

DAFTAR PUSTAKA

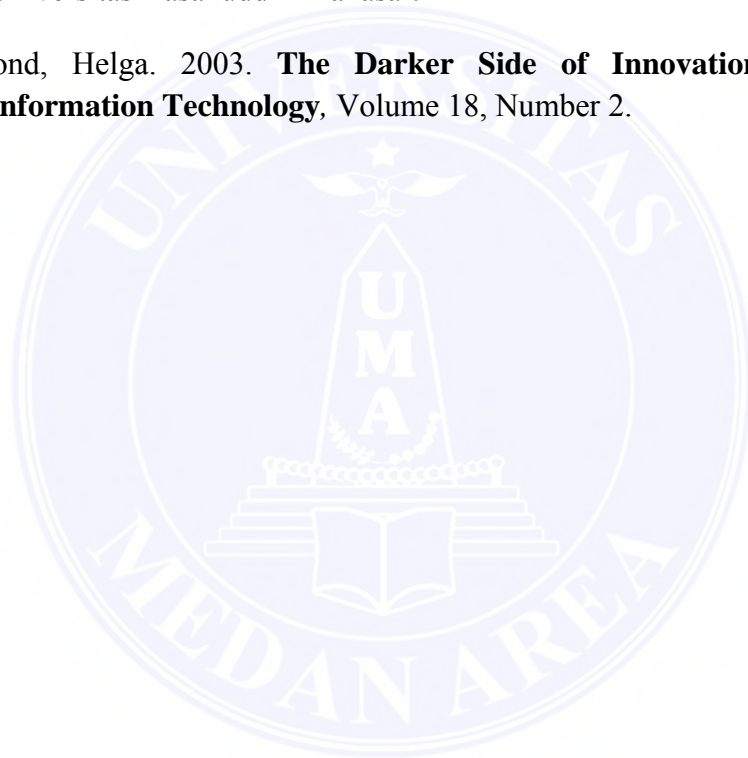
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Jilid1,Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- _____, 2007.**Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. Ninth Edition, Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- _____, 2005. **Manajamen Pemasaran**, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. **Prinsip-prinsip Pemasaran**,Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. **Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi**. Jakarta : Erlangga
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. **Perilaku Konsumen**. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, L G and Kanuk LL. (2006) **Consumer Behavior**. Sevent Edition,Prentice Hall International.
- Setiadi, Nugroho J., 2005. **Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**. Prenada Media, Jakarta.
- Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung Alfabeta
- _____, 2005.**Metodologi Penelitian Bisnis**. Alfabeta, Bandung.
- Suharno & Sutarso, Yudi. 2010. **Marketing In Prestice**. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy & Candra Gregorius .2005. **Service, Quality and Satisfaction**. Penerbit : ANDI, Yogyakarta

Jurnal :

Azwita Arifuddin. 2012. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Membeli Komputer Di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonmi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin.** Universitas Hasanuddin

Pratiwi Syamsumarli. 2013. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Speddy Di Makassar.** Universitas Hasanuddin Makassar.

Drummond, Helga. 2003. **The Darker Side of Innovation.** *Journal of Information Technology*, Volume 18, Number 2.



Lampiran I
KUESIONER
ANALISIS FAKTOR-FAKTORYANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK
AQUA PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS
MEDAN AREA

Bagian I

Saya Esra 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 ” Analisis Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”. Besar harapan saya kiranya Bapak/Ibu bersedia mengisi kuisisioner 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 :

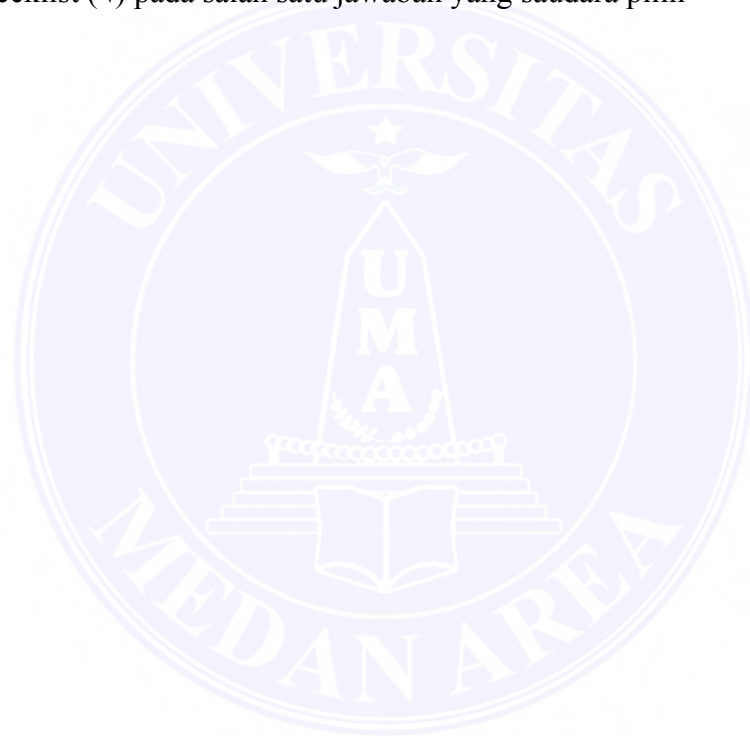
Bagian II

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



Kebudayaan (X1)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Dengan budaya hidup sehatlah yang mengharuskan saya mengkonsumsi aqua					
2.	Kelompok sosial pergaulan saya selalu meminum aqua setiap saat					
3.	Saya dan sahabat saya memilih aqua karena aman untuk di konsumsi					

Sosial (X2)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Semua kalangan dapat mengkonsumsi aqua sesuai kebutuhan					
2.	Saya dan keluarga saya percaya dengan aqua					
3.	Saya lebih memilih aqua karena sesuai dengan status sosial dalam pergaulan saya					

Pribadi (X3)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Aqua baik untuk di konsumsi di segala usia (anak-anak ataupun orang dewasa)					
2.	Kepraktisan aqua memudahkan saya untuk mengkonsumsi pada saat beraktivitas (kuliah, bekerja, dan di perjalanan)					
3.	Tuntutan gaya hidup saat ini mengharuskan saya untuk mengkonsumsi aqua					

Psikologi (X4)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Dengan pola hidup sehat mendorong saya untuk mengkonsumsi aqua					
2.	Kesegaran, kebersihan dan kejernihan produk aqua membuat saya ingin membeli dan mengkonsumsinya					
3.	Saya sangat yakin dengan aqua yang saya beli					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli dan mengkonsumsi aqua karena sehat untuk di konsumsi					
2.	Saya membeli aqua berdasarkan informasi yang saya dapatkan dari konsumen yang lain.					
3.	Setelah membeli aqua saya merekomendasikan kepada orang lain.					

Lampiran II

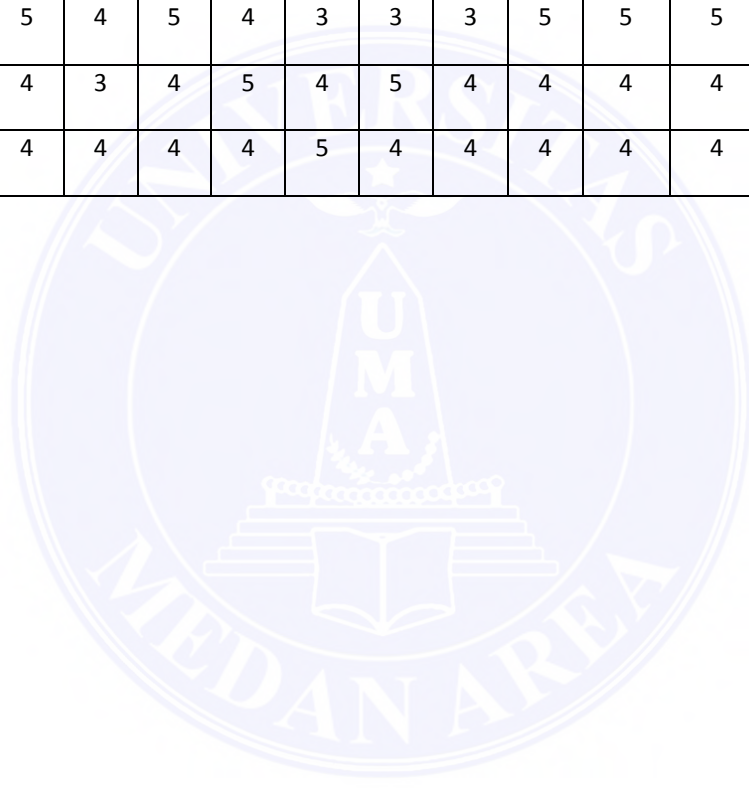
Hasil Jawaban Responden

Kebudayaan (X1)			Sosial (X2)			Pribadi (X3)			Pisikologi (X4)			Keputusan pembelian (Y)		
q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3
5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3
4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
3	4	4	5	5	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5
4	4	3	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5

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

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

4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4
5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	3	5	5	4	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4



LAMPIRAN III

Hasil Pengelolahan Data SPSS

1. Frekuensi Jawaban Responden

Kebudayaan (X1)

q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	6	6,7	6,7	6,7
4,00	46	51,1	51,1	57,8
5,00	38	42,2	42,2	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	17	18,9	18,9	18,9
4,00	48	53,3	53,3	72,2
5,00	25	27,8	27,8	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	2,2	2,2	2,2
3,00	9	10,0	10,0	12,2
4,00	48	53,3	53,3	65,6
5,00	31	34,4	34,4	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Sosial (X2)

q4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3,00	8	8,9	8,9	8,9
Valid 4,00	59	65,6	65,6	74,4
5,00	23	25,6	25,6	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	2	2,2	2,2	2,2
Valid 3,00	11	12,2	12,2	14,4
4,00	42	46,7	46,7	61,1
5,00	35	38,9	38,9	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	2	2,2	2,2	2,2
Valid 3,00	5	5,6	5,6	7,8
4,00	44	48,9	48,9	56,7
5,00	39	43,3	43,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Pribadi (X3)

q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	5	5,6	5,6	5,6
Valid 4,00	46	51,1	51,1	56,7
Valid 5,00	39	43,3	43,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	18	20,0	20,0	20,0
Valid 4,00	46	51,1	51,1	71,1
Valid 5,00	26	28,9	28,9	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	13	14,4	14,4	14,4
Valid 4,00	42	46,7	46,7	61,1
Valid 5,00	35	38,9	38,9	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Psikologi (X4)

q10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,1	1,1	1,1
Valid 3,00	16	17,8	17,8	18,9
Valid 4,00	57	63,3	63,3	82,2
Valid 5,00	16	17,8	17,8	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	10	11,1	11,1	11,1
4,00	58	64,4	64,4	75,6
5,00	22	24,4	24,4	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	2,2	2,2	2,2
3,00	5	5,6	5,6	7,8
4,00	44	48,9	48,9	56,7
5,00	39	43,3	43,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Keputusan pembelian (Y)

q13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	8	8,9	8,9	8,9
4,00	59	65,6	65,6	74,4
5,00	23	25,6	25,6	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	19	21,1	21,1	21,1
4,00	45	50,0	50,0	71,1
5,00	26	28,9	28,9	100,0
Total	90	100,0	100,0	

q15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	14	15,6	15,6	15,6
Valid 4,00	49	54,4	54,4	70,0
Valid 5,00	27	30,0	30,0	100,0
Total	90	100,0	100,0	

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Kebudayaan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,775	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	8,2667	1,352	,524	,789
q2	8,5333	,981	,673	,641
q3	8,5333	1,410	,691	,649

Sosial (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q3	7,9333	1,638	,852	,698
q4	8,0000	1,286	,671	,904
q5	8,0667	1,781	,727	,802

Pribadi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	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	8,1333	,981	,750	,641
q8	8,3333	1,524	,520	,862
q9	8,0667	1,352	,745	,662

Psikologi (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,740	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q10	8,0000	1,857	,414	,810
q11	8,5333	1,410	,572	,649
q12	8,2667	1,210	,740	,425

Keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q10	8,6667	1,095	,627	,887
q11	8,7333	1,067	,707	,804
q12	8,6000	1,114	,854	,684

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,838 ^a	,703	,689	,85604	,703	50,185	4	85	,000	2,070

a. Predictors: (Constant), psikologi, pribadi, kebudayaan, sosial

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	147,101	4	36,775	50,185	,000 ^b
	Residual	62,288	85	,733		
	Total	209,389	89			

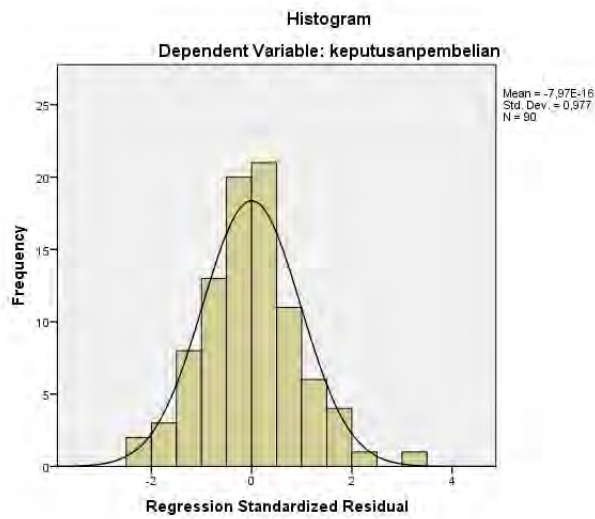
a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), psikologi, pribadi, kebudayaan, sosial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
	(Constant)	1,833	1,069		1,714	,090					
1	Kebudayaan	,229	,084	,234	2,731	,004	,684	,284	,162	,478	2,090
	Sosial	,521	,084	,563	6,238	,000	,742	,560	,369	,430	2,327
	Pribadi	,317	,080	,304	3,980	,000	,663	,396	,235	,601	1,665
	Psikologi	,241	,102	,187	2,365	,003	,409	,248	,140	,561	1,783

a. Dependent Variable: keputusan pembelian



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

