

BAB 5

PENUTUP

Pada bab ini penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya dari hasil penelitian tersebut penulis membuat implikasi bagi pihak manajerial dan saran. Kesimpulan, implikasi manajerial dan saran tersebut adalah sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis alasan memilih *smartphone* dapat disimpulkan bahwa alasan utama konsumen menggunakan *smartphone* adalah fitur yang dimiliki oleh *smartphone* ($mean = 4,09$).
2. Hasil analisis perbedaan pengaruh kebingungan konsumen terhadap coping strategis berdasarkan perbedaan gaya pengambilan keputusan pembelian:
 - a. Konsumen dengan tingkat kebingungan yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan tingkat kebingungan yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.
 - b. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan perfeksionis yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen

dengan gaya pengambilan keputusan perfeksionis yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.

- c. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan perfeksionis yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan perfeksionis yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.
- d. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan novelty yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan novelty yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.
- e. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan novelty yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan

keputusan novelty yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.

- f. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan hedonis yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan hedonis yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.
- g. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan hedonis yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan hedonis yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.
- h. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan variety seeking yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang sama.

- i. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan variety seeking yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang sama.
- j. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan brand loyalty yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan brand loyalty yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.
- k. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan brand loyalty yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan brand loyalty yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.
- l. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan price-conscious yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang berbeda. Konsumen dengan gaya pengambilan keputusan price-conscious yang semakin tinggi akan semakin intens dalam menerapkan penggunaan coping strategis ketergantungan heuristic, perampingan, menjaga status quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.

quo, mengurangi pencarian, pilihan penundaan, membeli yang orang lain miliki, melepaskan keputusan, dan mendelegasikan keputusan.

- m. Konsumen dengan tingkat kebingungan dan gaya pengambilan keputusan price-conscious yang berbeda (tinggi atau rendah) memiliki coping strategis yang sama.

5.2. Implikasi Manajerial

Merupakan hal yang tidak mudah bagi konsumen saat harus mengambil suatu keputusan untuk membeli produk dengan tingkat keterlibatan yang tinggi. Konsumen akan selalu berhati-hati dalam melakukan atau mengambil keputusan pembelian. Pada pengambilan keputusan pembelian produk yang rumit (pembelian *smartphone*) konsumen dihadapkan oleh banyak pilihan produk atau merek dengan fasilitas dan teknologi yang sangat bervariasi. Konsumen dengan tingkat pengetahuan yang rendah tentunya akan mengalami suatu kebingungan. Kebingungan konsumen tersebut tentunya akan berdampak pada cara atau strategi menangani kebingungan (coping strategis).

Di sisi yang lain, konsumen memiliki gaya tersendiri dalam mengambil keputusan pembelian. Hal tersebut merupakan sesuatu yang wajar karena konsumen memiliki perilaku yang berbeda. Konsumen yang cenderung perfeksionis, akan menggunakan coping strategis yang berbeda dibandingkan konsumen yang hanya mengutamakan kesenangan (hedonis). Hal ini mengindikasikan bahwa gaya pengambilan keputusan pembelian konsumen memiliki pengaruh terhadap coping strategis.

Hasil penelitian ini memberikan bukti yang nyata bahwa, kebingungan yang dialami konsumen dalam pembelian produk *smartphone* memiliki pengaruh (perbedaan) pada cara atau strategi menangani kebingungan (coping strategis). Demikian juga halnya dengan gaya pengambilan keputusan pembelian. Gaya pengambilan keputusan pembelian memiliki pengaruh (perbedaan) terhadap cara atau strategi dalam menangani kebingungan (coping strategis). Hal ini tentunya juga berpengaruh pada konsumen dengan tingkat kebingungan yang berbeda dan konsumen yang memiliki gaya pengambilan keputusan pembelian yang berbeda terhadap cara atau strategi menangani kebingungan (coping strategis). Konsumen dengan tingkat kebingungan yang tinggi dan dengan gaya pengambilan keputusan pembelian yang berbeda secara nyata memiliki perbedaan cara atau strategi dalam menangani kebingungan (coping strategis) yang berbeda. Konsumen dengan karakteristik demikian akan lebih dominan untuk membatasi pilihan mereka dengan melihat beberapa merek yang biasa ia gunakan, perampingan yaitu dengan membeli produk atau merek yang memiliki *brand image* yang kuat, menjaga status quo dengan menggunakan atau membeli merek yang biasa dibelinya, mengurangi pencarian dengan tidak mencari merek alternatif, menunda pengambilan keputusan pembelian mereka, membeli produk atau merek yang sama dengan produk atau merek yang orang lain miliki, melepaskan keputusan atau tidak jadi membeli, dan mendelegasikan keputusan atau meminta orang lain untuk menentukan produk atau merek apa yang pantas untuk dibeli.

Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak perusahaan produsen maupun bagi manajer pemasaran produk *smartphone* untuk memperhatikan

beberapa hal tersebut. Hal ini penting untuk dilakukan dengan tujuan agar para manajer dapat mengatasi dan membuat strategi pemasaran khususnya untuk mengurangi tingkat kebingungan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian *smartphone*.

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan implikasi manajerial di atas, penulis memberikan saran bagi pihak manajemen perusahaan produsen *smartphone* sebagai berikut:

1. Produsen *smartphone* harus lebih menekankan keunggulan dalam fitur dan OS yang ada dalam *smartphone*, karena kebanyakan konsumen memilih *smartphone* yang mereka gunakan adalah dengan mempertimbangkan fitur yang ada dan OS yang digunakan dalam *smartphone* tersebut. Dengan membuat fitur yang menarik dan sesuai dengan yang konsumen inginkan, maka akan membuat produk *smartphone* yang diproduksi akan memiliki keunggulan bersaing dengan merek yang lainnya.
2. Pihak manajemen perusahaan produsen *smartphone* sebaiknya memberikan informasi yang lebih detail mengenai produk yang dijual. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan membuat katalog yang memuat detail produk seperti: fitur, fasilitas, teknologi yang digunakan, spesifikasi komponen *smartphone*, cara pengoperasian produk dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen dapat mengetahui dengan detail spesifikasi produk. Selain itu, perusahaan sebaiknya melakukan promosi penjualan melalui media-media yang banyak atau udah untuk diakses konsumen baik melalui media televisi, koran dan majalah maupun internet. Hal ini dilakukan

dengan tujuan agar konsumen lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk-produk *smartphone*. Informasi yang dibuat harus menggunakan bahasa teknologi yang dapat lebih mudah dimengerti oleh konsumen dengan pengetahuan yang kurang, karena kesalahan atau ketidak pahaman konsumen dengan bahasa teknologi yang ada dapat menyebabkan konsumen salah memilih atau salah melakukan pembelian *smartphone*.

3. Konsumen memiliki gaya pengambilan keputusan pembelian yang berbeda. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen untuk lebih mengetahui karakteristik dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Pemahaman produsen yang baik pada perilaku pengambilan keputusan pembelian konsumen dapat digunakan sebagai dasar pembentukan strategi pemasaran produk perusahaan yang efektif dalam meningkatkan pengambilan keputusan pembelian konsumen. Produsen bisa melakukan relationship marketing yaitu dengan memlihara dan menjaga kepuasan pelanggan dengan cara menyediakan sarana untuk bertukar pikiran baik dari produsen ke konsumen maupun konsumen dengan konsumen, tujuannya adalah saling bertukar informasi yang baru dan yang mereka ketahui agar mengurangi rasa bingung yang dihadapi oleh calon konsumen.
4. Dalam mengambil keputusan pembelian, banyak konsumen yang mengandalkan orang lain sebagai pusat informasi dan referensi pengambilan keputusan pembelian, sehingga memungkinkan jika produsen menggunakan strategi *consumer gets consumer* pada strategi pemasaran *smartphone*. Dengan memberikan diskon untuk pembelian dengan jumlah tertentu akan

mendapatkan harga yang lebih baik dibandingkan jika membeli satu, maka secara tidak langsung orang yang mereka percaya tersebut akan mengajak dan meyakinkan kita untuk membeli *smartphone* tersebut.

5. Menggiring konsumen menjadi *smartbuyer* karena pada dasarnya *smartbuyer* ini dibentuk agar mengurangi kebingungan yang konsumen alami. Dengan membuat web yang dapat diakses oleh para konsumen yang bertujuan mencari tipe *smartphone* yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan yang mereka miliki. Dengan mengakses web tersebut maka konsumen dengan mudah memasukan kriteria kebutuhan yang mereka inginkan dan akan mendapatkan solusi terbaik untuk merk dan tipe yang paling sesuai dengan yang mereka inginkan. Selain itu produsen juga dapat memberikan informasi terbaru yang mereka miliki melalui web tersebut.

5.3. Saran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara orang dengan kebingungan dan gaya pengambilan keputusan yang berbeda mempunyai coping strategis yang berbeda atau tidak. Untuk penelitian selanjutnya mungkin dapat meneliti coping strategis apa saja yang digunakan oleh orang dengan gaya pengambilan keputusan yang berbeda dan apakah setiap orang dengan gaya pengambilan keputusan yang berbeda akan melakukan coping strategis yang berbeda-beda. Penelitian selanjutnya dapat lebih spesifik jika hanya membahas salah satu gaya pengambilan keputusan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Einhorm, B., *Indonesians Still Love Their Blackberrys*, diakses dari <http://www.businessweek.com/articles/2012-12-06/indonesians-still-love-their-blackberrys>, pada 26 Maret 2013.
- Hadi, S., 2000, *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Cetakan V, Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Kasper, H., 2010 , *Coping With Confusion The Case of The Dutch Mobile Phone Market*, Maastricht, Netherlands, Faculty of Economics and Business Administration.
- Kotler, P., 2009, Manajemen Pemasaran, 13th ed., Erlangga , Jakarta.
- Leek, S., *Consumer Confusion in The Chinese Personal Computer Market*, Brimingham Busines School and China Smart Media Co.Ltd, Shenzhen, China.
- Mitchell, W., 2005, *Towards a Conceptual Model of Consumer Confusion*, London, University of London.
- Narimawati, U., 2008, *Teknik-teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi*, Bandung.
- NN., ND., *Definisi Relationship Marketing*, diakses dari <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/07/relationship-marketing-definisi-dimensi.html> pada 3 Mei 2013.
- NN., ND., *Telepon Genggam*, diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam pada tanggal 26 Maret 2013.
- NN., 2013. *Apa Itu Pangsa Pasar*, diakses dari <http://iniblog-koe.blogspot.com/2011/05/apa-itu-pangsa-pasar.html> pada 26 Maret 2013.

Nurmanto, *Pengertian Heuristic Searching*, diakses dari <http://nurmanto.com/pengertian-heuristic-seacrching/> pada 20 Mei 2013.

Permana, *Hubungan Antara Strategi Coping dengan Stress Pengasuhan Pada Ibu yang Memiliki Anak Retardasi*, Malang, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang.

Sarwono, J., 2009, *Statistik itu Mudah*, Bandung

Sproles, G.B., & Kendal, E. L., 1986, *A Methodology for Profiling Consumers Decision Making Styles*, University of Arizona.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung.

T&T Magz, *Indonesia, Negara Pengguna Ponsel Terbesar Keenam di Dunia*, diakses dari <http://www.tnt-magz.com/berita-tekno-out-of-topic/12674-indonesia-negara-pengguna-ponsel-terbesar-keenam-di-dunia> pada 26 maret 2013.

Turnbull , P.W., Ying , G., & Leek, S., 1999 , *Customer Confusion : The Mobile Phone Market*, University of Birmingham.

Utomo, H., *Pengertian Smartphone dan Ciri-cirinya*, diakses dari <http://www.tahuinfo.com/2012/03/pengertian-smartphone-dan-ciri-cirinya.html> pada 1 Maret 2013

Walsh, G., Thurau, T., H., Mithcell, V., & Wiedmann, K., Peter., 2001, *Consumers' Decision-Making Style as a Basis for Market Segmentation*, University of Hanover.

Wijaya, T., 2010, *Analisis Multivariat Teknik Olah Data untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Menggunakan SPSS*, Yogyakarta.

PROFIL RESPONDEN

1. Umur :tahun
2. Jenis Kelamin : laki-laki/perempuan *coret yang tidak perlu
3. Rata-rata uang saku :
 - a. <Rp.500.000
 - b. Rp.500.100-1000.000
 - c. Rp.1000.000-1.500.000
 - d. Rp.1.500.100-2.000.000
 - e. >Rp.2000.000
4. merk *Smartphone* yang dimiliki *boleh lebih dari 1
 - a. Blackberry
 - b. Samsung
 - c. Apple
 - d. Nokia
 - e. HTC
 - f. ZTE
 - g. Sony
 - h. Cross
 - i. Lainnya.....
5. Saya membeli *Smartphone* yang sekarang Saya gunakan :
 - a. 1 bulan yang lalu
 - b. 3 bulan yang lalu
 - c. 6 bulan yang lalu
 - d. Lainnya (sebutkan :,)

6. Alasan memilih *Smartphone* yang saya gunakan:

Alasan	STS	TS	N	S	SS
Operating System					
Model					
Fitur					
Harga					
Prestige					
Ukuran					

Kami meminta kesediaan saudara/saudari untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dibawah ini. Masing-masing daftar pertanyaan disediakan 5 alternatif jawaban. Saudara diminta memilih alternatif jawaban atas pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang sudah disiapkan. Perlu diketahui bahwa tidak ada jawaban yang benar dan juga tidak ada jawaban yang salah.

KETERANGAN :

STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 N : Netral
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

Kuisisioner Skala Kebingungan Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tidak punya banyak waktu untuk mempelajari semua tipe <i>smartphone</i> yang ada.					
2	Tipe <i>smartphone</i> yang banyak membuat pembelian <i>smartphone</i> menjadi lebih sulit.					
3	Saya lebih suka melihat tipe <i>smartphone</i> yang sedikit.					
4	Banyaknya penawaran tipe <i>smartphone</i> membuat saya merasa kesulitan untuk membuat pilihan.					
5	Saya semakin sulit dalam menentukan pilihan ketika saya mengetahui banyak informasi tentang <i>smartphone</i> .					
6	Saya bingung dengan banyaknya merk <i>smartphone</i> .					
7	Saya merasa kewalahan dengan banyaknya informasi tentang <i>smartphone</i> yang ada.					
8	Semua informasi yang saya dapatkan mengenai <i>smartphone</i> membingungkan saya.					
9	Banyaknya informasi mengenai <i>smartphone</i> , menyebabkan saya tidak bisa membuat pilihan yang tepat.					

Kuisisioner Gaya Pengambilan Keputusan Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tidak meluangkan banyak waktu untuk mempelajari tentang <i>smartphone</i> sehingga saya memutuskan untuk membeli dengan cepat.*					
2	Saya berhati-hati dalam mencari <i>smartphone</i> untuk mendapatkan harga yang sesuai.					
3	Saya tidak terburu-buru dalam membeli <i>smartphone</i> untuk mendapatkan hasil yang terbaik.					
4	Saya melakukan pembelian impulsive (tanpa rencana) ketika membeli <i>smartphone</i> .*					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
5	Saya merasa bahwa datang ke toko untuk melihat <i>smartphone</i> atau mencari informasi di internet membuang waktu saya.*					
6	<i>Smartphone</i> yang pertama saya lihat dan cukup bagus, akan saya beli.*					
7	Saya tidak banyak mencurahkan pikiran dalam melakukan pembelian <i>smartphone</i> .*					
8	Saya berusaha memilih yang terbaik ketika akan membeli <i>smartphone</i> .					
9	Saya lebih berhati-hati untuk mengeluarkan berapa banyak uang yang saya habiskan untuk membeli <i>smartphone</i> .					
10	Saya seharusnya lebih berhati-hati dalam merencanakan pembelian <i>smartphone</i> .*					
11	Saya memilih merk <i>smartphone</i> yang lebih mahal.					
12	Saya mempunyai standar dan harapan yang tinggi terhadap <i>smartphone</i> yang saya beli.					
13	Saya beberapa kali membeli <i>smartphone</i> yang terbaru dan yang paling <i>fashionable</i> .					
14	Saya berupaya untuk memilih kualitas <i>smartphone</i> yang terbaik.					
15	Model (desain/bentuk) dari <i>smartphone</i> penting bagi saya.					
16	Ketika membeli <i>smartphone</i> , saya mengutamakan mencari <i>smartphone</i> yang terbaru.					
17	Saya berganti merk <i>smartphone</i> secara rutin					
18	Sebuah <i>smartphone</i> tidak harus sempurna untuk memuaskan saya.*					
19	Biasanya saya membeli <i>smartphone</i> dengan kualitas terbaik.					
20	Penting untuk mendapatkan kualitas <i>smartphone</i> terbaik.					
21	Membeli <i>smartphone</i> baru itu menyenangkan.					
22	Membeli <i>smartphone</i> merupakan kegiatan yang tidak menyenangkan.*					
23	Saya menikmati pembelian <i>smartphone</i> .					
24	Membeli <i>smartphone</i> merupakan hal yang menyenangkan dalam kehidupan.					
25	Saya membeli <i>smartphone</i> dengan merk yang berbeda untuk mendapatkan berbagai variasi.					
26	Saya beberapa kali berganti merk <i>smartphone</i> .					
27	Setelah saya menemukan merk <i>smartphone</i> yang sesuai, saya tetap menggunakan merk tersebut.*					
28	Saya mempunyai merk <i>smartphone</i> yang selama ini saya pilih.*					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
29	untuk mendapatkan berbagai variasi, saya memilih merk <i>smartphone</i> yang berbeda-beda.					
30	Saya menyesal tidak memilih <i>smartphone</i> merk tertentu.					
31	Setelah saya menemukan merk <i>smartphone</i> yang saya suka, saya tetap menggunakan merk tersebut.					
32	Menurut saya penataan toko dan web yang menarik menawarkan <i>smartphone</i> yang terbaik.					
33	Saya punya beberapa merk <i>smartphone</i> favorit, dan saya membeli merk <i>smartphone</i> tersebut saat saya membutuhkannya.					
34	Menurut saya, merk <i>smartphone</i> yang sering diiklankan adalah yang terbaik.					
35	<i>Smartphone</i> dengan harga lebih murah menjadi pilihan saya.					
36	Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> pada saat diskon.					

Kuisisioner Coping Strategi untuk Menangani Kebingungan yang Dialami

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki kriteria tertentu dalam membuat keputusan (hanya melihat merk/harga) untuk memudahkan dalam membuat pilihan.					
2	Saya lebih suka membatasi diri untuk merk tertentu atau toko tertentu untuk memudahkan dalam membuat pilihan.					
3	Saya tetap pada merk tertentu agar tidak terpengaruh oleh pilihan yang ditawarkan.					
4	Saya membatasi diri dalam memilih sumber informasi (misal seorang teman, atau situs web tertentu) untuk memudahkan saya menentukan pilihan.					
5	Saya menunda pembelian <i>smartphone</i> , saya takut salah membuat pilihan.					
6	Saya akan membeli apa yang orang lain beli.					
7	Saya tidak membuat pilihan, saya takut salah dalam membuat pilihan.					
8	Saya mendelegasikan keputusan kepada orang lain untuk mengambil keputusan bagi saya.					

Frequencies Umur

Statistics

Umur

N	Valid	129
	Missing	0

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	2	1.6	1.6	1.6
	18	13	10.1	10.1	11.6
	19	19	14.7	14.7	26.4
	20	25	19.4	19.4	45.7
	21	41	31.8	31.8	77.5
	22	21	16.3	16.3	93.8
	23	5	3.9	3.9	97.7
	24	2	1.6	1.6	99.2
	27	1	.8	.8	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

Frequencies Jenis Kelamin

Statistics

Jenis kelamin

N	Valid	129
	Missing	0

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	62	48.1	48.1	48.1
	Perempuan	67	51.9	51.9	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

Frequencies Merek Smartphone

Statistics

	Blackberr y	Samsun g	Appl e	Noki a	HT C	ZT E	Son y	Cros s	Lennov o	Smart androma x
N Valid	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Blackberry

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	40	31.0	31.0	31.0
Valid Ya	89	69.0	69.0	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Samsung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	99	76.7	76.7	76.7
Valid Ya	30	23.3	23.3	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Apple

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	108	83.7	83.7	83.7
Valid Ya	21	16.3	16.3	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Nokia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	102	79.1	79.1	79.1
	Ya	27	20.9	20.9	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

HTC

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	129	100.0	100.0	100.0

ZTE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	128	99.2	99.2	99.2
	Ya	1	.8	.8	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

Sony

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	115	89.1	89.1	89.1
	Ya	14	10.9	10.9	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

Cross

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	125	96.9	96.9	96.9
	Ya	4	3.1	3.1	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

Lennovo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	128	99.2	99.2	99.2
	Ya	1	.8	.8	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

Smart andromax

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	127	98.4	98.4	98.4
	Ya	2	1.6	1.6	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

Descriptives Alasan Memilih

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Operating system	129	2	5	4.06	.704
Model	129	1	5	3.91	.771
Fitur	129	1	5	4.09	.740
Harga	129	1	5	3.74	.886
Presige	129	1	5	3.41	.949
Ukuran	129	1	5	3.53	.875
Valid N (listwise)	129				

Skala kebingungan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.809	.808	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KB.1	3.49	1.009	129
KB.2	3.70	.871	129
KB.3	3.20	.947	129
KB.4	3.59	.924	129
KB.5	3.59	.907	129
KB.6	3.43	.966	129
KB.7	3.28	.992	129
KB.8	3.19	.974	129
KB.9	2.98	1.000	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.382	2.984	3.698	.713	1.239	.055	9
Inter-Item Correlations	.319	.043	.665	.623	15.612	.019	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KB.1	26.95	24.201	.405	.240	.803
KB.2	26.74	24.395	.474	.302	.794
KB.3	27.24	25.465	.300	.208	.814
KB.4	26.85	23.798	.508	.363	.789
KB.5	26.85	24.142	.479	.383	.793
KB.6	27.02	23.140	.555	.406	.783
KB.7	27.16	21.856	.689	.620	.765
KB.8	27.26	23.114	.552	.515	.784
KB.9	27.46	22.734	.577	.425	.780

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.44	29.233	5.407	9

Perfectionis

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.811	.808	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
NV.1	3.02	.790	129
NV.2	3.60	.668	129
NV.3	3.02	.870	129
NV.4	3.57	.671	129
NV.5	3.37	.761	129
NV.6	3.16	.785	129
NV.7	2.91	.870	129
NV.8	3.13	.700	129
NV.9	3.51	.719	129
NV.10	3.67	.677	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.295	2.907	3.667	.760	1.261	.078	10
Inter-Item Correlations	.296	-.093	.694	.787	-7.477	.038	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NV.1	29.93	16.815	.567	.483	.786
NV.2	29.35	18.401	.396	.449	.804
NV.3	29.92	15.947	.635	.644	.777
NV.4	29.38	18.628	.351	.422	.808
NV.5	29.57	17.325	.507	.373	.793
NV.6	29.79	16.917	.554	.487	.787
NV.7	30.04	16.569	.535	.624	.790
NV.8	29.81	17.184	.593	.415	.784
NV.9	29.43	18.029	.420	.391	.802
NV.10	29.28	18.797	.317	.440	.811

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.95	21.114	4.595	10

Novelty

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.811	.808	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
NV.1	3.02	.790	129
NV.2	3.60	.668	129
NV.3	3.02	.870	129
NV.4	3.57	.671	129
NV.5	3.37	.761	129
NV.6	3.16	.785	129
NV.7	2.91	.870	129
NV.8	3.13	.700	129
NV.9	3.51	.719	129
NV.10	3.67	.677	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.295	2.907	3.667	.760	1.261	.078	10
Inter-Item Correlations	.296	-.093	.694	.787	-7.477	.038	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NV.1	29.93	16.815	.567	.483	.786
NV.2	29.35	18.401	.396	.449	.804
NV.3	29.92	15.947	.635	.644	.777
NV.4	29.38	18.628	.351	.422	.808
NV.5	29.57	17.325	.507	.373	.793
NV.6	29.79	16.917	.554	.487	.787
NV.7	30.04	16.569	.535	.624	.790
NV.8	29.81	17.184	.593	.415	.784
NV.9	29.43	18.029	.420	.391	.802
NV.10	29.28	18.797	.317	.440	.811

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.95	21.114	4.595	10

Hedonis

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.804	.811	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
HD.1	3.47	.944	129
HD.2	3.51	.708	129
HD.3	3.53	.740	129
HD.4	3.36	.846	129
HD.5	3.29	.920	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.433	3.287	3.535	.248	1.075	.011	5
Inter-Item Correlations	.461	.283	.641	.358	2.265	.010	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HD.1	13.69	6.137	.597	.436	.766
HD.2	13.65	7.213	.554	.329	.778
HD.3	13.63	6.689	.676	.503	.744
HD.4	13.81	6.236	.680	.504	.737
HD.5	13.88	6.703	.477	.282	.805

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.16	9.825	3.134	5

Variety Seeking

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.766	.768	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VS.1	2.75	.936	129
VS.2	2.71	.868	129
VS.3	2.53	.893	129
VS.4	2.91	.922	129
VS.5	2.78	.822	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.736	2.535	2.907	.372	1.147	.018	5
Inter-Item Correlations	.399	.269	.613	.344	2.278	.009	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VS.1	10.93	6.956	.480	.251	.744
VS.2	10.97	6.921	.554	.411	.717
VS.3	11.15	6.595	.613	.448	.696
VS.4	10.78	7.082	.463	.283	.749
VS.5	10.91	7.007	.579	.365	.710

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.68	10.203	3.194	5

Brand Loyalty

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.842	.843	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
BL.1	3.77	.644	129
BL.2	3.48	.626	129
BL.3	3.27	.670	129
BL.4	2.97	.695	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.372	2.969	3.767	.798	1.269	.114	4
Inter-Item Correlations	.573	.473	.686	.213	1.450	.005	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BL.1	9.72	2.828	.683	.519	.797
BL.2	10.01	2.820	.717	.546	.784
BL.3	10.22	2.874	.615	.397	.827
BL.4	10.52	2.658	.697	.488	.791

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.49	4.721	2.173	4

Price Conscious

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.854	.854	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PC.1	3.28	.901	129
PC.2	2.94	.899	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.109	2.938	3.279	.341	1.116	.058	2
Inter-Item Correlations	.745	.745	.745	.000	1.000	.000	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PC.1	2.94	.809	.745	.554	^a
PC.2	3.28	.812	.745	.554	^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6.22	2.828	1.682	2



Coping Strategis

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	129	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	129	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.825	.826	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Ketergantungan heuristic	3.49	.782	129
Perampungan	3.47	.740	129
Menjaga status quo	3.33	.709	129
Mengurangi pencarian	3.18	.814	129
Pilihan penundaan	3.18	.785	129
Membeli yang orang lain miliki	2.67	.700	129
Melepaskan keputusan	2.77	.786	129
Mendelegasikan keputusan	2.92	.853	129

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.124	2.667	3.488	.822	1.308	.096	8
Inter-Item Correlations	.373	.205	.590	.386	2.883	.011	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ketergantungan heuristic	21.50	13.689	.500	.367	.812
Perampingan	21.53	13.470	.585	.481	.800
Menjaga status quo	21.67	13.615	.588	.453	.800
Mengurangi pencarian	21.81	13.340	.537	.327	.807
Pilihan penundaan	21.81	13.621	.510	.321	.810
Membeli yang orang lain miliki	22.33	14.143	.487	.323	.813
Melepaskan keputusan	22.22	13.176	.596	.491	.798
Mendelegasikan keputusan	22.07	12.894	.583	.420	.800

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.99	17.195	4.147	8

Perfectionis

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
Kebingungan_Konsumen	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63
Perfectionis	1.00	Rendah	68
	2.00	Tinggi	61

Multivariate Tests^b

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.986	1013.063 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.014	1013.063 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	68.682	1013.063 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	68.682	1013.063 ^a	8.000	118.000	.000
Kebingungan_Konsumen	Pillai's Trace	.328	7.198 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.672	7.198 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	.488	7.198 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	.488	7.198 ^a	8.000	118.000	.000
Perfectionis	Pillai's Trace	.159	2.793 ^a	8.000	118.000	.007
	Wilks' Lambda	.841	2.793 ^a	8.000	118.000	.007
	Hotelling's Trace	.189	2.793 ^a	8.000	118.000	.007
	Roy's Largest Root	.189	2.793 ^a	8.000	118.000	.007
Kebingungan_Konsumen * Perfectionis	Pillai's Trace	.143	2.469 ^a	8.000	118.000	.016
	Wilks' Lambda	.857	2.469 ^a	8.000	118.000	.016
	Hotelling's Trace	.167	2.469 ^a	8.000	118.000	.016
	Roy's Largest Root	.167	2.469 ^a	8.000	118.000	.016

a. Exact statistic

b. Design: Intercept + Kebingungan_Konsumen + Perfectionis + Kebingungan_Konsumen * Perfectionis

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Ketergantungan heuristic	21.310 ^a	3	7.103	15.599	.000
	Perampingan	15.017 ^b	3	5.006	11.360	.000
	Menjaga status quo	16.662 ^c	3	5.554	14.566	.000
	Mengurangi pencarian	16.936 ^d	3	5.645	10.383	.000
	Pilihan penundaan	21.863 ^e	3	7.288	15.972	.000
	Membeli yang orang lain miliki	11.133 ^f	3	3.711	9.001	.000
	Melepaskan keputusan	16.699 ^g	3	5.566	11.164	.000
	Mendelegasikan keputusan	14.832 ^h	3	4.944	7.883	.000
Intercept	Ketergantungan heuristic	1473.811	1	1473.811	3236.439	.000
	Perampingan	1443.610	1	1443.610	3276.377	.000

	Menjaga status quo	1321.804	1	1321.804	3466.512	.000
	Mengurangi pencarian	1213.740	1	1213.740	2232.345	.000
	Pilihan penundaan	1182.978	1	1182.978	2592.614	.000
	Membeli yang orang lain miliki	818.304	1	818.304	1984.877	.000
	Melepaskan keputusan	877.648	1	877.648	1760.236	.000
	Mendelegasikan keputusan	998.256	1	998.256	1591.745	.000
Kebingungan_Konsumen	Ketergantungan heuristic	5.693	1	5.693	12.501	.001
	Perampingan	4.598	1	4.598	10.435	.002
	Menjaga status quo	4.455	1	4.455	11.684	.001
	Mengurangi pencarian	6.021	1	6.021	11.073	.001
	Pilihan penundaan	15.512	1	15.512	33.995	.000
	Membeli yang orang lain miliki	7.614	1	7.614	18.469	.000
	Melepaskan keputusan	10.781	1	10.781	21.623	.000
	Mendelegasikan keputusan	9.731	1	9.731	15.517	.000
Perfectionis	Ketergantungan heuristic	5.174	1	5.174	11.362	.001
	Perampingan	3.078	1	3.078	6.987	.009
	Menjaga status quo	5.549	1	5.549	14.553	.000
	Mengurangi pencarian	3.641	1	3.641	6.697	.011
	Pilihan penundaan	1.233	1	1.233	2.703	.103
	Membeli yang orang lain miliki	.732	1	.732	1.775	.185
	Melepaskan keputusan	1.364	1	1.364	2.736	.101
	Mendelegasikan keputusan	1.294	1	1.294	2.064	.153
Kebingungan_Konsumen * Perfectionis	Ketergantungan heuristic	4.757	1	4.757	10.447	.002
	Perampingan	3.351	1	3.351	7.605	.007
	Menjaga status quo	1.684	1	1.684	4.416	.038
	Mengurangi pencarian	2.426	1	2.426	4.461	.037
	Pilihan penundaan	.035	1	.035	.077	.782
	Membeli yang orang lain miliki	.339	1	.339	.823	.366
	Melepaskan keputusan	.771	1	.771	1.545	.216
	Mendelegasikan keputusan	.008	1	.008	.013	.908
Error	Ketergantungan heuristic	56.923	125	.455		
	Perampingan	55.076	125	.441		
	Menjaga status quo	47.663	125	.381		
	Mengurangi pencarian	67.963	125	.544		
	Pilihan penundaan	57.036	125	.456		
	Membeli yang orang lain miliki	51.534	125	.412		
	Melepaskan keputusan	62.325	125	.499		
	Mendelegasikan keputusan	78.393	125	.627		
Total	Ketergantungan heuristic	1648.000	129			
	Perampingan	1619.000	129			
	Menjaga status quo	1491.000	129			

	Mengurangi pencarian	1388.000	129			
	Pilihan penundaan	1382.000	129			
	Membeli yang orang lain miliki	980.000	129			
	Melepaskan keputusan	1067.000	129			
	Mendelegasikan keputusan	1195.000	129			
Corrected Total	Ketergantungan heuristic	78.233	128			
	Perampingan	70.093	128			
	Menjaga status quo	64.326	128			
	Mengurangi pencarian	84.899	128			
	Pilihan penundaan	78.899	128			
	Membeli yang orang lain miliki	62.667	128			
	Melepaskan keputusan	79.023	128			
	Mendelegasikan keputusan	93.225	128			

- a. R Squared = ,272 (Adjusted R Squared = ,255)
b. R Squared = ,214 (Adjusted R Squared = ,195)
c. R Squared = ,259 (Adjusted R Squared = ,241)
d. R Squared = ,199 (Adjusted R Squared = ,180)
e. R Squared = ,277 (Adjusted R Squared = ,260)
f. R Squared = ,178 (Adjusted R Squared = ,158)
g. R Squared = ,211 (Adjusted R Squared = ,192)
h. R Squared = ,159 (Adjusted R Squared = ,139)

Estimated Marginal Means

1. Kebingungan_Konsumen

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.348	.089	3.171	3.524
	Tinggi	3.791	.088	3.617	3.966
Perampingan	Rendah	3.333	.088	3.160	3.507
	Tinggi	3.732	.087	3.560	3.904
Menjaga status quo	Rendah	3.184	.082	3.023	3.346
	Tinggi	3.577	.081	3.417	3.737
Mengurangi pencarian	Rendah	3.011	.097	2.818	3.204
	Tinggi	3.467	.096	3.276	3.658
Pilihan penundaan	Rendah	2.832	.089	2.655	3.008
	Tinggi	3.564	.088	3.389	3.739
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.403	.085	2.235	2.571
	Tinggi	2.916	.084	2.750	3.083
Melepaskan keputusan	Rendah	2.449	.093	2.265	2.634
	Tinggi	3.060	.092	2.877	3.243
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.648	.105	2.441	2.855
	Tinggi	3.228	.104	3.023	3.433

2. Perfectionis

Dependent Variable	Perfectionis	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.358	.086	3.187	3.529
	Tinggi	3.781	.091	3.601	3.961
Perampingan	Rendah	3.370	.085	3.201	3.538
	Tinggi	3.696	.089	3.519	3.873
Menjaga status quo	Rendah	3.161	.079	3.005	3.318
	Tinggi	3.599	.083	3.435	3.764
Mengurangi pencarian	Rendah	3.062	.095	2.875	3.249
	Tinggi	3.417	.099	3.220	3.613
Pilihan penundaan	Rendah	3.095	.087	2.923	3.266
	Tinggi	3.301	.091	3.121	3.481
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.580	.082	2.417	2.743
	Tinggi	2.739	.087	2.568	2.911
Melepaskan keputusan	Rendah	2.646	.090	2.467	2.825
	Tinggi	2.863	.095	2.675	3.051
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.832	.101	2.631	3.033
	Tinggi	3.043	.107	2.832	3.255

3. Kebingungan_Konsumen * Perfectionis

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Perfectionis	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	Rendah	2.933	.101	2.734	3.132
		Tinggi	3.762	.147	3.470	4.053
	Tinggi	Rendah	3.783	.141	3.504	4.061
		Tinggi	3.800	.107	3.589	4.011
Perampingan	Rendah	Rendah	3.000	.099	2.804	3.196
		Tinggi	3.667	.145	3.380	3.953
	Tinggi	Rendah	3.739	.138	3.465	4.013
		Tinggi	3.725	.105	3.517	3.933
Menjaga status quo	Rendah	Rendah	2.844	.092	2.662	3.027
		Tinggi	3.524	.135	3.257	3.790
	Tinggi	Rendah	3.478	.129	3.223	3.733
		Tinggi	3.675	.098	3.482	3.868
Mengurangi pencarian	Rendah	Rendah	2.689	.110	2.471	2.906
		Tinggi	3.333	.161	3.015	3.652
	Tinggi	Rendah	3.435	.154	3.130	3.739
		Tinggi	3.500	.117	3.269	3.731
Pilihan penundaan	Rendah	Rendah	2.711	.101	2.512	2.910
		Tinggi	2.952	.147	2.661	3.244
	Tinggi	Rendah	3.478	.141	3.200	3.757
		Tinggi	3.650	.107	3.439	3.861
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	Rendah	2.378	.096	2.188	2.567
		Tinggi	2.429	.140	2.151	2.706
	Tinggi	Rendah	2.783	.134	2.518	3.048

		Tinggi	3.050	.102	2.849	3.251
Melepaskan keputusan	Rendah	Rendah	2.422	.105	2.214	2.631
		Tinggi	2.476	.154	2.171	2.781
Mendelegasikan keputusan	Tinggi	Rendah	2.870	.147	2.578	3.161
		Tinggi	3.250	.112	3.029	3.471
	Rendah	Rendah	2.533	.118	2.300	2.767
		Tinggi	2.762	.173	2.420	3.104
	Tinggi	Rendah	3.130	.165	2.804	3.457
		Tinggi	3.325	.125	3.077	3.573

Novelty

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
Kebingungan_Konsumen	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63
Novelty	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63

Multivariate Tests^b

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.984	897.485 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.016	897.485 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	60.846	897.485 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	60.846	897.485 ^a	8.000	118.000	.000
Kebingungan_Konsumen	Pillai's Trace	.294	6.148 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.706	6.148 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	.417	6.148 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	.417	6.148 ^a	8.000	118.000	.000
Novelty	Pillai's Trace	.164	2.892 ^a	8.000	118.000	.006
	Wilks' Lambda	.836	2.892 ^a	8.000	118.000	.006
	Hotelling's Trace	.196	2.892 ^a	8.000	118.000	.006
	Roy's Largest Root	.196	2.892 ^a	8.000	118.000	.006
Kebingungan_Konsumen * Novelty	Pillai's Trace	.148	2.562 ^a	8.000	118.000	.013
	Wilks' Lambda	.852	2.562 ^a	8.000	118.000	.013
	Hotelling's Trace	.174	2.562 ^a	8.000	118.000	.013
	Roy's Largest Root	.174	2.562 ^a	8.000	118.000	.013

a. Exact statistic

b. Design: Intercept + Kebingungan_Konsumen + Novelty + Kebingungan_Konsumen * Novelty

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Ketergantungan heuristic	15.694 ^a	3	5.231	10.457	.000
	Perampingan	13.609 ^b	3	4.536	10.039	.000
	Menjaga status quo	12.335 ^c	3	4.112	9.886	.000
	Mengurangi pencarian	14.039 ^d	3	4.680	8.255	.000
	Pilihan penundaan	26.999 ^e	3	9.000	21.675	.000
	Membeli yang orang lain miliki	12.869 ^f	3	4.290	10.768	.000
	Melepaskan keputusan	18.556 ^g	3	6.185	12.786	.000
	Mendelegasikan keputusan	20.887 ^h	3	6.962	12.031	.000
Intercept	Ketergantungan heuristic	1340.731	1	1340.731	2679.828	.000
	Perampingan	1327.838	1	1327.838	2938.513	.000

	Menjaga status quo	1176.801	1	1176.801	2829.370	.000
	Mengurangi pencarian	1083.136	1	1083.136	1910.689	.000
	Pilihan penundaaan	1048.253	1	1048.253	2524.674	.000
	Membeli yang orang lain miliki	737.929	1	737.929	1852.320	.000
	Melepaskan keputusan	801.829	1	801.829	1657.563	.000
	Mendelegasikan keputusan	900.969	1	900.969	1556.873	.000
Kebingungan_Konsumen	Ketergantungan heuristic	5.470	1	5.470	10.934	.001
	Perampingan	3.572	1	3.572	7.904	.006
	Menjaga status quo	4.643	1	4.643	11.164	.001
	Mengurangi pencarian	5.279	1	5.279	9.312	.003
	Pilihan penundaaan	11.194	1	11.194	26.961	.000
	Membeli yang orang lain miliki	6.044	1	6.044	15.171	.000
	Melepaskan keputusan	7.800	1	7.800	16.124	.000
	Mendelegasikan keputusan	5.322	1	5.322	9.196	.003
Novelty	Ketergantungan heuristic	3.218	1	3.218	6.433	.012
	Perampingan	3.572	1	3.572	7.904	.006
	Menjaga status quo	2.592	1	2.592	6.232	.014
	Mengurangi pencarian	3.072	1	3.072	5.419	.022
	Pilihan penundaaan	3.934	1	3.934	9.476	.003
	Membeli yang orang lain miliki	1.202	1	1.202	3.016	.085
	Melepaskan keputusan	2.900	1	2.900	5.995	.016
	Mendelegasikan keputusan	6.653	1	6.653	11.497	.001
Kebingungan_Konsumen * Novelty	Ketergantungan heuristic	.966	1	.966	1.931	.167
	Perampingan	1.344	1	1.344	2.974	.087
	Menjaga status quo	.271	1	.271	.650	.421
	Mengurangi pencarian	.047	1	.047	.083	.774
	Pilihan penundaaan	2.526	1	2.526	6.084	.015
	Membeli yang orang lain miliki	1.643	1	1.643	4.123	.044
	Melepaskan keputusan	1.147	1	1.147	2.372	.126
	Mendelegasikan keputusan	.746	1	.746	1.288	.259
Error	Ketergantungan heuristic	62.538	125	.500		
	Perampingan	56.484	125	.452		
	Menjaga status quo	51.990	125	.416		
	Mengurangi pencarian	70.860	125	.567		
	Pilihan penundaaan	51.900	125	.415		
	Membeli yang orang lain miliki	49.798	125	.398		
	Melepaskan keputusan	60.467	125	.484		
	Mendelegasikan keputusan	72.338	125	.579		
Total	Ketergantungan heuristic	1648.000	129			
	Perampingan	1619.000	129			
	Menjaga status quo	1491.000	129			

	Mengurangi pencarian	1388.000	129			
	Pilihan penundaaan	1382.000	129			
	Membeli yang orang lain miliki	980.000	129			
	Melepaskan keputusan	1067.000	129			
	Mendelegasikan keputusan	1195.000	129			
Corrected Total	Ketergantungan heuristic	78.233	128			
	Perampingan	70.093	128			
	Menjaga status quo	64.326	128			
	Mengurangi pencarian	84.899	128			
	Pilihan penundaaan	78.899	128			
	Membeli yang orang lain miliki	62.667	128			
	Melepaskan keputusan	79.023	128			
	Mendelegasikan keputusan	93.225	128			

- a. R Squared = ,201 (Adjusted R Squared = ,181)
b. R Squared = ,194 (Adjusted R Squared = ,175)
c. R Squared = ,192 (Adjusted R Squared = ,172)
d. R Squared = ,165 (Adjusted R Squared = ,145)
e. R Squared = ,342 (Adjusted R Squared = ,326)
f. R Squared = ,205 (Adjusted R Squared = ,186)
g. R Squared = ,235 (Adjusted R Squared = ,216)
h. R Squared = ,224 (Adjusted R Squared = ,205)

Estimated Marginal Means

Kebingungan_Konsumen

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.311	.096	3.120	3.501
	Tinggi	3.763	.097	3.570	3.955
Perampingan	Rendah	3.337	.091	3.156	3.518
	Tinggi	3.702	.092	3.520	3.885
Menjaga status quo	Rendah	3.105	.088	2.932	3.279
	Tinggi	3.522	.089	3.346	3.697
Mengurangi pencarian	Rendah	2.957	.102	2.754	3.159
	Tinggi	3.401	.103	3.196	3.605
Pilihan penundaaan	Rendah	2.804	.088	2.631	2.977
	Tinggi	3.450	.088	3.275	3.625
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.386	.086	2.217	2.556
	Tinggi	2.861	.087	2.690	3.033
Melepaskan keputusan	Rendah	2.465	.095	2.278	2.652
	Tinggi	3.005	.095	2.816	3.194
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.676	.103	2.472	2.881
	Tinggi	3.122	.104	2.915	3.329

Hedonis

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
Kebingungan_Konsumen	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63
Hedonis	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63

Multivariate Tests^b

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.985	997.827 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.015	997.827 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	67.649	997.827 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	67.649	997.827 ^a	8.000	118.000	.000
Kebingungan_Konsumen	Pillai's Trace	.149	2.582 ^a	8.000	118.000	.012
	Wilks' Lambda	.851	2.582 ^a	8.000	118.000	.012
	Hotelling's Trace	.175	2.582 ^a	8.000	118.000	.012
	Roy's Largest Root	.175	2.582 ^a	8.000	118.000	.012
Hedonis	Pillai's Trace	.392	9.526 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.608	9.526 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	.646	9.526 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	.646	9.526 ^a	8.000	118.000	.000
Kebingungan_Konsumen * Hedonis	Pillai's Trace	.124	2.088 ^a	8.000	118.000	.042
	Wilks' Lambda	.876	2.088 ^a	8.000	118.000	.042
	Hotelling's Trace	.142	2.088 ^a	8.000	118.000	.042
	Roy's Largest Root	.142	2.088 ^a	8.000	118.000	.042

a. Exact statistic

b. Design: Intercept + Kebingungan_Konsumen + Hedonis + Kebingungan_Konsumen * Hedonis

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Ketergantungan heuristic	20.034 ^a	3	6.678	14.343	.000
	Perampungan	19.408 ^b	3	6.469	15.955	.000
	Menjaga status quo	18.171 ^c	3	6.057	16.404	.000
	Mengurangi pencarian	20.403 ^d	3	6.801	13.181	.000
	Pilihan penundaan	27.628 ^e	3	9.209	22.453	.000
	Membeli yang orang lain miliki	18.252 ^f	3	6.084	17.122	.000
	Melepaskan keputusan	24.038 ^g	3	8.013	18.216	.000
	Mendelegasikan keputusan	29.642 ^h	3	9.881	19.425	.000
Intercept	Ketergantungan heuristic	1097.243	1	1097.243	2356.678	.000
	Perampungan	1103.765	1	1103.765	2722.127	.000
	Menjaga status quo	1017.905	1	1017.905	2756.779	.000

	Mengurangi pencarian	911.012	1	911.012	1765.635	.000
	Pilihan penundaan	875.647	1	875.647	2134.858	.000
	Membeli yang orang lain miliki	580.646	1	580.646	1634.154	.000
	Melepaskan keputusan	671.857	1	671.857	1527.362	.000
	Mendelegasikan keputusan	720.968	1	720.968	1417.380	.000
Kebingungan_Konsumen	Ketergantungan heuristic	1.383	1	1.383	2.970	.087
	Perampingan	.484	1	.484	1.193	.277
	Menjaga status quo	1.021	1	1.021	2.766	.099
	Mengurangi pencarian	1.025	1	1.025	1.986	.161
	Pilihan penundaan	5.166	1	5.166	12.595	.001
	Membeli yang orang lain miliki	1.738	1	1.738	4.891	.029
	Melepaskan keputusan	1.976	1	1.976	4.492	.036
	Mendelegasikan keputusan	.735	1	.735	1.444	.232
Hedonis	Ketergantungan heuristic	8.111	1	8.111	17.421	.000
	Perampingan	9.219	1	9.219	22.736	.000
	Menjaga status quo	7.196	1	7.196	19.490	.000
	Mengurangi pencarian	9.113	1	9.113	17.663	.000
	Pilihan penundaan	6.798	1	6.798	16.573	.000
	Membeli yang orang lain miliki	5.390	1	5.390	15.168	.000
	Melepaskan keputusan	9.472	1	9.472	21.533	.000
	Mendelegasikan keputusan	14.952	1	14.952	29.395	.000
Kebingungan_Konsumen * Hedonis	Ketergantungan heuristic	.423	1	.423	.909	.342
	Perampingan	1.491	1	1.491	3.676	.057
	Menjaga status quo	1.444	1	1.444	3.911	.050
	Mengurangi pencarian	.339	1	.339	.658	.419
	Pilihan penundaan	.248	1	.248	.604	.438
	Membeli yang orang lain miliki	2.861	1	2.861	8.051	.005
	Melepaskan keputusan	.029	1	.029	.066	.797
	Mendelegasikan keputusan	1.213	1	1.213	2.385	.125
Error	Ketergantungan heuristic	58.199	125	.466		
	Perampingan	50.685	125	.405		
	Menjaga status quo	46.155	125	.369		
	Mengurangi pencarian	64.496	125	.516		
	Pilihan penundaan	51.271	125	.410		
	Membeli yang orang lain miliki	44.415	125	.355		
	Melepaskan keputusan	54.985	125	.440		
	Mendelegasikan keputusan	63.583	125	.509		
Total	Ketergantungan heuristic	1648.000	129			
	Perampingan	1619.000	129			
	Menjaga status quo	1491.000	129			
	Mengurangi pencarian	1388.000	129			

	Pilihan penundaan	1382.000	129			
	Membeli yang orang lain miliki	980.000	129			
	Melepaskan keputusan	1067.000	129			
	Mendelegasikan keputusan	1195.000	129			
Corrected Total	Ketergantungan heuristic	78.233	128			
	Perampingan	70.093	128			
	Menjaga status quo	64.326	128			
	Mengurangi pencarian	84.899	128			
	Pilihan penundaan	78.899	128			
	Membeli yang orang lain miliki	62.667	128			
	Melepaskan keputusan	79.023	128			
	Mendelegasikan keputusan	93.225	128			

- a. R Squared = ,256 (Adjusted R Squared = ,238)
b. R Squared = ,277 (Adjusted R Squared = ,260)
c. R Squared = ,282 (Adjusted R Squared = ,265)
d. R Squared = ,240 (Adjusted R Squared = ,222)
e. R Squared = ,350 (Adjusted R Squared = ,335)
f. R Squared = ,291 (Adjusted R Squared = ,274)
g. R Squared = ,304 (Adjusted R Squared = ,287)
h. R Squared = ,318 (Adjusted R Squared = ,302)

Estimated Marginal Means

1. Kebingungan_Konsumen

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.412	.103	3.209	3.615
	Tinggi	3.663	.103	3.459	3.868
Perampingan	Rendah	3.474	.096	3.284	3.664
	Tinggi	3.622	.096	3.431	3.813
Menjaga status quo	Rendah	3.299	.091	3.118	3.481
	Tinggi	3.515	.092	3.333	3.698
Mengurangi pencarian	Rendah	3.115	.108	2.901	3.329
	Tinggi	3.332	.109	3.116	3.547
Pilihan penundaan	Rendah	2.918	.096	2.727	3.108
	Tinggi	3.403	.097	3.211	3.595
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.433	.090	2.255	2.610
	Tinggi	2.714	.090	2.536	2.893
Melepaskan keputusan	Rendah	2.618	.100	2.421	2.816
	Tinggi	2.918	.100	2.719	3.117
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.776	.107	2.564	2.989
	Tinggi	2.959	.108	2.745	3.173

2. Hedonis

Dependent Variable	Hedonis	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.234	.103	3.030	3.437
	Tinggi	3.842	.103	3.637	4.046
Perampingan	Rendah	3.224	.096	3.034	3.414
	Tinggi	3.872	.096	3.681	4.063
Menjaga status quo	Rendah	3.121	.091	2.940	3.302
	Tinggi	3.694	.092	3.512	3.876
Mengurangi pencarian	Rendah	2.901	.108	2.687	3.115
	Tinggi	3.546	.109	3.331	3.761
Pilihan penundaan	Rendah	2.882	.096	2.691	3.073
	Tinggi	3.439	.097	3.247	3.631
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.326	.090	2.148	2.503
	Tinggi	2.821	.090	2.643	3.000
Melepaskan keputusan	Rendah	2.440	.100	2.242	2.637
	Tinggi	3.097	.100	2.898	3.296
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.455	.107	2.242	2.667
	Tinggi	3.281	.108	3.067	3.494

3. Kebingungan_Konsumen * Hedonis

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Hedonis	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	Rendah	3.038	.095	2.851	3.226
		Tinggi	3.786	.182	3.425	4.147
	Tinggi	Rendah	3.429	.182	3.068	3.789
		Tinggi	3.898	.097	3.705	4.091
Perampingan	Rendah	Rendah	3.019	.088	2.844	3.194
		Tinggi	3.929	.170	3.592	4.265
	Tinggi	Rendah	3.429	.170	3.092	3.765
		Tinggi	3.816	.091	3.636	3.996
Menjaga status quo	Rendah	Rendah	2.885	.084	2.718	3.051
		Tinggi	3.714	.162	3.393	4.036
	Tinggi	Rendah	3.357	.162	3.036	3.679
		Tinggi	3.673	.087	3.502	3.845
Mengurangi pencarian	Rendah	Rendah	2.731	.100	2.534	2.928
		Tinggi	3.500	.192	3.120	3.880
	Tinggi	Rendah	3.071	.192	2.691	3.451
		Tinggi	3.592	.103	3.389	3.795
Pilihan penundaan	Rendah	Rendah	2.692	.089	2.517	2.868
		Tinggi	3.143	.171	2.804	3.482
	Tinggi	Rendah	3.071	.171	2.733	3.410
		Tinggi	3.735	.091	3.554	3.916
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	Rendah	2.365	.083	2.202	2.529
		Tinggi	2.500	.159	2.185	2.815
	Tinggi	Rendah	2.286	.159	1.970	2.601
		Tinggi	3.143	.085	2.974	3.311

Melepaskan keputusan	Rendah	Rendah	2.308	.092	2.126	2.490
		Tinggi	2.929	.177	2.578	3.279
	Tinggi	Rendah	2.571	.177	2.221	2.922
		Tinggi	3.265	.095	3.078	3.453
Mendelegasikan keputusan	Rendah	Rendah	2.481	.099	2.285	2.677
		Tinggi	3.071	.191	2.694	3.449
	Tinggi	Rendah	2.429	.191	2.051	2.806
		Tinggi	3.490	.102	3.288	3.691



Variety Seeking

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
Kebingungan_Konsumen	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63
Variety_Seeking	1.00	Rendah	84
	2.00	Tinggi	45

Multivariate Tests^b

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.983	841.848 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.017	841.848 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	57.074	841.848 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	57.074	841.848 ^a	8.000	118.000	.000
Kebingungan_Konsumen	Pillai's Trace	.406	10.067 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.594	10.067 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	.682	10.067 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	.682	10.067 ^a	8.000	118.000	.000
Variety_Seeking	Pillai's Trace	.047	.727 ^a	8.000	118.000	.667
	Wilks' Lambda	.953	.727 ^a	8.000	118.000	.667
	Hotelling's Trace	.049	.727 ^a	8.000	118.000	.667
	Roy's Largest Root	.049	.727 ^a	8.000	118.000	.667
Kebingungan_Konsumen * Variety_Seeking	Pillai's Trace	.089	1.444 ^a	8.000	118.000	.186
	Wilks' Lambda	.911	1.444 ^a	8.000	118.000	.186
	Hotelling's Trace	.098	1.444 ^a	8.000	118.000	.186
	Roy's Largest Root	.098	1.444 ^a	8.000	118.000	.186

a. Exact statistic

b. Design: Intercept + Kebingungan_Konsumen + Variety_Seeking + Kebingungan_Konsumen * Variety_Seeking

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Ketergantungan heuristic	11.507 ^a	3	3.836	7.186	.000
	Perampungan	8.955 ^b	3	2.985	6.103	.001
	Menjaga status quo	10.336 ^c	3	3.445	7.977	.000
	Mengurangi pencarian	11.024 ^d	3	3.675	6.218	.001
	Pilihan penundaan	21.082 ^e	3	7.027	15.193	.000
	Membeli yang orang lain miliki	13.498 ^f	3	4.499	11.438	.000
	Melepaskan keputusan	16.286 ^g	3	5.429	10.816	.000
	Mendelegasikan keputusan	16.373 ^h	3	5.458	8.877	.000
Intercept	Ketergantungan heuristic	1402.457	1	1402.457	2627.286	.000

	Perampingan	1370.350	1	1370.350	2801.740	.000
	Menjaga status quo	1258.268	1	1258.268	2913.240	.000
	Mengurangi pencarian	1160.058	1	1160.058	1962.871	.000
	Pilihan penundaan	1158.585	1	1158.585	2504.839	.000
	Membeli yang orang lain miliki	814.386	1	814.386	2070.384	.000
	Melepaskan keputusan	896.648	1	896.648	1786.502	.000
	Mendelegasikan keputusan	1005.618	1	1005.618	1635.654	.000
Kebingungan_Konsumen	Ketergantungan heuristic	9.955	1	9.955	18.650	.000
	Perampingan	8.679	1	8.679	17.744	.000
	Menjaga status quo	10.313	1	10.313	23.878	.000
	Mengurangi pencarian	10.373	1	10.373	17.551	.000
	Pilihan penundaan	20.257	1	20.257	43.794	.000
	Membeli yang orang lain miliki	12.077	1	12.077	30.702	.000
	Melepaskan keputusan	13.690	1	13.690	27.277	.000
	Mendelegasikan keputusan	12.545	1	12.545	20.405	.000
Variety_Seeking	Ketergantungan heuristic	.004	1	.004	.007	.934
	Perampingan	.159	1	.159	.326	.569
	Menjaga status quo	.154	1	.154	.357	.551
	Mengurangi pencarian	.007	1	.007	.013	.911
	Pilihan penundaan	.007	1	.007	.016	.899
	Membeli yang orang lain miliki	.163	1	.163	.416	.520
	Melepaskan keputusan	1.052	1	1.052	2.095	.150
	Mendelegasikan keputusan	2.005	1	2.005	3.261	.073
Kebingungan_Konsumen * Variety_Seeking	Ketergantungan heuristic	.026	1	.026	.049	.825
	Perampingan	.164	1	.164	.335	.564
	Menjaga status quo	.731	1	.731	1.692	.196
	Mengurangi pencarian	.092	1	.092	.156	.694
	Pilihan penundaan	.481	1	.481	1.039	.310
	Membeli yang orang lain miliki	3.183	1	3.183	8.091	.005
	Melepaskan keputusan	.589	1	.589	1.174	.281
	Mendelegasikan keputusan	.686	1	.686	1.115	.293
Error	Ketergantungan heuristic	66.726	125	.534		
	Perampingan	61.138	125	.489		
	Menjaga status quo	53.989	125	.432		
	Mengurangi pencarian	73.875	125	.591		
	Pilihan penundaan	57.817	125	.463		
	Membeli yang orang lain miliki	49.169	125	.393		
	Melepaskan keputusan	62.738	125	.502		

	Mendelegasikan keputusan	76.851	125	.615		
Total	Ketergantungan heuristic	1648.000	129			
	Perampingan	1619.000	129			
	Menjaga status quo	1491.000	129			
	Mengurangi pencarian	1388.000	129			
	Pilihan penundaan	1382.000	129			
	Membeli yang orang lain miliki	980.000	129			
	Melepaskan keputusan	1067.000	129			
	Mendelegasikan keputusan	1195.000	129			
Corrected Total	Ketergantungan heuristic	78.233	128			
	Perampingan	70.093	128			
	Menjaga status quo	64.326	128			
	Mengurangi pencarian	84.899	128			
	Pilihan penundaan	78.899	128			
	Membeli yang orang lain miliki	62.667	128			
	Melepaskan keputusan	79.023	128			
	Mendelegasikan keputusan	93.225	128			

a. R Squared = ,147 (Adjusted R Squared = ,127)

b. R Squared = ,128 (Adjusted R Squared = ,107)

c. R Squared = ,161 (Adjusted R Squared = ,141)

d. R Squared = ,130 (Adjusted R Squared = ,109)

e. R Squared = ,267 (Adjusted R Squared = ,250)

f. R Squared = ,215 (Adjusted R Squared = ,197)

g. R Squared = ,206 (Adjusted R Squared = ,187)

h. R Squared = ,176 (Adjusted R Squared = ,156)

Estimated Marginal Means

1. Kebingungan_Konsumen

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.201	.099	3.004	3.398
	Tinggi	3.790	.093	3.605	3.975
Perampingan	Rendah	3.180	.095	2.992	3.368
	Tinggi	3.730	.089	3.553	3.907
Menjaga status quo	Rendah	3.011	.089	2.834	3.188
	Tinggi	3.611	.084	3.444	3.777
Mengurangi pencarian	Rendah	2.878	.104	2.672	3.085
	Tinggi	3.480	.098	3.285	3.674
Pilihan penundaan	Rendah	2.757	.092	2.574	2.940
	Tinggi	3.597	.087	3.425	3.769
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.339	.085	2.171	2.508

	Tinggi	2.988	.080	2.829	3.147
Melepaskan keputusan	Rendah	2.450	.096	2.259	2.640
	Tinggi	3.140	.091	2.961	3.320
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.629	.107	2.418	2.840
	Tinggi	3.291	.100	3.092	3.489

2. Variety_Seeking

Dependent Variable	Variety_See king	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.501	.080	3.342	3.660
	Tinggi	3.490	.110	3.272	3.708
Perampingan	Rendah	3.493	.077	3.340	3.645
	Tinggi	3.418	.106	3.209	3.627
Menjaga status quo	Rendah	3.348	.072	3.205	3.491
	Tinggi	3.274	.099	3.078	3.471
Mengurangi pencarian	Rendah	3.187	.084	3.020	3.354
	Tinggi	3.171	.116	2.941	3.401
Pilihan penundaan	Rendah	3.185	.075	3.037	3.333
	Tinggi	3.169	.103	2.966	3.372
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.626	.069	2.490	2.762
	Tinggi	2.701	.095	2.514	2.889
Melepaskan keputusan	Rendah	2.699	.078	2.545	2.853
	Tinggi	2.891	.107	2.679	3.102
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.828	.086	2.657	2.998
	Tinggi	3.092	.118	2.858	3.326

3. Kebingungan_Konsumen * Variety_Seeking

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Variety_See king	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	Rendah	3.191	.107	2.981	3.402
		Tinggi	3.211	.168	2.879	3.542
	Tinggi	Rendah	3.811	.120	3.573	4.049
		Tinggi	3.769	.143	3.486	4.053
Perampingan	Rendah	Rendah	3.255	.102	3.053	3.457
		Tinggi	3.105	.160	2.788	3.423
	Tinggi	Rendah	3.730	.115	3.502	3.957
		Tinggi	3.731	.137	3.459	4.002
Menjaga status quo	Rendah	Rendah	3.128	.096	2.938	3.317
		Tinggi	2.895	.151	2.596	3.193
	Tinggi	Rendah	3.568	.108	3.354	3.781
		Tinggi	3.654	.129	3.399	3.909
Mengurangi pencarian	Rendah	Rendah	2.915	.112	2.693	3.137
		Tinggi	2.842	.176	2.493	3.191
	Tinggi	Rendah	3.459	.126	3.209	3.710
		Tinggi	3.500	.151	3.202	3.798
Pilihan penundaan	Rendah	Rendah	2.830	.099	2.633	3.026

		Tinggi	2.684	.156	2.375	2.993
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	Rendah	3.541	.112	3.319	3.762
		Tinggi	3.654	.133	3.390	3.918
Melepaskan keputusan	Tinggi	Rendah	2.468	.091	2.287	2.649
		Tinggi	2.211	.144	1.926	2.495
Mendelegasikan keputusan	Rendah	Rendah	2.784	.103	2.580	2.988
		Tinggi	3.192	.123	2.949	3.436
Tinggi	Tinggi	Rendah	2.426	.103	2.221	2.630
		Tinggi	2.474	.163	2.152	2.795
Tinggi	Rendah	Rendah	2.973	.116	2.742	3.203
		Tinggi	3.308	.139	3.033	3.583
Tinggi	Tinggi	Rendah	2.574	.114	2.348	2.801
		Tinggi	2.684	.180	2.328	3.040
Tinggi	Rendah	Rendah	3.081	.129	2.826	3.336
		Tinggi	3.500	.154	3.196	3.804

Brand Loyalty

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
Kebingungan_Konsumen	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63
Brand_Loyalty	1.00	Rendah	65
	2.00	Tinggi	64

Multivariate Tests^b

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.985	961.011 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.015	961.011 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	65.153	961.011 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	65.153	961.011 ^a	8.000	118.000	.000
Kebingungan_Konsumen	Pillai's Trace	.251	4.947 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.749	4.947 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	.335	4.947 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	.335	4.947 ^a	8.000	118.000	.000
Brand_Loyalty	Pillai's Trace	.301	6.359 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.699	6.359 ^a	8.000	118.000	.000
	Hotelling's Trace	.431	6.359 ^a	8.000	118.000	.000
	Roy's Largest Root	.431	6.359 ^a	8.000	118.000	.000
Kebingungan_Konsumen * Brand_Loyalty	Pillai's Trace	.152	2.647 ^a	8.000	118.000	.010
	Wilks' Lambda	.848	2.647 ^a	8.000	118.000	.010
	Hotelling's Trace	.179	2.647 ^a	8.000	118.000	.010
	Roy's Largest Root	.179	2.647 ^a	8.000	118.000	.010

a. Exact statistic

b. Design: Intercept + Kebingungan_Konsumen + Brand_Loyalty + Kebingungan_Konsumen * Brand_Loyalty

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Ketergantungan heuristic	21.450 ^a	3	7.150	15.740	.000
	Perampungan	15.251 ^b	3	5.084	11.587	.000
	Menjaga status quo	19.213 ^c	3	6.404	17.746	.000
	Mengurangi pencarian	20.372 ^d	3	6.791	13.155	.000
	Pilihan penundaan	23.737 ^e	3	7.912	17.929	.000
	Membeli yang orang lain miliki	13.230 ^f	3	4.410	11.151	.000
	Melepaskan keputusan	17.199 ^g	3	5.733	11.591	.000
	Mendelegasikan keputusan	24.941 ^h	3	8.314	15.219	.000
Intercept	Ketergantungan heuristic	1280.689	1	1280.689	2819.306	.000
	Perampungan	1275.874	1	1275.874	2908.057	.000

	Menjaga status quo	1157.196	1	1157.196	3206.423	.000
	Mengurangi pencarian	1083.626	1	1083.626	2099.162	.000
	Pilihan penundaan	1010.170	1	1010.170	2289.070	.000
	Membeli yang orang lain miliki	692.472	1	692.472	1750.914	.000
	Melepaskan keputusan	774.732	1	774.732	1566.395	.000
	Mendelegasikan keputusan	849.802	1	849.802	1555.635	.000
Kebingungan_Konsumen	Ketergantungan heuristic	2.807	1	2.807	6.180	.014
	Perampungan	2.817	1	2.817	6.420	.013
	Menjaga status quo	1.901	1	1.901	5.267	.023
	Mengurangi pencarian	3.194	1	3.194	6.187	.014
	Pilihan penundaan	10.997	1	10.997	24.920	.000
	Membeli yang orang lain miliki	5.454	1	5.454	13.790	.000
	Melepaskan keputusan	7.089	1	7.089	14.333	.000
	Mendelegasikan keputusan	3.137	1	3.137	5.743	.018
Brand_Loyalty	Ketergantungan heuristic	8.581	1	8.581	18.890	.000
	Perampungan	4.234	1	4.234	9.651	.002
	Menjaga status quo	8.875	1	8.875	24.591	.000
	Mengurangi pencarian	6.399	1	6.399	12.395	.001
	Pilihan penundaan	2.457	1	2.457	5.568	.020
	Membeli yang orang lain miliki	1.099	1	1.099	2.780	.098
	Melepaskan keputusan	2.529	1	2.529	5.112	.025
	Mendelegasikan keputusan	10.709	1	10.709	19.604	.000
Kebingungan_Konsumen * Brand_Loyalty	Ketergantungan heuristic	1.215	1	1.215	2.675	.104
	Perampungan	2.200	1	2.200	5.014	.027
	Menjaga status quo	.709	1	.709	1.966	.163
	Mengurangi pencarian	2.814	1	2.814	5.451	.021
	Pilihan penundaan	.750	1	.750	1.701	.195
	Membeli yang orang lain miliki	2.159	1	2.159	5.458	.021
	Melepaskan keputusan	.159	1	.159	.321	.572
	Mendelegasikan keputusan	.853	1	.853	1.562	.214
Error	Ketergantungan heuristic	56.782	125	.454		
	Perampungan	54.842	125	.439		
	Menjaga status quo	45.112	125	.361		
	Mengurangi pencarian	64.527	125	.516		
	Pilihan penundaan	55.163	125	.441		
	Membeli yang orang lain miliki	49.436	125	.395		
	Melepaskan keputusan	61.824	125	.495		
	Mendelegasikan keputusan	68.284	125	.546		

Total	Ketergantungan heuristic	1648.000	129			
	Perampingan	1619.000	129			
	Menjaga status quo	1491.000	129			
	Mengurangi pencarian	1388.000	129			
	Pilihan penundaan	1382.000	129			
	Membeli yang orang lain miliki	980.000	129			
	Melepaskan keputusan	1067.000	129			
	Mendelegasikan keputusan	1195.000	129			
Corrected Total	Ketergantungan heuristic	78.233	128			
	Perampingan	70.093	128			
	Menjaga status quo	64.326	128			
	Mengurangi pencarian	84.899	128			
	Pilihan penundaan	78.899	128			
	Membeli yang orang lain miliki	62.667	128			
	Melepaskan keputusan	79.023	128			
	Mendelegasikan keputusan	93.225	128			

a. R Squared = ,274 (Adjusted R Squared = ,257)

b. R Squared = ,218 (Adjusted R Squared = ,199)

c. R Squared = ,299 (Adjusted R Squared = ,282)

d. R Squared = ,240 (Adjusted R Squared = ,222)

e. R Squared = ,301 (Adjusted R Squared = ,284)

f. R Squared = ,211 (Adjusted R Squared = ,192)

g. R Squared = ,218 (Adjusted R Squared = ,199)

h. R Squared = ,268 (Adjusted R Squared = ,250)

Estimated Marginal Means

1. Kebingungan_Konsumen

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.378	.093	3.194	3.563
	Tinggi	3.710	.096	3.521	3.900
Perampingan	Rendah	3.372	.092	3.190	3.553
	Tinggi	3.704	.094	3.518	3.890
Menjaga status quo	Rendah	3.233	.083	3.068	3.397
	Tinggi	3.506	.085	3.337	3.674
Mengurangi pencarian	Rendah	3.083	.099	2.887	3.280
	Tinggi	3.437	.102	3.236	3.639
Pilihan penundaan	Rendah	2.819	.092	2.638	3.001
	Tinggi	3.476	.094	3.290	3.663
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.375	.087	2.203	2.547
	Tinggi	2.838	.089	2.661	3.014
Melepaskan keputusan	Rendah	2.493	.097	2.301	2.685

	Tinggi	3.020	.100	2.823	3.218
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.712	.102	2.510	2.914
	Tinggi	3.063	.105	2.855	3.270

2. Brand_Loyalty

Dependent Variable	Brand_Loya lty	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.254	.095	3.066	3.443
	Tinggi	3.835	.094	3.649	4.020
Perampingan	Rendah	3.334	.093	3.149	3.519
	Tinggi	3.742	.092	3.559	3.924
Menjaga status quo	Rendah	3.074	.085	2.906	3.242
	Tinggi	3.664	.084	3.499	3.830
Mengurangi pencarian	Rendah	3.010	.101	2.809	3.210
	Tinggi	3.511	.100	3.313	3.709
Pilihan penundaan	Rendah	2.993	.094	2.807	3.178
	Tinggi	3.303	.092	3.120	3.486
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.502	.089	2.327	2.678
	Tinggi	2.710	.087	2.537	2.883
Melepaskan keputusan	Rendah	2.599	.099	2.403	2.796
	Tinggi	2.914	.098	2.721	3.108
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.563	.104	2.357	2.770
	Tinggi	3.211	.103	3.008	3.415

3. Kebingungan_Konsumen * Brand_Loyalty

Dependent Variable	Kebingungan_Konsume n	Brand_Loya lty	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	Rendah	2.979	.097	2.787	3.172
		Tinggi	3.778	.159	3.463	4.092
	Tinggi	Rendah	3.529	.163	3.206	3.853
		Tinggi	3.891	.099	3.695	4.088
Perampingan	Rendah	Rendah	3.021	.096	2.832	3.210
		Tinggi	3.722	.156	3.413	4.031
	Tinggi	Rendah	3.647	.161	3.329	3.965
		Tinggi	3.761	.098	3.568	3.954
Menjaga status quo	Rendah	Rendah	2.854	.087	2.683	3.026
		Tinggi	3.611	.142	3.331	3.891
	Tinggi	Rendah	3.294	.146	3.006	3.582
		Tinggi	3.717	.089	3.542	3.893
Mengurangi pencarian	Rendah	Rendah	2.667	.104	2.461	2.872
		Tinggi	3.500	.169	3.165	3.835
	Tinggi	Rendah	3.353	.174	3.008	3.698
		Tinggi	3.522	.106	3.312	3.731
Pilihan penundaan	Rendah	Rendah	2.750	.096	2.560	2.940
		Tinggi	2.889	.157	2.579	3.199
	Tinggi	Rendah	3.235	.161	2.916	3.554

		Tinggi	3.717	.098	3.524	3.911
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	Rendah	2.417	.091	2.237	2.596
		Tinggi	2.333	.148	2.040	2.627
	Tinggi	Rendah	2.588	.153	2.286	2.890
		Tinggi	3.087	.093	2.903	3.270
Melepaskan keputusan	Rendah	Rendah	2.375	.102	2.174	2.576
		Tinggi	2.611	.166	2.283	2.939
	Tinggi	Rendah	2.824	.171	2.486	3.161
		Tinggi	3.217	.104	3.012	3.423
Mendelegasikan keputusan	Rendah	Rendah	2.479	.107	2.268	2.690
		Tinggi	2.944	.174	2.600	3.289
	Tinggi	Rendah	2.647	.179	2.292	3.002
		Tinggi	3.478	.109	3.263	3.694

Price Conscious

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
Kebingungan_Konsumen	1.00	Rendah	66
	2.00	Tinggi	63
Price_Conscius	1.00	Rendah	73
	2.00	Tinggi	56

Multivariate Tests^b

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.983	832.073 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.017	832.073 ^a			
	Hotelling's Trace	56.412	832.073 ^a			
	Roy's Largest Root	56.412	832.073 ^a			
Kebingungan_Konsumen	Pillai's Trace	.276	5.618 ^a	8.000	118.000	.000
	Wilks' Lambda	.724	5.618 ^a			
	Hotelling's Trace	.381	5.618 ^a			
	Roy's Largest Root	.381	5.618 ^a			
Price_Conscius	Pillai's Trace	.167	2.967 ^a	8.000	118.000	.005
	Wilks' Lambda	.833	2.967 ^a			
	Hotelling's Trace	.201	2.967 ^a			
	Roy's Largest Root	.201	2.967 ^a			
Kebingungan_Konsumen * Price_Conscius	Pillai's Trace	.076	1.214 ^a	8.000	118.000	.297
	Wilks' Lambda	.924	1.214 ^a			
	Hotelling's Trace	.082	1.214 ^a			
	Roy's Largest Root	.082	1.214 ^a			

a. Exact statistic

b. Design: Intercept + Kebingungan_Konsumen + Price_Conscius + Kebingungan_Konsumen * Price_Conscius

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Ketergantungan heuristic	13.984 ^a	3	4.661	9.069	.000
	Perampungan	11.889 ^b	3	3.963	8.511	.000
	Menjaga status quo	10.569 ^c	3	3.523	8.192	.000
	Mengurangi pencarian	15.883 ^d	3	5.294	9.589	.000
	Pilihan penundaan	25.911 ^e	3	8.637	20.375	.000
	Membeli yang orang lain miliki	13.573 ^f	3	4.524	11.520	.000
	Melepaskan keputusan	19.814 ^g	3	6.605	13.943	.000
	Mendelegasikan keputusan	20.339 ^h	3	6.780	11.627	.000
Intercept	Ketergantungan heuristic	1216.032	1	1216.032	2365.889	.000

	Perampingan	1181.695	1	1181.695	2537.821	.000
	Menjaga status quo	1091.381	1	1091.381	2537.794	.000
	Mengurangi pencarian	1040.002	1	1040.002	1883.611	.000
	Pilihan penundaaan	988.001	1	988.001	2330.714	.000
	Membeli yang orang lain miliki	686.847	1	686.847	1748.826	.000
	Melepaskan keputusan	746.384	1	746.384	1575.722	.000
	Mendelegasikan keputusan	852.838	1	852.838	1462.632	.000
Kebingungan_Konsumen	Ketergantungan heuristic	5.143	1	5.143	10.006	.002
	Perampingan	3.747	1	3.747	8.047	.005
	Menjaga status quo	5.425	1	5.425	12.615	.001
	Mengurangi pencarian	3.295	1	3.295	5.967	.016
	Pilihan penundaaan	10.388	1	10.388	24.506	.000
	Membeli yang orang lain miliki	5.278	1	5.278	13.438	.000
	Melepaskan keputusan	6.783	1	6.783	14.320	.000
	Mendelegasikan keputusan	4.581	1	4.581	7.857	.006
Price_Conscius	Ketergantungan heuristic	2.428	1	2.428	4.723	.032
	Perampingan	2.499	1	2.499	5.367	.022
	Menjaga status quo	.828	1	.828	1.925	.168
	Mengurangi pencarian	4.709	1	4.709	8.528	.004
	Pilihan penundaaan	3.694	1	3.694	8.715	.004
	Membeli yang orang lain miliki	1.825	1	1.825	4.648	.033
	Melepaskan keputusan	3.590	1	3.590	7.579	.007
	Mendelegasikan keputusan	6.226	1	6.226	10.678	.001
Kebingungan_Konsumen * Price_Conscius	Ketergantungan heuristic	.010	1	.010	.019	.892
	Perampingan	.444	1	.444	.954	.331
	Menjaga status quo	.153	1	.153	.356	.552
	Mengurangi pencarian	.563	1	.563	1.020	.314
	Pilihan penundaaan	1.071	1	1.071	2.527	.114
	Membeli yang orang lain miliki	1.283	1	1.283	3.267	.073
	Melepaskan keputusan	1.128	1	1.128	2.382	.125
	Mendelegasikan keputusan	.213	1	.213	.366	.546
Error	Ketergantungan heuristic	64.248	125	.514		
	Perampingan	58.204	125	.466		
	Menjaga status quo	53.756	125	.430		
	Mengurangi pencarian	69.016	125	.552		
	Pilihan penundaaan	52.988	125	.424		
	Membeli yang orang lain miliki	49.093	125	.393		
	Melepaskan keputusan	59.210	125	.474		

	Mendelegasikan keputusan	72.886	125	.583		
Total	Ketergantungan heuristic	1648.000	129			
	Perampinan	1619.000	129			
	Menjaga status quo	1491.000	129			
	Mengurangi pencarian	1388.000	129			
	Pilihan penundaan	1382.000	129			
	Membeli yang orang lain miliki	980.000	129			
	Melepaskan keputusan	1067.000	129			
	Mendelegasikan keputusan	1195.000	129			
Corrected Total	Ketergantungan heuristic	78.233	128			
	Perampinan	70.093	128			
	Menjaga status quo	64.326	128			
	Mengurangi pencarian	84.899	128			
	Pilihan penundaan	78.899	128			
	Membeli yang orang lain miliki	62.667	128			
	Melepaskan keputusan	79.023	128			
	Mendelegasikan keputusan	93.225	128			

- a. R Squared = ,179 (Adjusted R Squared = ,159)
- b. R Squared = ,170 (Adjusted R Squared = ,150)
- c. R Squared = ,164 (Adjusted R Squared = ,144)
- d. R Squared = ,187 (Adjusted R Squared = ,168)
- e. R Squared = ,328 (Adjusted R Squared = ,312)
- f. R Squared = ,217 (Adjusted R Squared = ,198)
- g. R Squared = ,251 (Adjusted R Squared = ,233)
- h. R Squared = ,218 (Adjusted R Squared = ,199)

Estimated Marginal Means

1. Kebingungan_Konsumen

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.282	.108	3.068	3.495
	Tinggi	3.738	.096	3.548	3.928
Perampinan	Rendah	3.265	.103	3.062	3.468
	Tinggi	3.655	.091	3.474	3.835
Menjaga status quo	Rendah	3.091	.099	2.895	3.286
	Tinggi	3.560	.088	3.386	3.733
Mengurangi pencarian	Rendah	3.063	.112	2.842	3.285
	Tinggi	3.429	.099	3.232	3.625
Pilihan penundaan	Rendah	2.839	.098	2.645	3.033
	Tinggi	3.488	.087	3.316	3.660
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.407	.094	2.220	2.593

	Tinggi	2.869	.084	2.703	3.035
Melepaskan keputusan	Rendah	2.488	.104	2.283	2.693
	Tinggi	3.012	.092	2.830	3.194
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.724	.115	2.496	2.951
	Tinggi	3.155	.102	2.953	3.357

2. Price_Conscious

Dependent Variable	Price_Conscious	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	3.353	.093	3.170	3.536
	Tinggi	3.667	.111	3.448	3.886
Perampingan	Rendah	3.301	.088	3.126	3.475
	Tinggi	3.619	.105	3.411	3.827
Menjaga status quo	Rendah	3.234	.085	3.066	3.401
	Tinggi	3.417	.101	3.216	3.617
Mengurangi pencarian	Rendah	3.027	.096	2.837	3.218
	Tinggi	3.464	.115	3.237	3.691
Pilihan penundaan	Rendah	2.970	.084	2.804	3.137
	Tinggi	3.357	.100	3.158	3.556
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	2.502	.081	2.341	2.662
	Tinggi	2.774	.097	2.582	2.965
Melepaskan keputusan	Rendah	2.559	.089	2.383	2.735
	Tinggi	2.940	.106	2.730	3.151
Mendelegasikan keputusan	Rendah	2.688	.099	2.493	2.884
	Tinggi	3.190	.118	2.957	3.424

3. Kebingungan_Konsumen * Price_Conscious

Dependent Variable	Kebingungan_Konsumen	Price_Conscious	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ketergantungan heuristic	Rendah	Rendah	3.135	.099	2.938	3.331
		Tinggi	3.429	.192	3.049	3.808
	Tinggi	Rendah	3.571	.156	3.262	3.881
		Tinggi	3.905	.111	3.686	4.124
Perampingan	Rendah	Rendah	3.173	.095	2.986	3.360
		Tinggi	3.357	.182	2.996	3.718
	Tinggi	Rendah	3.429	.149	3.134	3.723
		Tinggi	3.881	.105	3.673	4.089
Menjaga status quo	Rendah	Rendah	3.038	.091	2.858	3.218
		Tinggi	3.143	.175	2.796	3.490
	Tinggi	Rendah	3.429	.143	3.145	3.712
		Tinggi	3.690	.101	3.490	3.891
Mengurangi pencarian	Rendah	Rendah	2.769	.103	2.565	2.973
		Tinggi	3.357	.199	2.964	3.750
	Tinggi	Rendah	3.286	.162	2.965	3.607
		Tinggi	3.571	.115	3.345	3.798
Pilihan penundaan	Rendah	Rendah	2.750	.090	2.571	2.929

		Tinggi	2.929	.174	2.584	3.273
	Tinggi	Rendah	3.190	.142	2.909	3.472
		Tinggi	3.786	.100	3.587	3.985
Membeli yang orang lain miliki	Rendah	Rendah	2.385	.087	2.213	2.557
		Tinggi	2.429	.167	2.097	2.760
	Tinggi	Rendah	2.619	.137	2.348	2.890
		Tinggi	3.119	.097	2.928	3.310
Melepaskan keputusan	Rendah	Rendah	2.404	.095	2.215	2.593
		Tinggi	2.571	.184	2.207	2.935
	Tinggi	Rendah	2.714	.150	2.417	3.012
		Tinggi	3.310	.106	3.099	3.520
Mendelegasikan keputusan	Rendah	Rendah	2.519	.106	2.310	2.729
		Tinggi	2.929	.204	2.525	3.332
	Tinggi	Rendah	2.857	.167	2.527	3.187
		Tinggi	3.452	.118	3.219	3.686