

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, 2002, **Perilaku Konsumen**, Cetakan Pertama, Penerbit, Graha Ilmu, Jakarta.
- Azwita Arifuddin. 2012. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Membeli Komputer Di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin**. Universitas Hasanuddin
- Bilson Simamora.2004. **Panduan riset perilaku konsumen**. Jakarta: Gramedia pustaka utama.
- Herdi Jayakusumah, 2010 .**“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bekasi)”**.Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jurnal ekonomi, Halaman 33-36
- J.Setiadi, Nugroho. 2008. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry,2008. **Prinsip-prinsip pemasaran**, jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, And Gary Armstrong, 2010. **Dasar-Dasar Pemasaran** Edisi Kesembilan Jilid 1, Pt Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran**, Jilid 2. Jakarta: Pt. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajad, 2009. **Metode Riset Untuk Bisnis dan ekonomi**.. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Nur Arif Mutmainnah.2012. **Analisisfaktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Sophie Martin Pada Bc. Ivrina Katili**. UNHAS
- Pratiwi Syamsumarli. 2013. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Speddy Di Makassar**. Universitas Hasanuddin Makasar.
- Schiffman, L.G., Dan L.L. Kanuk. 2006. **Consumer Behavior**. 7thedition. New Jersey.Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G. And Leslie L. Kanuk. 2008.**Consumer Behavior**.Fifth Edition, Prentice-Hall Inc. New Jersey

Sugiyono .2009. **Metode Penelitian Administrasi**, Dilengkapi Dengan Metode R&D. Edisi Revisi Cetakan Ketuju Belas. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. 2005. **Total Quality Management**, Yogyakarta : Andi



## Lampiran I

### KUESIONER

#### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area**

##### **Bagian I**

Saya Yohana Anggreini Simanjuntak mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, saya sedang menyusun sebuah karya ilmiah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dari Universitas Medan Area dengan judul ” Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”. Besar harapan saya kiranya Bapak/Ibu bersedia mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun, Terima kasih dan selamat mengisi kuisisioner ini.

##### Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
  - a. Pria
  - b. Wanita
4. Usia :

## Bagian II

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Setiap pertanyaan mempunyai alternatif jawaban sebagai berikut:

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Berilah tanda ceklist (√) pada salah satu jawaban yang saudara pilih

### Sosial (X1)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli Smartphone Samsung karena mengikuti pergaulan yang sedang tren saat ini					
2.	Pendapatan keluarga mempengaruhi saya dalam membeli Smartphone Samsung					
3.	Saya membeli Smartphone Samsung untuk meningkatkan status sosial saya					

### Pribadi (X2)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Smartphone samsung sangat pas di segala kalangan usia sehingga saya membeli produk samsung					
2.	Menggunakan Smartphone Samsung karena tuntutan zaman yang semakin canggih					
3.	Smartphone Samsung cocok dan sesuai dengan kepribadian saya					

**Psikologi (X3)**

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kecanggihan produk smartphone samsung membuat saya termotivasi untuk membeli Smartphone Samsung					
2.	Membeli Smartphone Samsung karena didorong oleh presepsi positif yang diberikan oleh konsumen lain					
3.	Smartphone Samsung dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang tepat					



**LAMPIRAN 2  
TABULASI DATA RESPONDEN**

<b>Sosial</b>	<b>Pribadi</b>	<b>Psikologi</b>
---------------	----------------	------------------

(X1)			(X2)			(X3)		
q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	5	4	4	4	4	5	5
4	3	4	4	3	4	3	3	3
4	5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	3	4	4	4	4	5	4
4	4	4	3	3	3	3	4	3
4	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5	3
4	4	4	4	3	4	3	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	5	5	5	3
3	4	3	3	4	4	4	3	3
3	4	4	3	4	4	4	5	3
4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	3
3	3	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	3	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	3	3	4	5
4	5	5	5	5	5	4	4	5
4	3	5	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3

4	4	3	3	2	3	3	3	4
5	5	3	5	5	5	5	5	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	3	3	4
5	4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4

### Hasil uji validitas dan reliabilitas

Sosial (X1)			Pribadi (X2)			Psikologi (X3)		
q1	q2	q3	q1	q2	q3	q1	q2	q3
5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	2	3	3	3	3	3
4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	3	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	2	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4

**LAMPIRAN 3  
HASIL UJI SPSS**

**Frequency Table  
Sosial (X1)**

q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	4	7,3	7,3	7,3
4,00	34	61,8	61,8	69,1
5,00	17	30,9	30,9	100,0
Total	55	100,0	100,0	

q2



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	4	7,3	7,3	7,3
Valid 4,00	34	61,8	61,8	69,1
Valid 5,00	17	30,9	30,9	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**q3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	7	12,7	12,7	12,7
Valid 4,00	33	60,0	60,0	72,7
Valid 5,00	15	27,3	27,3	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Pribadi (X2)****q4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	10	18,2	18,2	18,2
Valid 4,00	29	52,7	52,7	70,9
Valid 5,00	16	29,1	29,1	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**q5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,8	1,8	1,8
Valid 3,00	5	9,1	9,1	10,9
Valid 4,00	29	52,7	52,7	63,6
Valid 5,00	20	36,4	36,4	100,0
Total	55	100,0	100,0	

q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	6	10,9	10,9	10,9
4,00	34	61,8	61,8	72,7
5,00	15	27,3	27,3	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Psikologi (X3)**

q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	11	20,0	20,0	20,0
4,00	28	50,9	50,9	70,9
5,00	16	29,1	29,1	100,0
Total	55	100,0	100,0	

q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	8	14,5	14,5	14,5
4,00	26	47,3	47,3	61,8
5,00	21	38,2	38,2	100,0
Total	55	100,0	100,0	

q9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,8	1,8	1,8
3,00	12	21,8	21,8	23,6
4,00	30	54,5	54,5	78,2

5,00	12	21,8	21,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

### Hasil uji validitas dan reliabilitas

#### Sosial (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,920	3

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	8,5333	,695	,911	,822
q2	8,6000	,829	,796	,920
q3	8,4667	,695	,819	,904

#### Pribadi (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	3

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q4	9,0000	1,571	,711	,958
q5	8,2000	2,171	,864	,772
q6	8,2667	2,210	,836	,793

#### Psikologi (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,964	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q7	8,0000	1,571	,957	,921
q8	8,0667	1,781	,908	,963
q9	7,9333	1,495	,919	,955

**Factor Analysis****KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,750
Approx. Chi-Square		237,545
Bartlett's Test of Sphericity	Df	36
	Sig.	,000

**Anti-image Matrices**

	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	
Anti-image Covariance	q1	,303	-,131	-,034	-,142	-,060	,141	,081	,065	-,031
	q2	-,131	,509	,016	,046	-,125	-,062	-,026	,015	,053
	q3	-,034	,016	,775	,044	-,075	-,114	,042	-,014	-,207
	q4	-,142	,046	,044	,178	-,031	-,161	-,053	-,010	-,102
	q5	-,060	-,125	-,075	-,031	,266	-,006	-,143	-,035	,006
	q6	,141	-,062	-,114	-,161	-,006	,344	-,036	-,003	,146
	q7	,081	-,026	,042	-,053	-,143	-,036	,369	-,121	-,016
	q8	,065	,015	-,014	-,010	-,035	-,003	-,121	,800	-,075
	q9	-,031	,053	-,207	-,102	,006	,146	-,016	-,075	,646
Anti-image Correlation	q1	,654 <sup>a</sup>	-,333	-,070	-,612	-,210	,438	,241	,132	-,071
	q2	-,333	,831 <sup>a</sup>	,025	,153	-,338	-,148	-,060	,024	,092
	q3	-,070	,025	,762 <sup>a</sup>	,117	-,165	-,220	,079	-,018	-,292
	q4	-,612	,153	,117	,711 <sup>a</sup>	-,142	-,652	-,208	-,026	-,301
	q5	-,210	-,338	-,165	-,142	,851 <sup>a</sup>	-,019	-,456	-,076	,014
	q6	,438	-,148	-,220	-,652	-,019	,638 <sup>a</sup>	-,101	-,005	,310
	q7	,241	-,060	,079	-,208	-,456	-,101	,827 <sup>a</sup>	-,224	-,032
	q8	,132	,024	-,018	-,026	-,076	-,005	-,224	,844 <sup>a</sup>	-,104
	q9	-,071	,092	-,292	-,301	,014	,310	-,032	-,104	,696 <sup>a</sup>

## a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

**Communalities**

	Initial	Extraction
q1	1,000	,807
q2	1,000	,669
q3	1,000	,501
q4	1,000	,800
q5	1,000	,809
q6	1,000	,664
q7	1,000	,749
q8	1,000	,695
q9	1,000	,779

Extraction Method: Principal  
Component Analysis.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,213	46,815	46,815	4,213	46,815	46,815	3,070	34,114	34,114
2	1,232	13,687	60,503	1,232	13,687	60,503	1,821	20,234	54,348
3	1,027	11,412	71,915	1,027	11,412	71,915	1,581	17,567	71,915
4	,800	8,892	80,807						
5	,636	7,062	87,869						
6	,435	4,834	92,703						
7	,356	3,952	96,655						
8	,192	2,134	98,789						
9	,109	1,211	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
q4	,891	,035	-,070
q5	,890	-,039	-,123
q7	,778	-,377	,030
q1	,700	,508	-,244
q2	,694	,074	-,427
q6	,679	-,446	-,069
q3	,466	,270	,459
q9	,467	,557	,500
q8	,393	-,492	,546

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
q2	,815	,070	,025
q5	,778	,384	,236
q1	,772	-,176	,424
q4	,758	,351	,318
q8	-,072	,803	,212
q7	,553	,660	,083
q6	,522	,623	-,065
q9	,158	,013	,868
q3	,142	,214	,659

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser

Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

**Component Transformation Matrix**

Component	1	2	3
1	,800	,460	,385
2	,138	-,766	,628
3	-,584	,450	,676

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

