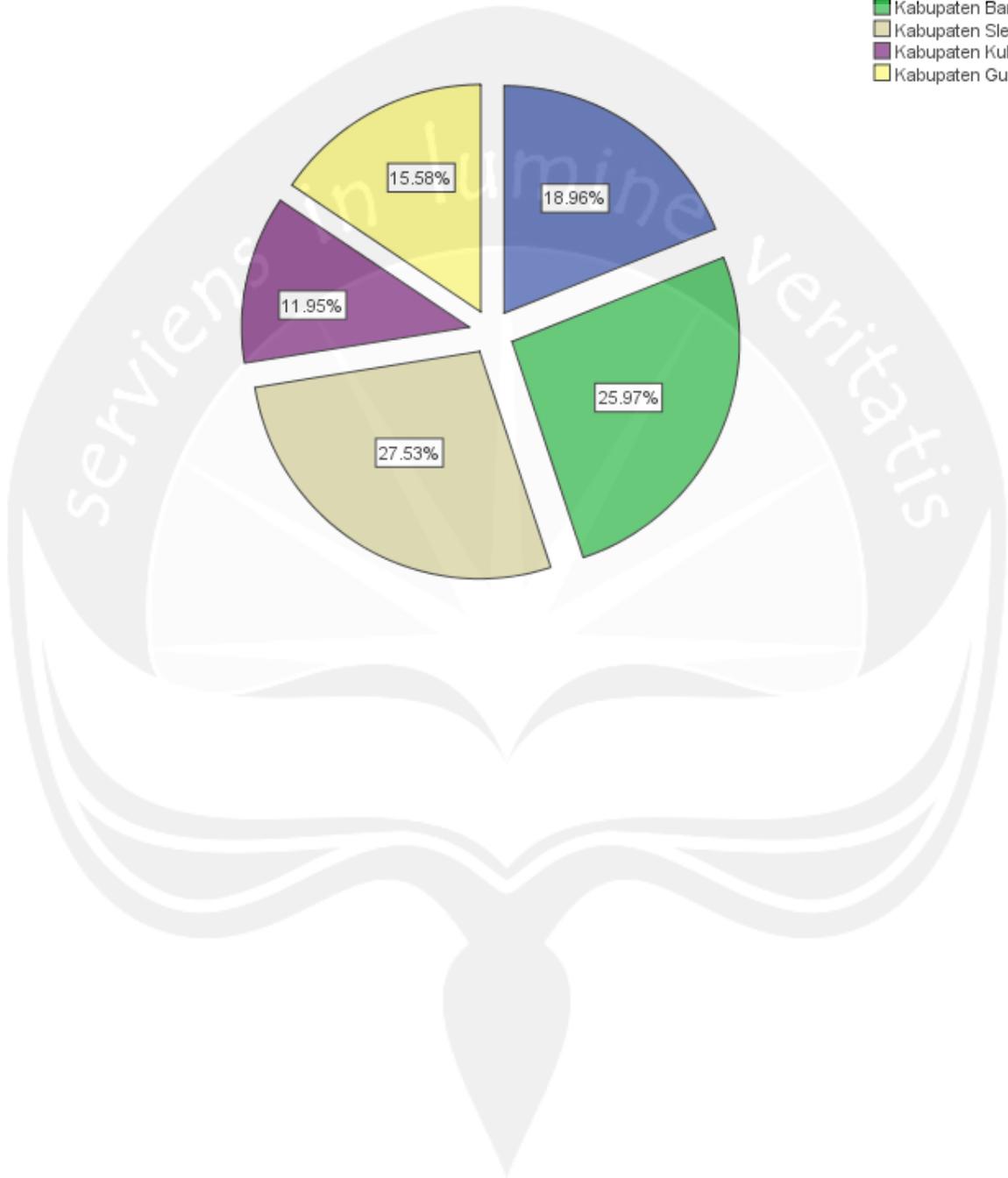






Tempat Tinggal

- Kotamadya Yogyakarta
- Kabupaten Bantul
- Kabupaten Sleman
- Kabupaten Kulonprogo
- Kabupaten Gunungkidul



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PSIKOLOGI, PRIBADI, BUDAYA, SOSIAL ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.526 ^a	.276	.269	1.657

a. Predictors: (Constant), PSIKOLOGI, PRIBADI, BUDAYA, SOSIAL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	398.481	4	99.620	36.275	.000 ^b
	Residual	1043.582	380	2.746		
	Total	1442.062	384			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PSIKOLOGI, PRIBADI, BUDAYA, SOSIAL

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	7.022	.825					
1	BUDAYA	.248	.042	.301	5.864	.000	.721	1.386
	SOSIAL	.025	.043	.031	.595	.552	.713	1.403
	PRIBADI	.017	.022	.038	.785	.433	.818	1.223
	PSIKOLOGI	.152	.030	.274	5.087	.000	.654	1.528

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	BUDAYA	SOSIAL	PRIBADI	PSIKOLOGI
1	1	4.932	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.033	12.236	.03	.01	.86	.09	.00
	3	.019	15.945	.08	.06	.03	.90	.03
	4	.009	23.723	.11	.17	.05	.01	.96
	5	.006	27.772	.78	.77	.06	.00	.01

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN