

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMAHAN GRIYA JAYA BERSAMA DI TANJUNG**

RAJA

Skripsi



NAMA : ARIDA SAHAROSA

NIM : 21 2012 121

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2016

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMAHAN GRIYA JAYA BERSAMA DI TANJUNG**

RAJA

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



NAMA : ARIDA SAHAROSA

NIM : 212012121

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arida Saharosa
Nim : 21 2012 121
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Bidang Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, 08 Maret 2016
Penulis,



Nama : Arida Saharosa
Nim : 21 2012 121

Universitas Muhammadiyah

Palembang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya bersama Di Tanjung Raja**

Nama : Arida Saharosa

NIM : 212012121

Fakultas : Ekonomi dan bisnis

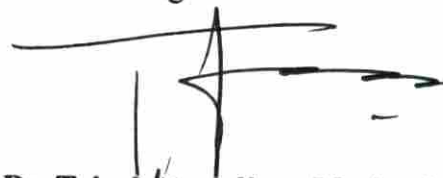
Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada tanggal 08 April 2016

Pembimbing



Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E., MM

NIDN/NBM: 0019026101

Mengetahui

Dekan

u.b. Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN/NBM :0216057001/673839

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- *Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah (HR. Turmudzi)*

- *Neraka ditirai dengan segala macam keinginan dan syurga ditirai dengan segala perkara yang dibenci (H.R Abu Hurairah r.a)*

Ku persembahkan kepada :

- **Bapakku Abu Yazid dan Ibuku Sundari yang kusayangi**
- **Saudaraku Arisa Saharosa dan Dampito Saharosa yang kusayangi**
- **Sahabat dan teman-teman**
- **Dan almamaterku**



PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur peneliti haturkan khadirat Allah SWT atas nikmat dan rahmat-Nya hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

Peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, dikarenakan terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis, oleh karena itu peneliti sangat menghargai kritik dan saran yang diberikan oleh semua pihak kepada peneliti.

Ucapan terimakasih kepada yang selalu kubanggakan kedua orangtuaku Abu Yazid dan Sundari yang telah memberikan cinta dan kasih sayang yang tulus kepadaku dan selalu memberikan dukungan secara moril dan materil hingga sampai detik ini, Saudaraku yang telah memotivasi dan mendukung peneliti.

Selain itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

1. Bapak Abid Djazuli,S.E.,M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf rektornya.
2. Ibu Dr.Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E, MM selaku pembimbing skripsi.
3. Bapak Drs.Fauzi Ridwan.MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Mafthuhah Nurrahmi,S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Kepada Kedua orang tua saya Abu Yazid dan Sundari yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada peneliti selama menjalankan kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Saudaraku Arisa Saharosa,S.E dan Dampito Saharosa yang selalu memberi semangat yang tiada henti.
8. Sahabat-sahabatku Rizki Dewi, S.E, Vera Resti Enjelia, S.E, Ninik Puspita Sari, Jusi Haliya, Wilda Citra Dwipa.
9. Teman-teman KKN posko 114 Andeasmana Syafitri, Dwi Aris Tantia, Nani Sumarni, Agung Gumilang, Sutriyadi, Aldilah Nikmatul.A, Toto Alif.
10. Pimpinan beserta staf bagian akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Semoga Allah SWT. Membalas budi baik kalian, akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal ibadah yang dilakukan diberikan balasan oleh Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarokatuh.

Palembang
Peneliti, 08 April 2016



Arida Saharosa

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKARTA	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Sebelumnya	8
B. Landasan teori	9
1. Perilaku Konsumen	9
2. Faktor Pribadi	11
3. Keputusan Pembelian	12
C. Hipotesis.....	19

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	20
B. Tempat Penelitian.....	21
C. Operasional Variabel.....	22
D. Populasi dan Sampel	23
E. Data yang di Perlukan	24
F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	33
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
2. Karakteristik Data Hasil Penelitian.....	34
3. Analisis Data	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian	47
1. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	47
2. Hasil Pengujian Hipotesis	48
a. Hasil Pengujian Hipotesis F(Uji simultan).....	48
b. Hasil pengujin Hipotesis t (Uji Parsial).....	49

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	56
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA	59
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Daftar Untuk Mengetahui Pembelian	5
Tabel II.1 Model Perilaku Konsumen	10
Tabel II.2 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	13
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	22
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	37
Tabel IV.3 Pendapatan yang Tinggi Dapat Mendorong Konsumen	37
Tabel IV.5 Tingkat Bunga yang Rendah dapat Mendorong Konsumen	39
Tabel VI. 6 Konsumen Memilih Perumahan Griya Jaya Bersama	40
Tabel IV.7 Konsumen Memiliki Minat Untuk Membeli	48
Tabel IV.8 Ada Rasa Kebanggaan Setelah Membeli Rumah	41
Tabel IV.9 Desain Perumahan Griya Jaya Bersama Menarik	42
Tabel IV.10 Penyaluran Perumahan Griya Jaya Bersama Mudah di dapat	43
Tabel IV.11 Jumlah Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama	44
Tabel IV.12 Waktu Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama.....	44
Tabel IV.14 Pembayaran Secara Kredit dapat Mempermudah Konsumen.....	45
Tabel IV.15 Rangkuman Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian	46
Tabel IV.16 Tabel Rangkuman Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian	47
Tabel IV.17 Model Persamaan Regresi Linier Berganda	48
Tabel IV.18 Analisis Uji F	50
Tabel IV.19 Analisis Uji t	51
Tabel IV.20 Data Primer yang Dikoefisien Determinasi	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : hasil pengelolaan data SPSS dari data kuesioner
- Lampiran 2 : surat keterangan penelitian
- Lampiran 3 : daftar pertanyaan kuesioner
- Lampiran 4 : jadwal penelitian
- Lampiran 5 : aktivitas bimbingan skripsi
- Lampiran 6 : sertifikat hapalan surat-surat pendek Al-Quran
- Lampiran 7 : sertifikat toefl
- Lampiran 8 : sertifikat KKN
- Lampiran 9 : biodata peneliti

ABSTRAK

Arida Saharosa/212012121/2015/Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja /Manajemen Pemasaran. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (a) Adakah pengaruh yang signifikan antara Faktor Pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja, (b) Adakah pengaruh yang signifikan antara faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja, (c) Variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja. Tujuan penelitian ini adalah (a) untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara faktor pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja, (b) untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja, (c) untuk mengetahui variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya bersama di Tanjung Raja. Penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Jl. Sultan Mahmud BD II Kel. Tanjung Raja Timur Kec. Tanjung Raja Kab. Ogan Ilir Prov. Sumatera Selatan. Dengan sampel 80 orang dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Metode analisis yang digunakan kualitatif dan kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linear berganda yaitu : $Y=1.542+0.213X_1+ 0.219X_2$. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa $F_{hitung} (10.056) > F_{tabel} (3.100)$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara Faktor Keadaan Ekonomi (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Faktor Pribadi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Arida Saharosa /212012121/The Influence of Personal Factors on Purchasing Decision of Griya Jaya Bersama Residence Tanjung Raja/Marketing Management

The problems of this study were whether or not there was a significant influence of personal factor on purchasing decision of Griya Jaya Bersama Residence Tanjung Raja Simultaneously, whether or not there was a significant influence of personal factor on purchasing decision of Griya Jaya Bersama Residence Tanjung Raja partially, which variable gave dominant influence on purchasing decision of Griya Jaya Bersama Residence Tanjung Raja. The objectives of this study were to find out; the significant influence of personal factor on purchasing decision of Griya Jaya Bersama Residence Tanjung Raja simultaneously, the significant influence of personal factor on purchasing decision of Griya Jaya Bersama Residence Tanjung Raja partially, variable gave dominant influence on purchasing decision of Griya Jaya Bersama residence Tanjung Raja. This study was associative research. It was conducted at Jl.Sultan Mahmud BD II Kel. Tanjung Raja Timur Kec. Tanjung Raja Kab. Ogan Ilir South Sumatera. Eighty people were taken as the sample by using purposive sampling technique. The technique for collecting the data was questionnaire. The analysis methods used in this study were qualitative and quantitative research by using multiple regression analysis. The result of this study found that $Y=1.542+0.213X_1+0.219X_2$. The test of hypothesis found that $F_{obtained} (10.056) > F_{table} (3.100)$. it means that H_0 was rejected and H_a was accepted. It showed that there was a significant influence of economic factor (X_1) and life-style (X_2) on the purchasing decision(Y).

Key Words : Personal Factors, and Purchasing Decision.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Tiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga. Sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung. Kini sebuah rumah tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus dan kokoh, dan lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak.

Namun untuk beberapa negara yang tingkat kepadatan penduduknya tinggi dan persebarannya tidak merata seperti Indonesia, masalah tempat tinggal masih menjadi polemik. Masih banyak penduduk Indonesia, baik di desa maupun di kota, yang hidup di tempat yang kurang sehat bahkan bisa dikatakan kurang layak untuk ditinggali. Permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh penduduk yang tinggal di daerah pedesaan pada umumnya adalah lemahnya kemampuan ekonomi serta kurangnya pendidikan dan pengetahuan tentang bagaimana membangun rumah yang sehat dan layak. Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh penduduk di perkotaan adalah

kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan, ditambah lagi dengan permasalahan seperti lemahnya tingkat ekonomi penduduk kota yang berpengaruh pada kemampuan untuk memiliki rumah.

Di awal kehidupan manusia yang masih sangat sederhana, rumah hanya sebagai tempat berteduh dan berlindung dari cuaca dan gangguan alam. Kemajuan zaman serta pertumbuhan populasi manusia membuat rumah tidak lagi sebagai pemenuh kebutuhan sekunder, tersier serta sebagai symbol eksistensi diri penghuninya, melainkan rumah telah mampu memberikan ketenangan, kesenangan bahkan kenangan akan segala peristiwa hidupnya. Setelah manusia terpenuhi kebutuhan jasmaniahnya yaitu sandang, pangan, dan kesehatan, maka kebutuhan akan rumah merupakan salah satu motivasi untuk mengembangkan kehidupan yang lebih tinggi. Dewasa ini, banyak produk yang ditawarkan dengan berbagai paket ataupun fasilitas yang menggiurkan dari pengembang. Aneka desainpun tidak kalah penting yang dapat menjadi nilai tambah penawaran pengembangan untuk membedakan produk yang satu dengan yang lain. Mulai dari desain arsitektur tropis yang tampil dengan elemen detailnya yang unik hingga arsitektur minimalis yang tampil sederhana apa adanya namun tampak elegan, pembeli seakan-akan menjadi terbius hanya membandingkan soal selera, desain, harga, dan system pembayaran dalam proses pengambilan keputusan.

Dengan adanya rumah walaupun kecil secara hakiki manusia telah menguasai ruang yang benar-benar yang dapat diatur sesuka hatinya. Rumah

merupakan sarana yang sangat penting dalam kehidupan. Sebelum membeli rumah, ada beberapa hal yang harus dicermati, antara lain lokasi, transportasi, fasilitas umum dan lingkungan, jarak antar bangunan, jalan serta luas bangunan, kondisi udara, air, dan tanah. Dengan meningkatnya permintaan konsumen akan rumah, sementara lahan untuk rumah menyempit, maka dengan status sosial tinggi dan pendapatan yang tinggi sehingga konsumen akan cenderung akan memiliki lokasi, fasilitas, material bangunan yang bagus.

Apabila mengamati kebiasaan konsumen sebelum pembelian rumah terlebih dahulu membandingkan antara rumah yang satu dengan yang lainnya agar kebutuhan dan keinginannya terpuaskan. Dalam hal ini Perusahaan tidak hanya sebatas memproduksi saja, akan tetapi berusaha menarik konsumen dan mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Karena banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang perumahan, maka perusahaan harus berhati-hati dalam memahami sikap konsumen, jangan sampai terdengar berbagai macam keluhan yang dapat merugikan perusahaan

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh status social, pekerjaan, penghasilan, pendidikan, pribadi, dan psikologis.

Faktor kepribadian yang berbeda akan mempengaruhi perilaku konsumen, memberikan tipe kepribadian yang dapat diklasifikasikan dan korelasi yang kuat terdapat anantara jenis kepribadian tertentu pilihan produk. Faktor pribadi

didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

Keadaan ekonomi juga mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

Dijaman sekarang ini gaya hidup sebagai perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Menurut Kotler (2009:172) gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi seseorang secara utuh dengan lingkungannya.

Dalam hal ini Perusahaan tidak hanya sebatas memproduksi saja, akan tetapi berusaha menarik konsumen dan mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Karena banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang perumahan, maka perusahaan harus berhati-hati dalam memahami sikap konsumen, jangan sampai terdengar berbagai macam keluhan yang dapat merugikan perusahaan. Untuk mengetahui apakah produk perusahaan telah memenuhi harapan konsumen, maka pengembang perlu mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut perumahan tersebut. Berikut ini adalah daftar keluhan konsumen perumahan secara umum.

Tabel I.1

**Daftar Untuk Mengetahui Keputusan Pembelian Perumahan Griya
Jaya Bersama di Tanjung Raja**

Keluhan-Keluhan Konsumen Perumahan	Konsumen
Lokasi yang jauh dari pusat kota	30
Kurang tersedianya fasilitas umum seperti pasar, sekolah, tempat ibadah	25
Lingkungan yang tidak aman dan tidak adanya petugas keamanan (satpam)	20
Lokasi yang jauh dari transportasi umum	15
Harga perumahan secara kredit relatif mahal	10
Jumlah	100

Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini berjudul **Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama Di Tanjung Raja.**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh antara Faktor Pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama Di Tanjung Raja?
2. Adakah pengaruh antara faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja?
3. Variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh antara Faktor Pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama Di Tanjung Raja
2. Untuk Mengetahui pengaruh antara faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja
3. Untuk mengetahui variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk mengaflikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Palembang dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan sistematis khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Memberi kontribusi dan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya, Khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada para produsen dalam penjualan Perumahan Griya Jaya Bersama agar lebih memperhatikan kebutuhan konsumen sehingga dapat mempertahankan konsumen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sejenis dilakukan oleh Agustinus Primananda (2010) jurnal yang berjudul Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah. Rumusan masalah adalah bagaimana pengaruh harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan terhadap preferensi atau pilihan pada perumahan Bukit Semarang Baru. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 16.0. Variabel/ indikator Faktor Pribadi (X), Keputusan Pembelian (Y). Dengan populasi masyarakat Semarang yang menghuni rumah di perumahan Bukit Semarang Baru dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga, lokasi, bangunan dan lingkungan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Penelitian sejenis dilakukan oleh Sari Listyorini (2011) jurnal yang berjudul Analisis faktor-faktor gaya hidup dan pengaruhnya terhadap pembelian Rumah Sehat Sederhana (Studi pada pelanggan perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). Rumusan masalahnya adalah apakah faktor gaya hidup dengan pendekatan aktivitas, minat, opini memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah Sehat Sederhana. Alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor dan regresi linier berganda. Variabel/ indikator Gaya Hidup (X) keputusan Pembelian (Y). Populasinya

adalah penghuni rumah sehat sederhana dengan jumlah sampel 90 responden. Hasil penelitian ini adalah analisis regresi menunjukkan dua faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu faktor sosial.

Penelitian sejenis dilakukan oleh Brian Bayu Setiawan (2013) jurnal yang berjudul Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah (studi kasus konsumen perumahan Graha Pesona Jatisari Mijen Semarang PT. Pesona Graha Hexa Mandiri). Rumusan masalah adakah pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian perumahan Puri Dinar Mas. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Variabel/ indikator Perilaku Konsumen (X) Keputusan Pembelian (Y). Populasinya adalah konsumen perumahan Graha Pesona Jatisari Mijen Semarang dengan sampel sebanyak 44 responden. Hasil analisis regresi linier berganda ditemukan bahwa faktor pembelian dipengaruhi oleh pendapat regresicoefficiented 0448 dan secara signifikan mempengaruhi nilai probabilitas 0,002.

B. Landasan Teori

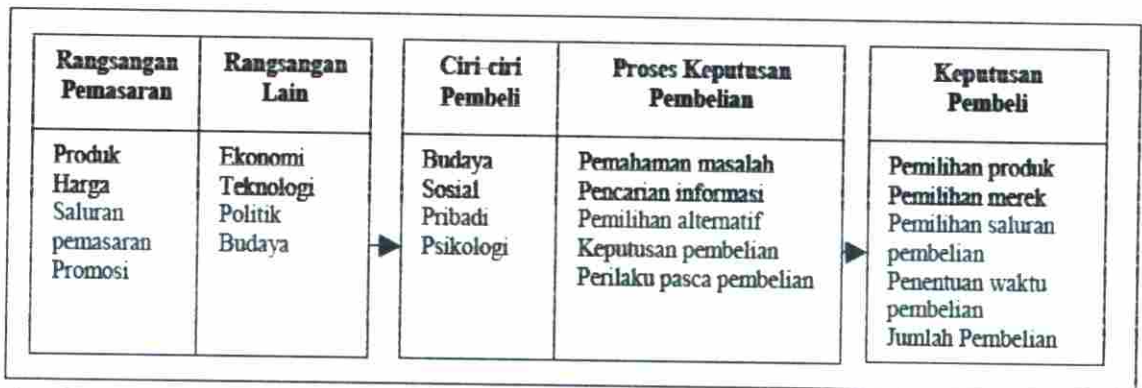
1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2008:214) Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Gambar II.1

Model Perilaku Konsumen



Sumber : Kotler (2008)

1) Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2008:25) terdiri dari:

- (1) Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, subbudaya, kelas sosial,
- (2) Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.

- (3) Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- (4) Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

2. Faktor Pribadi

Menurut Kotler (2005:232) faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

Menurut Kotler (2009:172) Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup dan nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara seksama.

a) Usia dan tahap siklus hidup produk

Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. Selera makanan, pakaian, perabot pasti mengalami perubahan sepanjang hidupnya. Konsumsi

juga dibentuk oleh siklus hidup dan keluarga, usia serta jenis kelamin dalam rumah tangga pada saat waktu tertentu.

b) Keadaan Ekonomi

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Pekerja keras cenderung membeli pakaian kerja yang kuat, sementara eksekutif membeli pakaian bisnis.

c) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembelinya. Kepribadian adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respon yang relatif konsisten. Sedangkan konsep diri merupakan cara konsumen memandang diri sendiri

d) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi seseorang secara utuh dengan lingkungannya.

3. Keputusan Pembelian

a. Definisi Proses Pengambilan Keputusan Membeli

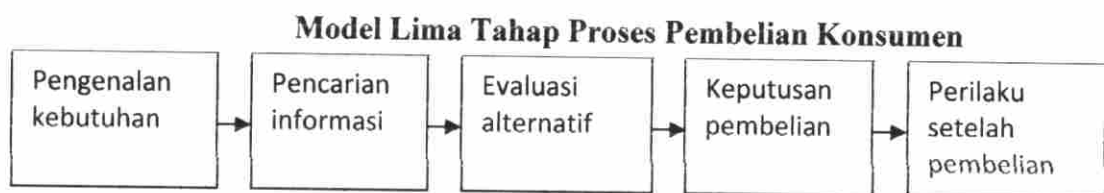
Menurut Kotler dan Amstrong (2006:181) keputusan pembelian adalah tahap dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

b. Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2009:185) bahwa ada lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar II.2



Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen
Sumber: Kotler dan Keller (2009:185)

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu kebutuhan normal seseorang rasa lapar, haus naik ketingkat maksimum dan menjadi dorongan atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal.

2) Pencarian Informasi

Ternyata konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Keadaan pencarian yang lebih rendah disebut

perhatian tajam, pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif: mencari bahan bacaan, menelpon teman, melakukan kegiatan *online*, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut. Sumber informasi terdiri dari empat kelompok:

- a. Pribadi: Keluarga, teman, tetangga, rekan.
- b. Komersial: iklan, situs web, Wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan.
- c. Publik: Media massa, organisasi pemeringkat konsumen.
- d. Eksperimental: Penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

3) Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep yang akan membantu dalam memahami proses evaluasi:

- (1) konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
- (2) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
- (3) konsumen melihat masing-masing produk sebagai kelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini. Konsumen akan memberikan perhatian

terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan.

4) Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima subkeputusan: merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Karena itu tugas pemasar tidak berakhir dengan pembelian. Beberapa perilaku setelah pembelian, antara lain :

(1) Kepuasan Pasca Pembelian

Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan konsumen kecewa. Jika memenuhi harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas. Peran ini menentukan apakah pelanggan membeli produk kembali dan membicarakan hal-hal menyenangkan

atau tidak menyenangkan tentang produk itu kepada orang lain.

(2) Tindakan Pasca Pembelian

Jika konsumen puas, ia mungkin ingin membeli produk itu kemali. Di pihak lain, konsumen yang kecewa mungkin mengabaikan atau mengembalikan produk. Konsumen mungkin mencari informasi yang memastikan nilai produk yang tinggi.

(3) Penggunaan dan Penyingkiran Pasca Pembelian

Pemasar juga harus mengamati bagaimana pembeli menggunakan dan menyingkirkan produk.

c. Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan

Keputusan Membeli

Menurut Kotler (2007:223) keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah dari keputusan yang terorganisir. Setiap keputusan pembelian mempunyai struktur sebanyak tujuh komponen. Komponen-komponen tersebut antara lain :

a) Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian suatu produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.

Dalam hal ini, perusahaan harus memusatkan perhatiannya

kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.

b) Pemilihan Merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen harus memilih sebuah merek dalam melakukan pembeliannya, merek yang sudah dikenal memiliki nama akan memudahkan konsumen dalam mengambil keputusannya.

c) Pilihan Penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk yang akan dibeli. Dalam hal ini produsen, pedagang besar, dan pengecer harus mengetahui bagaimana konsumen menyukai barang tersebut.

d) Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Dalam hal ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

e) Waktu Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan kapan ia harus melakukan pembelian, masalah tersebut menyangkut tersedianya uang untuk membeli produk. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengukur waktu produksi dan kegiatan pemasaran.

f) Metode Pembayaran

Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli, secara tunai atau kredit. Keputusan tersebut akan mempengaruhi keputusan tentang penjual dan jumlah pembelinya. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui keinginan pembeli terhadap cara pembayarannya.

4. Hipotesis

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis untuk tujuan penelitian yaitu :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama Di Tanjung Raja.
2. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Faktor Pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama Di Tanjung Raja.
3. Terdapat variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

BAB III

METODE PENELITIAN

5. Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:11) penelitian berdasarkan tingkat eksplanasinya (tingkat kejelasan) dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Penelitian Diskriptif

Penelitian diskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

2. Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan variabel mandiri tetapi untuk sample yang lebih dari satu, atau dalam waktu yang berbeda.

3. Penelitian Asosiatif

Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan

dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Berdasarkan uraian diatas maka jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kantor pemasaran perumahan Griya Jaya Bersama di Jl. Sultan Mahmud BD II Kel. Tanjung Raja Timur Kec. Tanjung RajaKab. Ogan Ilir. Prov. Sumatera Selatan.

C. Operasionalisasi Variabel

Tabel III.1

Operasionalisasi Variabel Faktor Pribadi dan Keputusan Pembelian

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan Kuesioner
Faktor Pribadi (X)	Keadaan Ekonomi (X1)	Keadaan Ekonomi sangat mempengaruhi pembelian perumahan Griya Jaya Bersama.	• Pendapatan Individu	1
			• Tabungan	2
			• Tingkat Bunga	3
	Gaya Hidup (X2)	Pola hidup konsumen yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat tentang pembelian perumahan Griya Jaya Bersama.	• Sikap pada reputasi	4
			• Minat memiliki rumah	5
			• Nilai Kebanggaan	6
Keputusan Pembelian (Y)		Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan konsumen yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan perumahan Griya Jaya Bersama dan mempergunakan perumahan yang ditawarkan	<ul style="list-style-type: none"> • Pilihan Produk • Pilihan Saluran • Jumlah Pembelian • Waktu Pembelian • Metode Pembayaran 	7 8 9 10 11

Sumber : Penelitian berdasarkan berbagai teori

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi bersifat *finite* karena populasinya diketahui. Jumlah populasi dalam penelitian ini seanyak 40364 penduduk.

a. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel yang mewakili konsumen yang ingin membeli perumahan Griya Jaya Bersama. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak ≥ 30 responden *acidental*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangannya hanya konsumen yang ingin membeli Perumahan Griya Jaya Bersama.

Jadi jumlah sampel yang akan diambil dari penelitian ini adalah sebanyak 80 responden. Dari 80 responden tersebut adalah konsumen yang ingin membeli rumah di Perumahan Griya Jaya

Bersama di Tanjung Raja. Untuk menentukan jumlah sampel secara propesional dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III.2
Jumlah sampel

No	Desa/kelurahan	Jumlah Penduduk	Perhitungan sampel	Sampel
1	Tanjung raja	5600	$5600/40364 \times 80$	11
2	Tanjung Raja Barat	4489	$4489/40364 \times 80$	9
3	Tanjung Raja Utara	3255	$3255/40364 \times 80$	6
4	TanjuTanjung Timur	2557	$2557/40364 \times 80$	5
5	Tanjung Raja Selatan	3290	$3290/40364 \times 80$	5
6	Belanti	1964	$1964/40364 \times 80$	4
7	Tanjung Temiang	2040	$2040/40364 \times 80$	4
8	Sridalam	1752	$1752/40364 \times 80$	4
9	Talang Balai Baru I	2116	$2116/40364 \times 80$	4
10	Talang Balai Bari II	1828	$1828/40364 \times 80$	3
11	Talang Balai lama	1584	$1584/40364 \times 80$	3
12	Tanjung Agas	1071	$1071/40364 \times 80$	2
13	Siring Alam	1011	$1011/40364 \times 80$	2
14	Suka Pindah	1082	$1082/40364 \times 80$	3
15	Ulak kerbau baru	1523	$1523/40364 \times 80$	3
16	Ulak Kerbau Lama	1838	$1838/40364 \times 80$	3
17	Kcrinjing	1187	$1187/40364 \times 80$	2
18	Skonjing	1720	$1720/40364 \times 80$	3
19	Tanjung Harapan	867	$867/40364 \times 80$	1
Jumlah		40364		77

Sumber : Hasil data Olah Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel dengan teknik ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

b. Data yang Diperlukan

Jenis dan Sumber Data merupakan komponen yang terpenting dalam penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat digolongkan menjadi dua kelompok (Husein Umar,2005:303), yaitu :

- 1) Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dan hasil .kuesioner yang disebarakan kepada responden
- 2) Data Sekunder, yaitu data yang telah ada dan tersusun secara sistematis serta merupakan hasil penelitian atau rangkuman dari dokumen-dokumen perusahaan secara literatur seperti: buku, majalah, surat kabar, makalah, dan situs web.

Data yang di perlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer berupa jawaban yang di berikan responden dari hasil wawancara secara langsung kepada konsumen Perumahan Griya Jaya Bersama.

c. Metode Pengumpulan Data

Menurut Husein Umar (2010:116-123) Teknik pengumpulan data terdiri dari :

- 1) Pengamatan (observasi) adalah metode pengumpulan data, peneliti menggunakan informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian.

- 2) Survei adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan instruktur untuk meminta tanggapan dan respon terhadap sampel.
- 3) Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara penelitian responden.
- 4) Kuisisioner adalah pertanyaan yang disusun dalam bentuk kalimat tanya.
- 5) Dokumen adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau perintah pada waktu lalu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan (kuisisioner) Daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

d. Analisis Data dan Teknik Analisis

1) Analisis Data

Analisis data menurut Soeratno dan Arsyad (2003:126) analisis data terdiri dari :

a) Analisis Kualitatif

Adalah analisis yang dilakukan jika data yang dikumpulkan sedikit, bersifat monografis atau berwujud kasus-kasus yang dikumpulkan tidak dapat disusun dalam suatu struktur klasifikasi.

b) Analisis Kuantitatif

Adalah analisis dilakukan jika data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan kedalam kategori.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dan kuantitatif yang dihitung dengan rumus statistik. Secara kualitatif digunakan skala likert dengan pilihan jawaban responden sebagai berikut :

Sangat Setuju = SS

Setuju = S

Netral = N

Tidak Setuju = TS

Sangat Tidak Setuju = STS

Kemudian dikuantitatifkan sebagai berikut :

Sangat Setuju = 5

Baik = 4

Netral = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

2) Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:459) teknik analisis terdiri dari :

a) Uji Istumen Data

Kuesioner yang telah disusun hendaknya dilanjutkan dengan melakukan uji kuesioner. Uji kuesioner secara kuantitatif dapat dilakukan melalui uji validitas dan uji reabilitas.

(1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrument dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat (Sugiyono, 2008 : 455). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , nilai r untuk $n=100$ dengan tariff signifikan 5% adalah 0,195.

Hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel} (0,195) = \text{valid}$

Hasil $r_{hitung} \leq r_{tabel} (0,195) = \text{tidak valid}$

Untuk menguji kevaliditasan dalam penelitian ini digunakan sebanyak 20 responden yang diambil dari sampel. Jika dari 20 responden menyatakan bahwa kuesioner yang dibagikan valid berarti kuesioner ini layak digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan sampel sebanyak 80 responden.

(2) Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2013:277), reabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dilakukan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan *Statistic Cronback Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $> (\alpha) 0,60$.

3) Teknik analisis

Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tannjung Raja adalah dengan analisis regresi linier berganda untuk meyakinkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, selanjutnya dilakukan uji hipotesis (uji t dan uji f) untuk mengetahui signifikansi dari variabel bebas terhadap variabel terikat serta membuat kesimpulan dan yang terakhir adalah menghitung koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik analisis data dalam penelitian ini dibantu oleh *statistical*

proctam for specials cience (SPSS versiv 21.00). Sebelum melakukan analisis, sesuai dengan syarat metode OLS (*ordinal least square*) maka terlebih dahulu harus melakukan uji validitas, uji reabilitas.

(1) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut sugiyono (2009:278), analisis regresi berganda adalah hubungan linier antara dua variabel atau lebih, variabel keadaam ekonomi (X1), variabel gaya hidup (X2) dan terhadap keputusan pembelian (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antra variabel berhubungan positif atau negatif. Persamaan regresi berganda sebagai berikut

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁b₂ = Koefisien Regresi

x₁ = Keadaan Ekonomi

x₂ = Gaya Hidup

e = gangguan (*error*)

(2) Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis bahwa faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

(a) Uji- F (uji simultan)

Digunakan untuk menguji variabel-variabel secara keseluruhan dengan cara sebagai berikut:

- Menentukan hipotesis

Ho: tidak ada pengaruh faktor pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

Ha: ada pengaruh faktor pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

- Menentukan nilai F tabel dengan tingkat keyakinan 95% tingkat kesalahan (α) 5% = 0,05 dari tingkat kebebasan (df) = $n-2$ dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya signifikan variabel X_1, X_2 dan Y

- Menarik kesimpulan

Ho diterima dan Ha ditolak apabila $f_{hitung} \leq f_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$

(b) Uji – t (uji parsial)

Uji t yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial (satu persatu) terhadap variabel terikat.

- Menentukan hipotesis

Ho : tidak ada pengaruh faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

Ha : ada pengaruh faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

- Menentukan nilai t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan(df)=
n-2
- Menggunakan teknik SPSS versi 21.00
- Menarik kesimpulan

Ho diterima dan Ha ditolak apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

(c) Analisis koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui uraian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi yaitu untuk mengetahui seberapa besar variable yang dapat diterangkan oleh variable X.

$$R = (r^2) \times 100\%$$

Dimana:

R = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perumahan Griya Jaya Bersama

CV. Pandawa Lima merupakan perusahaan properti yang berpengalaman dan terpercaya dibidang pembangunan perumahan. Perusahaan ini memiliki anak cabang perusahaan yang beralamat di Jl. Sultan Mahmud BD. II Kel. Tanjung Raja Timur Kec. Tanjung Raja Kab. Ogan Ilir Prov. Sumatera Selatan. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2007 yang dipimpin oleh Marianto beralamat di Jl. Gub. H. A. Bastari Perum OPI Blok A NO 12 RT/RW. 63/13 Palembang.

2. Gambaran Umum Produk

CV. Pandawa Lima merupakan perusahaan yang bergerak dibidang properti untuk perumahan. Perusahaan ini menjual produk berupa rumah tipe 36. Perumahan Griya Jaya Bersama mulai diangun pada tahun 2007 perusahaan ini telah membangun rumah sebanyak 60 unit di Jl. Sultan Mahmud BD. II Kel. Tanjung Raja Timur Kec. Tanjung Raja Kab. Ogan Ilir Prov. Sumatera Selatan. Rumah tipe 36 memiliki fasilitas dua unit kamar tidur, ruang tamu, kamar mandi, dan dapur.

3. Gambaran Umum Saluran Distribusi

Perusahaan menyediakan tempat pembelian rumah untuk memudahkan konsumen membeli rumah. Tempat pembelian rumah berada dilokasi perumahan yang dibangun. Perusahaan menyerahkan wewenang penjualan kepada anak caang CV. Pandawa Lima untuk melayani pembelian dengan waktu operasional yaitu pukul 10.00 wib sampai dengan 15.00 wib.

4. Gambaran Umum Promosi

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan tidak banyak hanya berupa brosur, spanduk, koran dan sedikit iklan yang dibuat melalui media elektronik. Perusahaan lebih mengandalkan karyawan marketingnya untuk mendapatkan konsumen yang ingin membeli rumah. Promosi melalui brosur biasanya disebarakan ke konsumen di sekitar perumahan. Promosi yang dilakukan melalui spanduk hanya sedikit. Perusahaan juga melakukan promosi melalui Koran apabila rumah yang dibangun berjumlah lebih dari 50 unit.

5. Karakteristik Data Hasil Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai hasil dari penelitian Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama. Didalam penelitian ini Penulis menyebarkan 80 Kuesioner Kepada konsumen yang ingin membeli Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

Untuk mendapatkan gambaran mengenai karakteristik konsumen yang ingin membeli perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja yang dipilih sebagai responden berikut diuraikan pengelompokan Respondon berdasarkan jenis kelamin responden, dan penghasilan per bulan

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	54	67,5%
Perempuan	26	32,5%
Total	80	100,0%

Sumber : Diolah Dari Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa dari 80 orang Responden menunjukkan yang ingin membeli perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja laki-laki dengan Persentase 67,5% dan Perempuan dengan Persentase 32,5% karena ternyata faktor pribadi terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja diminati oleh semua jenis kelamin Baik laki-laki maupun Perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Tabel IV.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Penghasilan per bulan	Jumlah	Persentase
Rp. 1.000.000,- - Rp. 2.000.000,-	11	13,8%
Valid Rp. 2.000.000,- - Rp. 3.000.000,-	18	22,5%
Lebih dari Rp. 3.000.000,-	51	63,8%
Total	80	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah 2016

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat dilihat bahwa pendapatan per bulan responden pada sampel yang terbanyak adalah antara pendapatan perbulan >Rp. 3.000.000,- sebesar 51 responden karena responden yang ingin membeli perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja termasuk responden yang ekonominya menengah keatas.

6. Analisis Variabel Penelitian

1. Jawaban Responden terhadap variabel Keadaan Ekonomi

a. Pendapatan

Tabel IV. 3

Pendapatan yang tinggi dapat mendorong konsumen untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	2	2,5%
TS	3	3,8%
Valid N	5	6,3%
S	20	25,0%
SS	50	62,5%
Total	80	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden menyatakan yang paling sedikit yaitu sangat tidak setuju dengan persentase (2.5%) menyatakan sangat tidak setuju karena pendapatan yang tinggi tidak dapat mendorong konsumen untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja yang paling banyak menyatakan yaitu sangat setuju 50 responden (62.5%) karena menurut mereka pendapatan yang tinggi dapat mendorong konsumen untuk membeli perumahan Griya Jaya.

b. Tabungan

Tabel IV. 4

Tabungan yang tinggi mempengaruhi konsumen dalam pembelian perumahan Griya Jaya Bersama

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	2	2,5%
TS	3	3,8%
Valid N	2	2,5%
S	27	33,8%
SS	46	57,5%
Total	80	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden menyatakan yang paling sedikit yaitu sangat tidak setuju dan netral dengan persentase (2.5%) menyatakan sangat tidak setuju karena tabungan yang tinggi tidak mempengaruhi konsumen dalam pembelian perumahan Griya Jaya Bersama yang paling banyak menyatakan yaitu sangat setuju 46 responden dengan persentase (57.5%) karena menurut mereka tabungan

yang tinggi dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian perumahan Griya Jaya Bersama.

c. Tingkat Bunga

Tabel IV. 5

Tingkat bunga yang rendah dapat mendorong konsumen untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Valid	STS	2	2,5%
	TS	1	1,3%
	N	6	7,5%
	S	18	22,5%
	SS	53	66,3%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden menyatakan yang paling sedikit menjawab yaitu tidak setuju dengan persentase (1.3%) karena mereka tidak setuju tingkat bunga yang rendah tidak dapat mendorong konsumen untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama dan Responden paling banyak menjawab 53 responden dengan persentase (66.3%) mereka sangat setuju tingkat bunga yang rendah dapat mendorong konsumen untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama.

2. Jawaban Responden terhadap variabel Gaya Hidup (X2)

a. Sikap dan Reputasi.

Tabel IV.6

Konsumen memilih perumahan Griya Jaya Bersama untuk menjaga sikap dan reputasinya

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Valid	STS	1	1,3%
	TS	3	3,8%
	N	5	6,3%
	S	22	27,5%
	SS	49	61,3%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden yang paling sedikit menjawab yaitu sangat tidak setuju dengan persentase (1.3%) mereka tidak setuju karena konsumen memilih perumahan Griya Jaya Bersama tidak untuk menjaga sikap dan reputasinya dan responden paling banyak menjawab yaitu sangat setuju 49 responden dengan persentase (61.3%) mereka sangat setuju karena konsumen memilih perumahan Griya Jaya Bersama untuk menjaga sikap dan Reputasinya.

b. Minat Memiliki Rumah

Tabel IV. 7

Konsumen memiliki minat untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Valid	TS	1	1,3%
	N	7	8,8%
	S	20	25,0%
	SS	52	65,0%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden yang paling sedikit menjawab yaitu tidak setuju dengan persentase (1.3%) mereka tidak setuju karena konsumen tidak memiliki minat untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama dan responden paling banyak menjawab yaitu sangat setuju dengan persentase (65.0%) mereka sangat setuju karena konsumen memiliki minat untuk membeli perumahan Griya Jaya Bersama.

c. Nilai Kebanggaan

Tabel IV. 8

Ada rasa kebanggaan setelah membeli perumahan Griya Jaya Bersama

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Valid	STS	1	1,3%
	TS	5	6,3%
	N	2	2,5%
	S	29	36,3%
	SS	43	53,8%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden yang paling sedikit menjawab yaitu sangat tidak setuju dengan persentase (1.3%) mereka tidak setuju karena konsumen tidak ada rasa kebanggaan setelah membeli perumahan Griya Jaya Bersama dan responden paling banyak menjawab yaitu sangat setuju dengan persentase (53.8%) mereka sangat setuju karena konsumen ada rasa kebanggaan setelah membeli perumahan Griya Jaya Bersama.

3. Jawaban responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)

a. Pilihan Produk

Tabel IV. 9

Desain Perumahan Griya Jaya Bersama Menarik

Keterangan		Jumlah	Persentase
Valid	N	6	7,5%
	S	25	31,3%
	SS	49	61,3%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden yang paling sedikit menjawab yaitu netral dengan persentase (7.5%) karena konsumen lebih memilih tidak menjawab pertanyaan yang diberikan dan responden paling banyak menjawab yaitu sangat setuju dengan persentase (61.3%) mereka sangat setuju karena desain perumahan Griya Jaya Bersama menarik.

b. Pilihan Saluran

Tabel IV. 10

Penyaluran perumahan Griya Jaya Bersama mudah didapat

Keterangan		Jumlah	Persentase
Valid	TS	3	3,8%
	N	7	8,8%
	S	32	40,0%
	SS	38	47,5%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden menyatakan yang paling sedikit yaitu tidak setuju dengan persentase (3.8%) menyatakan tidak setuju karena penyaluran perumahan Griya Jaya Bersama tidak mudah didapat yang

paling banyak menyatakan yaitu sangat setuju 38 responden (47.5%) karena menurut mereka penyaluran perumahan Griya Jaya Bersama mudah didapat.

c. Jumlah Pembelin

Tabel IV. 11

Jumlah pembelian perumahan Griya Jaya Bersama tidak terbatas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	1	1,3%
TS	1	1,3%
N	7	8,8%
S	23	28,8%
SS	48	60,0%
Total	80	100,0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden menyatakan yang paling sedikit yaitu sangat tidak setuju dan setuju dengan persentase (1.3%) menyatakan tidak setuju karena jumlah pembeliah perumahan Griya Jaya Bersama terbatas yang paling banyak menyatakan yaitu sangat setuju 48 responden (60.0%) karena menurut mereka pembelian perumahan Griya Jaya Bersama tidak terbatas.

d. Waktu Pembelian

Tabel IV. 12

Waktu pembelian perumahan Griya Jaya Bersama bisa dilakukan kapan saja

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Valid	N	6	7,5%
	S	31	38,8%
	SS	43	53,8%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden yang paling sedikit menjawab yaitu netral dengan persentase (7.5%) karena konsumen lebih memilih tidak menjawab pertanyaan yang diberikan dan responden paling banyak menjawab yaitu sangat setuju dengan persentase (58.8%) mereka sangat setuju waktu pembelian perumahan Griya Jaya Bersama bisa dilakukan kapan saja.

e. Metode Pembayaran

Tabel IV. 13

Pembayaran secara kredit dapat mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Valid	TS	2	2,5%
	N	8	10,0%
	S	35	43,8%
	SS	35	43,8%
	Total	80	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 80 responden menyatakan yang paling sedikit yaitu tidak setuju dengan

persentase (2.5%) menyatakan tidak setuju karena pembayaran secara kredit tidak dapat mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian yang paling banyak menyatakan yaitu setuju dan sangat setuju 35 responden dengan persentase (43.8%) karena menurut mereka Pembayaran secara kredit dapat mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian.

1. Analisis validitas dan reabilitas

a. uji validitas

Data yang diuji validitasnya adalah Keadaan Ekonomi (X1), Gaya Hidup (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). jika hasil uji tersebut di bandingkan dengan nilai R_{tabel} dengan taraf nyata (α) = 5% dan $n= 80$.

Menurut umar (2009), jika nilai *Corrected Item-Total Corrected Item-Total* $\geq r_{tabel}$, maka item-item yang dinyatakan valid, dan jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* $< r_{tabel}$, maka item-item dinyatakan tidak valid.

Hasil uji validitas butir instrumen variabel penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel IV.14

Rangkuman hasil uji validitas kuesioner penelitian

Variabel	No Butir	Rhitung	Rtabel	interpretasi
Keadaan Ekonomi	1	0,875	>0,195	Valid
	2	0,923	>0,195	Valid
	3	0,900	>0,195	Valid
Gaya Hidup	1	0,853	>0,195	Valid
	2	0,853	>0,195	Valid
	3	0,845	>0,195	Valid
Keputusan Pembelian	1	0,750	>0,195	Valid
	2	0,429	>0,195	Valid
	3	0,681	>0,195	Valid
	4	0,727	>0,195	Valid
	5	0,696	>0,195	Valid

Sumber: data primer yang telah diolah,2016

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, didapat bahwa nilai rhitung seluruh butir instrumen kuesioner untuk variabel keadaan ekonomi, gaya hidup dan keputusan pembelian lebih besar dari nilai rtabel. Dengan demikian menunjukkan bahwa, pada taraf kepercayaan 95% seluruh butir instrumen kuesioner dinyatakan valid dan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis selanjutnya.

b. Uji Reabilitas

uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *cronbach alpha*. Dari hasil uji validitas butir-butir soal yang valid kemudian dianalisis reabilitasnya dan berikut ini hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS.

Tabel IV.15

tabel rangkuman hasil uji reabilitas kuesioner penelitian

No	Variabel	No of item	Koefisien cronbach's alpha	Keterangan
1	Keadaan Ekonomi (X1)	3	0.880	Reliabel
2	Gaya Hidup (X2)	3	0.801	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	5	0.674	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Dari hasil uji reabilitas instrumen variabel Keadaan Ekonomi, variabel Gaya Hidup dan variabel Keputusan Pembelian seluruhnya menunjukkan nilai *reability coefficient Alpha Cronbach* lebih besar dari 0.6. artinya, instrumen kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur variabel dinyatakan memenuhi syarat dan dapat diandalkan.

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan prosedur dalam statistik yang sangat populer karena kemampuan prediksi yang tidak dimiliki oleh prosedur lain. Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas.

Penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan bertujuan untuk mengetahui pengaruh Faktor Pribadi terhadap keputusan pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja . Berikut hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS.

Tabel IV.16

Model Persamaan Regresi Linear Berganda

Sumber : Data Primer yang diolah 2016

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	9,885	1,542		6,411	,000		
Keadaan Ekonomi	,163	,213	,127	769	,444	,375	2,670
Gaya Hidup	,459	,219	,348	2,096	,039	,375	2,670

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data primer yang diolah,2016

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi pengaruh Keadaan Ekonomi (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) tersebut, maka estimasi model persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y=1.542+0.213X1+0.219X2$$

Keadaan Ekonomi (X1) dan Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) akan tetapi Gaya Hidup (X2) lebih berpengaruh Positif terhadap Keputusan pembelian (Y) dibandingkan Keadaan Ekonomi (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y).

2. Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk menjawab hipotesis yang penulis ajukan pada bab sebelumnya, yaitu ada pengaruh yang signifikan variabel Keadaan Ekonomi (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Keputusan Pembelian

(Y) Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja , baik secara simultan maupun secara parsial, maka dilakukan pengujian uji hipotesis f dan uji hipotesis t sebagai berikut :

a. Hasil Pengujian Hipotesis F (simultan)

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan software SPSS for Windows versi 16.00, diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.17

Analisis uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	151,497	2	75,749	10,056	,000 ^b
Residual	579,995	77	7,532		
Total	731,492	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keadaan Ekonomi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai f – hitung sebesar 10,056. sedangkan f-tabel dengan taraf nyata (α) = 5% dengan penyebut $(n-k-1) = (80-2-1) = 77$: dan pembilang $(k-2)$ adalah sebesar 3.97, Maka nilai f-hitung $(10,056) > f$ -tabel (3.97) nilai signifikan (sig F) yaitu sebesar (0.000) yang berarti $0,000 < \alpha$ 0.05 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh secara simultan antara Kualikeadaan Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

b. Hasil Pengujian Hipotesis t (Parsial)

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan software SPSS for Windows versi 16.00, diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.18

Analisis uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	9,885	1,542		6,411	,000		
Keadaan Ekonomi	,163	,213	,127	,769	,444	,375	2,670
Gaya Hidup	,459	,219	,348	2,096	,039	,375	2,670

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data primer yang diolah ,2016

- 1) Pengaruh Keadaan Ekonomi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan coefficients diatas dengan $\alpha=0.05$ dapat dilihat bahwa nilai thitung untuk variabel Keadaan Ekonomi(X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0.769 maka thitung (0.769) < ttabel (1.99006) berarti tidak ada pengaruh Keadaan Ekonomi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Kesimpulan variabel Keadaan Ekonomi tidak ada pengaruh terhadap Keputusan pembelian.

2) Pengaruh gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan coefficients diatas dengan $\alpha=0.05$ dapat dilihat bahwa nilai thitung untuk variabel Gaya Hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 2.096 maka thitung (2.096) > ttabel (1.99006) berarti ada pengaruh gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan variabel gaya Hidup ada pengaruh terhadap Keputusan pembelian.

c. Analisis koefisien (R square)

Tabel IV.19

Data primer yang dikoeffisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.455 ^a	.207	.187	2,74452	1,723

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keadaan Ekonomi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer yang diolah,2016

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dengan melalui program SPSS dapat di interprestasikan sebagai berikut:

- Angka R square (nilai koefisien determinasi R^2) sebesar 0.455 memberikan makna bahwa variabel Keadaan Ekonomi dan Gaya Hidup mampu menjelaskan perubahan terhadap variabel keputusan pembelian 19% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelum menghasilkan bahwa pengujian secara simultan dan Parsial pada selang kepercayaan sebesar 95% terhadap keputusan pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja berpengaruh Secara Signifikan.

- a) Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja harus menjadikan variabel gaya hidup sebagai acuan yang digunakan untuk membangun rumah dengan desain dan tipe yang lebih disukai konsumen sehingga dapat menunjang gaya hidup mereka. Bentuk gaya hidup dapat dilihat dari sikap dan reputasi konsumen itu sendiri sehingga konsumen akan merasa lebih diakui oleh orang-orang yang ada disekitar. Selain itu dengan membeli perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja konsumen memiliki kebanggaan tersendiri.
- b) Variabel selanjutnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja yaitu variabel keadaan ekonomi. Oleh karena itu perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja menjadikan variabel keadaan ekonomi seagai acuan yang digunakan untuk membangun perumahan dengan desain dan tipe rumah yang lebih diminati konsumen dan ssesuai dengan keadaan ekonomi mereka. Bentuk keadaan ekonomi dapat dilihat dari

pendapatan konsumen yang tinggi, tabungan yang tinggi, dan tingkat bunga yang rendah.

Bila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, maka perbandingannya dapat dilihat sebagai berikut:

Penelitian sejenis dilakukan oleh Agustinus Primananda (2010) jurnal yang berjudul Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah. Rumusan masalahnya adalah bagaimana pengaruh harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan terhadap preferensi atau pilihan pada perumahan Bukit Semarang Baru. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 16.0. Variabel/ indikator Faktor Pribadi (X), Keputusan Pembelian (Y). Dengan populasi masyarakat Semarang yang menghuni rumah di perumahan Bukit Semarang Baru dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga, lokasi, bangunan dan lingkungan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Penelitian sejenis dilakukan oleh Sari Listyorini (2011) jurnal yang berjudul Analisis faktor-faktor gaya hidup dan pengaruhnya terhadap pembelian Rumah Sehat Sederhana (Studi pada pelanggan perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). Rumusan masalahnya adalah apakah faktor gaya hidup dengan pendekatan aktivita, minat, opini memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah Sehat Sederhana. Alat analisis yang digunakan

adalah analisis faktor dan regresi linier berganda. Variabel/ indikator Gaya Hidup (X) keputusan Pembelian (Y). Populasinya adalah penghuni rumah sehat sederhana dengan jumlah sampel 90 responden. Hasil penelitian ini adalah analisis regresi menunjukkan dua faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu faktor sosial.

Penelitian sejenis dilakukan oleh Brian Bayu Setiawan (2013) jurnal yang berjudul Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah (studi kasus konsumen perumahan Graha Pesona Jatisari Mijen Semarang PT. Pesona Graha Hexa Mandiri). Rumusan masalah adakah pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian perumahan Puri Dinar Mas. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Variabel/ indikator Perilaku Konsumen (X) Keputusan Pembelian (Y). Populasinya adalah konsumen perumahan Graha Pesona Jatisari Mijen Semarang dengan sampel sebanyak 44 responden. Hasil analisis regresi linier berganda ditemukan bahwa faktor pembelian dipengaruhi oleh pendapat regresicoefficiented 0448 dan secara signifikan mempengaruhi nilai probabilitas 0,002.

Penelitian sekarang berjudul Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja. Adapun tujuan untuk mengetahui Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Variabel yang digunakan adalah

Faktor Pribadi (Keadaan Ekonomi X1 dan Gaya Hidup X2) dan Keputusan Pembelian. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden yang diambil dari konsumen yang ingin membeli perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.

Bila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, maka perbandingan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel IV.20
Perbandingan hasil bpenelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya

Keterangan	Abdul Ghoni (2011)	Primananda (2010)	Septaningsi Sumarni (2013)	Arida Saharosa (2016)
Judul	Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang).	Faktor Pribadi yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Rumah (studi kasus di perumahan bukit semarang baru, Semarang).	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Puri Dinar Mas.	Pengaruh Faktor pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya jaya Bersama di Tanjung Raja
Rumusan masalah	Adakah pengaruh faktor pribadi terhadap perilaku konsumen dalam pembelian rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo?	Adakah Faktor pribadi yang Mempengaruhi perilaku Konsumen Dalam Membeli Rumah (studi kasus di perumahan bukit semarang baru, Semarang)?	Adakah Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Puri Dinar Mas?	1) Adakah pengaruh antara faktor pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya jaya Bersama di Tanjung raja? 2) Adakah Pengaruh antara faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian perumahan Griya jaya bersama di tanjung Raja? 3) variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian perumahan Griya jaya Bersama di Tanjung Raja?
Alat analisis	Regresi linier berganda	Regresi linier berganda	Regresi linier berganda	Regresi linier berganda
Variabel / indikator	Faktor Pribadi (X) Perilaku Konsumen(Y)	Faktor Pribadi (X) Perilaku Konsumen (Y)	Perilaku Konsumen (X) Keputusan Pembelian(Y)	Faktor Pribadi (X) Keputusan Pembelian (y)
Hasil penelitian	Hasil analisis Regresi menunjukkan faktor yg berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen yaitu faktor pribadi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor priadi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen	Hasil hipotesis menggunakan uji t yaitu faktor internal, eksternal secara signifikan. Uji f menunjukkan $< 0,05$ dengan menggunakan variabel faktor internal, eksternal. Koefisien determinasi R 47%.	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama Di Tanjung Raja.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

- 1) Pengujian secara simultan pada selang kepercayaan sebesar 95% menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Keadaan Ekonomi dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya bersama di Tanjung Raja.
- 2) Pengujian secara parsial pada selang kepercayaan sebesar 95% menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya bersama di Tanjung Raja. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan Keadaan Ekonomi terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja.
- 3) Dari hasil analisis yang dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Griya Jaya bersama di Tanjung Raja yaitu, Gaya Hidup .

B. SARAN

Berdasarkan Analisis dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang mungkin berguna bagi kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang.

1. CV Pandawa Lima yang bergerak dibidang perumahan sebaiknya membangun tipe-tipe rumah yg desainnya lebih menarik, sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli perumahan di CV. Pandawa Lima karena dari penelitian ini membuktikan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup.
2. CV. Pandawa Lima tidak perlu menghawatirkan harga perumahan yang relatif tinggi, karena konsumen lebih mengutamakan gaya hidup untuk menunjang kelas sosial mereka.
3. Pada penelitian selanjutnya akan lebih baik jika menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga hasil yang diperoleh lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghoni, Abdul (2011) *Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)*.
- Engel, J. F, R. D. Blackwel and P.W. Miniard (1995). *Consumer Behaviour*. Eight Edition.
- Husein, Umar (2010) *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. Jakarta: PT Raja grafindo.
- Husein, Umar (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta.
- <http://kumpulan-artikel-ekonomi.blogspot.com/2009/09/perilaku-konsumen.html>
- <http://kumpulan-artikel-ekonomi.blogspot.com/2009/12/pengambilan-keputusan-konsumen.html>
- J. Supranto. 2011. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jilid 1 Edisi 7. Penerit: Erlangga Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2006. Diterjemahkan oleh Imam Nasution *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit: Erlangga Jakarta.
- Primananda (2010) *Faktor Pribadi yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Rumah (studi kasus di perumahan bukit semarang baru, Semarang)*.
- Septaningsi, Sumarni (2013) *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Puri Dinar Mas*.
- Soeratno dan Arsyat. 2003. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta
- Kotler, Philif dan Amstrong (2006). Diterjemahkan oleh Imam Nasution. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit : Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philif (2002) *Marketing Management*, Millenium Edition North Western University New Jersey, Prentice Hall Inc.

Daftar Pertanyaan

I. Data Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan

Alamat :

Pekerjaan :

Lokasi Tempat Bekerja :

Berapa penghasilan keluarga per bulan, berikan tanda (X) di bawah ini :

() Kurang dari Rp. 500.000,-

() Rp. 500.000,- - Rp. 1.000.000,-

() Rp. 1.000.000,- - Rp. 2.000.000,-

() Lebih dari Rp. 2.000.000,-

Nama/ Lokasi Perumahan :

II. Keadaan Ekonomi

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Tingkat pendapatan Pribadi yang tinggi dapat mempengaruhi daya beli konsumen dalam membeli perumahan Griya Jaya Bersama.					
2	Hasil tabungan yang tinggi dapat mendorong konsumen membeli perumahan Griya Jaya Bersama.					
3	Tingkat bunga yang tinggi dapat mendorong konsumen membeli perumahan Griya Jaya Bersama.					

III. Gaya Hidup

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
4	Konsumen Memilih Perumahan Griya Jaya Bersama untuk menjaga sikap pada reputasinya.					
5	Konsumen memilih Perumahan Griya Jaya Bersama karena adanya minat untuk memiliki perumahan Griya Jaya Bersama.					
6	Konsumen memilih Perumahan Griya Jaya Bersama karena adanya nilai kebanggaan tersendiri.					

IV. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
7	Konsumen memilih Perumahan Griya Jaya Bersama karena ada beberapa pilihan tipenya.					
8	Konsumen memilih Perumahan Griya Jaya Bersama karena penyalurnya dimana-mana.					
9	Konsumen memilih Perumahan Griya Jaya Bersama karena jumlah pembeliannya tidak terbatas					
10	Konsumen memilih Perumahan Griya Jaya Bersama karena waktu pembeliannya bisa dilakukan kapan saja.					
11	Konsumen memilih Perumahan Griya Jaya Bersama karena metode pembayaran bisa dilakukan secara tunai atau kredit.					

p1	p2	p3	p4	p5	p1	p2	p3	p4	p1	p2	p3	p4	p5	p6	x1	x2	y
4,407	3,650	2,333	2,322	3,648	1,000	2,068	2,832	3,514	3,725	2,769	2,976	1,000	1,849	2,545	16,359	9,415	14,864
3,366	3,650	2,333	2,322	3,648	2,602	3,125	3,880	3,514	3,725	3,807	2,976	3,136	3,513	3,493	15,319	13,121	20,650
4,407	3,650	3,433	3,523	3,648	3,307	5,439	3,880	3,514	3,725	3,807	4,116	4,363	2,572	2,545	18,660	16,141	21,128
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	4,363	5,439	3,880	3,514	3,725	4,999	4,116	2,076	2,572	2,545	17,620	17,196	20,034
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	3,307	4,224	3,880	3,514	5,203	3,807	4,116	3,136	3,513	3,493	15,456	14,925	23,268
3,366	3,650	3,433	2,322	2,438	2,602	4,224	2,018	2,366	3,725	2,769	1,000	2,076	2,572	3,493	15,209	11,210	15,636
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	1,000	4,224	3,880	3,514	2,330	2,769	4,116	3,136	4,726	4,627	17,620	12,618	21,704
3,366	5,322	3,433	3,523	3,648	3,307	3,125	2,832	3,514	3,725	2,769	2,976	1,000	1,849	1,000	19,291	12,778	13,319
2,302	3,650	2,333	2,322	2,438	2,602	3,125	3,880	3,514	5,203	2,769	4,116	2,076	2,572	3,493	13,045	13,121	20,230
2,302	1,715	2,333	2,322	2,438	1,000	3,125	2,832	3,514	3,725	2,769	2,976	1,000	3,513	3,493	11,111	10,471	17,476
4,407	3,650	4,486	3,523	3,648	4,363	4,224	3,880	3,514	3,725	2,769	2,976	3,136	4,726	3,493	19,713	15,981	20,825
2,302	3,650	2,333	1,000	1,000	3,307	3,125	2,832	2,366	3,725	2,769	2,976	3,136	4,726	4,627	10,286	11,630	21,959
2,302	2,371	2,333	3,523	3,648	1,964	3,125	2,832	3,514	2,330	1,828	4,116	2,076	2,572	1,000	14,177	11,435	13,922
4,407	3,650	4,486	3,523	3,648	2,602	4,224	3,880	3,514	2,330	3,807	5,439	3,136	3,513	2,545	19,713	14,220	20,770
3,366	3,650	3,433	4,885	5,040	3,307	3,125	2,832	3,514	3,725	2,769	4,116	2,076	1,849	1,746	20,374	12,778	16,282
3,366	2,371	3,433	3,523	3,648	1,964	3,125	2,832	3,514	2,330	2,769	4,116	2,076	1,000	1,000	16,341	11,435	13,291
4,407	3,650	4,486	2,322	2,438	3,307	3,125	2,832	3,514	3,725	3,807	4,116	4,363	3,513	3,493	17,302	12,778	23,017
4,407	3,650	4,486	3,523	3,648	1,000	2,068	2,832	3,514	3,725	4,999	5,439	3,136	3,513	4,627	19,713	9,415	25,439
4,407	5,322	4,486	3,523	3,648	1,000	3,125	2,832	3,514	3,725	3,807	2,976	3,136	3,513	2,545	21,384	10,471	19,702
2,302	2,371	2,333	3,523	3,648	1,000	2,068	2,832	3,514	2,330	1,828	2,976	3,136	3,513	4,627	14,177	9,415	18,409
2,302	3,650	2,333	2,322	2,438	1,964	3,125	2,018	2,366	3,725	3,807	2,976	2,076	2,572	3,493	13,045	9,473	18,650
2,302	3,650	2,333	4,885	5,040	3,307	3,125	3,880	3,514	2,330	3,807	4,116	4,363	3,513	3,493	18,210	13,826	21,621
4,407	3,650	4,486	3,523	3,648	1,964	4,224	2,018	3,514	2,330	2,769	4,116	3,136	2,572	3,493	19,713	11,720	18,416
2,302	3,650	2,333	2,322	2,438	1,964	3,125	3,880	3,514	3,725	3,807	5,439	3,136	4,726	4,627	13,045	12,483	25,461
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	3,307	3,125	2,832	3,514	3,725	3,807	4,116	3,136	3,513	3,493	15,456	12,778	21,790
2,302	3,650	2,333	2,322	2,438	3,307	3,125	2,832	2,366	5,203	3,807	4,116	3,136	4,726	4,627	13,045	11,630	25,615
2,302	5,322	2,333	2,322	2,438	1,964	3,125	1,000	2,366	3,725	2,769	2,976	3,136	2,572	3,493	14,717	8,455	18,671
2,302	2,371	2,333	3,523	3,648	1,964	1,000	1,000	3,514	3,725	3,807	5,439	3,136	3,513	4,627	14,177	7,478	24,247
4,407	3,650	4,486	4,885	5,040	1,964	3,125	2,018	3,514	3,725	2,769	1,984	1,000	1,849	1,746	22,467	10,621	13,073
4,407	3,650	4,486	4,885	5,040	1,964	4,224	3,880	3,514	2,330	1,828	1,984	3,136	3,513	3,493	22,467	13,582	16,283
3,366	2,371	3,433	2,322	2,438	1,964	3,125	3,880	3,514	3,725	2,769	2,976	1,000	1,849	2,545	13,930	12,483	14,864
3,366	3,650	3,433	2,322	2,438	1,000	3,125	1,000	3,514	3,725	3,807	4,116	2,076	2,572	3,493	15,209	8,639	19,790
4,407	3,650	4,486	3,523	3,648	1,964	2,068	2,018	2,366	3,725	3,807	4,116	2,076	2,572	2,545	19,713	8,416	18,842
1,000	1,715	1,000	2,322	2,438	1,000	2,068	2,832	3,514	3,725	2,769	4,116	3,136	2,572	3,493	8,475	9,415	19,811
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	2,602	2,068	3,880	2,366	3,725	2,769	1,984	2,076	2,572	3,493	15,456	10,917	16,620
2,302	3,650	2,333	2,322	2,438	3,307	5,439	3,880	3,514	5,203	3,807	2,976	1,000	2,572	2,545	13,045	16,141	18,104
3,366	2,371	3,433	4,885	5,040	3,307	3,125	3,880	4,982	5,203	3,807	2,976	3,136	4,726	3,493	19,095	15,294	23,341
3,366	3,650	3,433	2,322	2,438	1,964	4,224	2,018	4,982	3,725	2,769	1,984	1,000	3,513	3,493	15,209	13,188	16,484
4,407	3,650	4,486	2,322	2,438	3,307	3,125	2,018	4,982	5,203	2,769	4,116	1,000	3,513	3,493	17,302	13,432	20,094
2,302	3,650	2,333	1,000	1,606	1,964	4,224	2,018	4,982	3,725	2,769	5,439	3,136	2,572	4,627	10,892	13,188	22,269
4,407	3,650	4,486	4,885	5,040	2,602	4,224	5,338	4,982	3,725	2,769	2,976	3,136	2,572	2,545	22,467	17,146	17,724
3,366	1,715	3,433	3,523	3,648	1,964	4,224	2,832	4,982	3,725	3,807	2,976	2,076	1,000	1,746	15,685	14,002	15,331
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	1,000	2,068	2,018	3,514	3,725	3,807	2,976	2,076	4,726	4,627	15,456	8,601	21,938
2,302	3,650	2,333	1,522	1,606	3,307	3,125	3,880	2,366	3,725	2,769	4,116	4,363	2,572	2,545	11,413	12,678	20,090
1,000	2,371	1,000	3,523	3,648	2,602	2,068	2,018	3,514	3,725	4,999	2,976	3,136	1,849	1,746	11,542	10,202	18,431
3,366	1,000	3,433	2,322	2,438	1,000	4,224	2,832	4,982	3,725	4,999	2,976	3,136	4,726	2,545	12,559	13,038	22,107
3,366	2,371	3,433	4,885	5,040	1,964	3,125	2,018	3,514	3,725	4,999	2,976	3,136	4,726	2,545	19,095	10,621	22,107
2,302	5,322	2,333	3,523	3,648	3,307	4,224	3,880	3,514	2,330	2,769	2,976	2,076	3,513	3,493	17,128	14,925	17,157

2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	2,602	4,224	3,880	3,514	2,330	3,807	4,116	2,076	3,513	3,493	15,456	14,220	19,335
3,300	3,650	3,433	3,523	3,648	3,307	4,224	3,880	3,514	3,725	2,709	4,116	3,136	3,513	3,493	17,620	14,925	20,752
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	2,602	4,224	3,880	3,514	3,725	2,769	2,976	2,076	2,572	2,545	15,456	14,220	16,664
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	2,602	4,224	3,880	2,366	3,725	3,807	4,116	2,076	3,513	3,493	15,456	13,072	20,731
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	3,307	4,224	3,880	3,514	3,725	3,807	4,116	3,136	3,513	3,493	17,620	14,925	21,790
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	4,363	5,439	3,880	3,514	3,725	3,807	5,439	4,363	4,726	4,627	17,620	17,196	26,687
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	1,964	3,125	2,018	1,000	2,330	3,807	4,116	2,076	3,513	1,746	17,620	8,107	17,589
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	1,964	3,125	2,018	1,000	2,330	3,807	4,116	2,076	3,513	1,746	17,620	8,107	17,589
1,000	1,715	1,000	3,523	3,648	1,964	4,224	2,832	1,708	3,725	2,769	1,984	3,136	3,513	2,545	10,886	10,728	17,672
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	2,602	4,224	5,338	3,514	3,725	4,999	4,116	3,136	3,513	3,493	17,620	15,678	22,981
2,302	2,371	2,333	3,523	3,648	4,363	4,224	2,832	1,708	5,203	3,807	2,976	3,136	2,572	2,545	14,177	13,127	20,240
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	1,964	3,125	2,018	1,000	3,725	3,807	2,976	2,076	3,513	2,545	17,620	8,107	18,643
3,366	2,371	3,433	3,523	3,648	3,307	4,224	2,832	1,708	5,203	4,999	5,439	4,363	4,726	4,627	16,341	12,071	29,357
2,302	2,371	2,333	3,523	3,648	1,964	3,125	2,832	2,366	5,203	3,807	4,116	3,136	3,513	2,545	14,177	10,287	22,320
2,302	3,650	2,333	1,000	1,000	1,964	4,224	3,880	1,708	3,725	1,828	1,984	1,000	1,000	1,746	10,286	11,776	11,283
1,000	3,650	1,000	2,322	2,438	2,602	3,125	2,018	1,708	3,725	1,000	4,116	4,363	3,513	2,545	10,410	9,453	19,262
4,407	3,650	4,486	4,885	5,040	3,307	4,224	3,880	1,708	1,000	3,807	1,984	3,136	3,513	3,493	22,467	13,119	16,932
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	2,602	4,224	3,880	3,514	2,330	3,807	4,116	2,076	3,513	3,493	15,456	14,220	19,335
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	3,307	4,224	3,880	3,514	3,725	3,807	4,116	3,136	3,513	2,545	15,456	14,925	20,842
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	3,307	4,224	3,880	3,514	3,725	4,999	4,116	3,136	4,726	2,545	15,456	14,925	23,247
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	3,307	4,224	3,880	2,366	2,330	3,807	4,116	2,076	3,513	3,493	15,456	13,777	19,335
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	1,000	2,068	2,018	2,366	3,725	3,807	4,116	2,076	2,572	3,493	15,456	7,453	19,790
1,000	1,000	1,000	4,885	5,040	2,602	3,125	3,880	3,514	2,330	3,807	4,116	2,076	3,513	4,627	12,925	13,121	20,469
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	4,363	4,224	3,880	3,514	3,725	4,999	4,116	3,136	3,513	3,493	17,620	15,981	22,981
2,302	3,650	2,333	2,322	2,438	3,307	4,224	3,880	3,514	3,725	4,999	4,116	3,136	4,726	3,493	13,045	14,925	24,194
3,366	3,650	3,433	3,523	3,648	3,307	3,125	3,880	3,514	3,725	3,807	5,439	3,136	3,513	3,493	17,620	13,826	23,113
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	3,307	5,439	3,880	3,514	3,725	4,999	4,116	2,076	3,513	4,627	15,456	16,141	23,056
1,000	2,371	1,000	3,523	3,648	1,964	3,125	3,880	2,366	2,330	4,999	1,984	2,076	2,572	2,545	11,542	11,335	16,506
2,302	3,650	2,333	2,322	2,438	3,307	5,439	3,880	3,514	3,725	4,999	4,116	2,076	3,513	3,493	13,045	16,141	21,922
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	3,307	5,439	3,880	3,514	3,725	4,999	4,116	4,363	3,513	4,627	15,456	16,141	25,342
2,302	2,371	2,333	2,322	2,438	4,363	4,224	3,880	2,366	2,330	4,999	2,976	2,076	1,849	3,493	11,767	14,833	17,723
2,302	2,371	2,333	2,322	2,438	4,363	4,224	3,880	2,366	2,330	4,999	2,976	2,076	1,849	4,627	11,767	14,833	18,857
2,302	5,322	2,333	2,322	2,438	4,363	3,125	5,338	2,366	5,203	3,807	2,976	1,000	1,849	2,545	14,717	15,192	17,380
3,366	5,322	3,433	3,523	3,648	2,602	4,224	3,880	3,514	5,203	4,999	4,116	3,136	3,513	3,493	19,291	14,220	24,459
1,000	1,715	1,000	3,523	3,648	2,602	2,068	2,832	3,514	3,725	3,807	4,116	2,076	3,513	2,545	10,886	11,016	19,783
2,302	2,371	2,333	2,322	2,438	1,964	3,125	2,832	2,366	5,203	3,807	2,976	3,136	2,572	2,545	11,767	10,287	20,240
3,366	3,650	3,433	2,322	2,438	3,307	3,125	2,832	3,514	3,725	4,999	2,976	3,136	3,513	2,545	15,209	12,778	20,893
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	2,602	3,125	2,832	3,514	3,725	3,807	2,976	2,076	3,513	2,545	15,456	12,073	18,643
3,366	3,650	3,433	4,885	5,040	2,602	4,224	3,880	4,982	3,725	3,807	4,116	3,136	4,726	4,627	20,374	15,688	24,137
3,366	3,650	3,433	1,522	1,606	3,307	4,224	3,880	2,366	3,725	1,020	2,976	1,000	3,513	4,627	13,577	13,777	17,668
2,302	3,650	2,333	3,523	3,648	4,363	4,224	2,832	3,514	3,725	3,807	4,116	4,363	1,849	3,493	15,456	14,933	21,353
3,366	3,650	3,433	4,885	5,040	4,363	5,439	5,338	4,982	5,203	4,999	4,116	4,363	4,726	4,627	20,374	20,122	28,033

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	54	67,5	67,5	67,5
	Perempuan	26	32,5	32,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Penghasilan per bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 1.000.000,- - Rp. 2.000.000,-	11	13,8	13,8	13,8
	Rp. 2.000.000,- - Rp. 3.000.000,-	18	22,5	22,5	36,3
	Lebih dari Rp. 3.000.000,-	51	63,8	63,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,5	2,5	2,5
	TS	3	3,8	3,8	6,3
	N	5	6,3	6,3	12,5
	S	20	25,0	25,0	37,5
	SS	50	62,5	62,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

p2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,5	2,5	2,5
	TS	3	3,8	3,8	6,3
	N	2	2,5	2,5	8,8
	S	27	33,8	33,8	42,5
	SS	46	57,5	57,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	2	2,5	2,5	2,5
TS	1	1,3	1,3	3,8
N	6	7,5	7,5	11,3
S	18	22,5	22,5	33,8
SS	53	66,3	66,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,3	1,3	1,3
TS	3	3,8	3,8	5,0
N	5	6,3	6,3	11,3
S	22	27,5	27,5	38,8
SS	49	61,3	61,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,3	1,3	1,3
N	7	8,8	8,8	10,0
S	20	25,0	25,0	35,0
SS	52	65,0	65,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,3	1,3	1,3
TS	5	6,3	6,3	7,5
N	2	2,5	2,5	10,0
S	29	36,3	36,3	46,3
SS	43	53,8	53,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	6	7,5	7,5	7,5
S	25	31,3	31,3	38,8
SS	49	61,3	61,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,8	3,8	3,8
N	7	8,8	8,8	12,5
S	32	40,0	40,0	52,5
SS	38	47,5	47,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,3	1,3	1,3
TS	1	1,3	1,3	2,5
N	7	8,8	8,8	11,3
S	23	28,8	28,8	40,0
SS	48	60,0	60,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	6	7,5	7,5	7,5
S	31	38,8	38,8	46,3
SS	43	53,8	53,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,5	2,5	2,5
N	8	10,0	10,0	12,5
S	35	43,8	43,8	56,3
SS	35	43,8	43,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

d reliable 80 responden

Correlations

	p1	p2	p3	Keadaan Ekonomi
Pearson Correlation	1	,701**	,645**	,875**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
N	80	80	80	80
Pearson Correlation	,701**	1	,793**	,923**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	80	80	80	80
Pearson Correlation	,645**	,793**	1	,900**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
N	80	80	80	80
Pearson Correlation	,875**	,923**	,900**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	80	80	80	80

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	3

Correlations

	p1	p2	p3	Gaya Hidup
Pearson Correlation	1	,639**	,529**	,853**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
N	80	80	80	80
Pearson Correlation	,639**	1	,592**	,853**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	80	80	80	80
Pearson Correlation	,529**	,592**	1	,845**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
N	80	80	80	80
Pearson Correlation	,853**	,853**	,845**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	80	80	80	80

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Correlations

	p1	p2	p3	p4	p5	Keputusan Pembelian
Pearson Correlation	1	,797**	,065	,129	-,036	,572**
Sig. (2-tailed)		,000	,566	,254	,750	,000
N	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,797**	1	-,005	,062	-,090	,527**
Sig. (2-tailed)	,000		,965	,588	,429	,000
N	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,065	-,005	1	,673**	,681**	,745**
Sig. (2-tailed)	,566	,965		,000	,000	,000
N	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,129	,062	,673**	1	,727**	,774**
Sig. (2-tailed)	,254	,588	,000		,000	,000
N	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	-,036	-,090	,681**	,727**	1	,696**
Sig. (2-tailed)	,750	,429	,000	,000		,000
N	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,572**	,527**	,745**	,774**	,696**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	80	80	80	80	80	80

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,674	5

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	16,6469	3,04293	80
Keadaan Ekonomi	10,6095	2,37387	80
Gaya Hidup	10,9540	2,30389	80

Correlations

		Keputusan Pembelian	Keadaan Ekonomi	Gaya Hidup
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1,000	,402	,448
	Keadaan Ekonomi	,402	1,000	,791
	Gaya Hidup	,448	,791	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	,000	,000
	Keadaan Ekonomi	,000	.	,000
	Gaya Hidup	,000	,000	.
N	Keputusan Pembelian	80	80	80
	Keadaan Ekonomi	80	80	80
	Gaya Hidup	80	80	80

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Gaya Hidup, Keadaan Ekonomi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,455 ^a	,207	,187	2,74452	1,723

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keadaan Ekonomi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151,497	2	75,749	10,056	,000 ^b
	Residual	579,995	77	7,532		
	Total	731,492	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keadaan Ekonomi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,885	1,542		6,411	,000		
Keadaan Ekonomi	,163	,213	,127	,769	,444	,375	2,670
Gaya Hidup	,459	,219	,348	2,096	,039	,375	2,670

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Regresi Berganda dan Uji tCollinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Keadaan Ekonomi	Gaya Hidup
1	1	2,964	1,000	,00	,00	,00
1	2	,027	10,478	,97	,14	,07
	3	,009	17,918	,02	,86	,93

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12,6995	17,8816	16,6469	1,38480	80
Std. Predicted Value	-2,851	,892	,000	1,000	80
Standard Error of Predicted Value	,318	1,123	,504	,171	80
Adjusted Predicted Value	12,8372	18,0430	16,6483	1,37672	80
Residual	-6,98064	5,23044	,00000	2,70956	80
Std. Residual	-2,543	1,906	,000	,987	80
Stud. Residual	-2,573	1,929	,000	1,004	80
Deleted Residual	-7,14198	5,36048	-,00137	2,80177	80
Stud. Deleted Residual	-2,673	1,965	-,003	1,013	80
Mahal. Distance	,072	12,248	1,975	2,405	80
Cook's Distance	,000	,088	,011	,015	80
Centered Leverage Value	,001	,155	,025	,030	80

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Charts

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66320	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.96	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7081
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298



CV. PANDAWA LIMA

DEVELOPER & GENERAL CONTRACTOR

Jl. Gub. H. A. Bastari Perumahan Ogan Permata Indah Blok. A No. 12 Palembang
Telp. 0711 - 7795625 / 0812 - 7343318

Tanjung Raja, 07 Maret 2016

Nomor : 062/cpl/III/2016

Lampiran :

Perihal : **Surat Setelah Riset**

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan CV. Pandawa Lima, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Arida Saharosa

Nim : 212012121

Jenis Kelamin : Perempuan

Program Study : Manajemen

Memang benar yang bernama tersebut diatas telah selesai mengadakan penelitian di Perumahan Griya Jaya Bersama di Tanjung Raja Kab. Ogan Ilir pada CV. Pandawa Lima.

Demikian untuk dimaklumi, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui,

Pimpinan CV. Pandawa Lima



Mariato, S. Kom



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

AKREDITASI
 INSTITUSI PERGURUAN TINGGI
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D3)

Nomor : 027/SK/BAN-PT/Akred/PT/I/2014 (B)
 Nomor : 044/SK/BAN-PT/Akred/S/I/2014 (B)
 Nomor : 044/SK/BAN-PT/Ak-XIII/S1/II/2011 (B)
 Nomor : 005/BAN-PT/Ak-X/Dpl-III/VI/2010 (B)

Email : feumplg@gmail.com

http://feumpalembang.net/feump

Alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711) 511433 Faximile (0711) 518018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Hari / Tanggal : Selasa, 22 Maret 2016
 Waktu : 08.00 s/d 12.00 WIB
 Nama : Arida Saharosa
 NIM : 21 2012 121
 Program Studi : Manajemen
 Bidang Studi : Manajemen Pemasaran
 Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN GRIYA JAYA BERSAMA DI TANJUNG RAJA

TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

O	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1	DR. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E., MM	Pembimbing	05-09-2016	
2	DR. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E., MM	Ketua Penguji	05-09-2016	
3	Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si	Penguji 1	09/09-2016	
4	Arniza Nilawati, S.E., M.M	Penguji 2	31/maret '16	

Palembang, Maret 2016



Dekan
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Muhammadiyah Palembang

Hj. Mastubah Nurrahmi, SE., M.Si
 NIDN/NBM : 0216057001



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA	Arlida Saharosa	PEMBIMBING	
NIM	21 2012 121	KETUA	DR. Trisniarty Adjeng Moelyati, SE, MM
PROGRAM STUDI	Manajemen Pemasaran	ANGGOTA	:
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN GRIYA JAYA BERSAMA DI TANJUNG RAJA			

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	8/02-2016	Kas I	[Signature]		Dikini
2					Revisi
3	16/02-2016	Kas II	[Signature]		Revisi
4					
5	12/02-2016	Kas III	[Signature]		Dikini
6					Revisi
7	14/02-2016	Kas IV	[Signature]		Dikini
8					Revisi
9	01/03-2016	Kas V	[Signature]		Dikini
10					Revisi
11					
12	03/03-2016	Kas VI	[Signature]		Dikini
13					Revisi
14	09/03-2016	Kas VII	[Signature]		Dikini
15					
16					

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang

Pada tanggal : / /

a.n. Dekan

Program Studi :

Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE.M.Si



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

LEMBAGA BAHASA

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263

Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637

email. lembagabahasaump@yahoo.co.id



TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Arida Saharosa
 Place/Date of Birth : Tanjung Raja, January 14th 1994
 Test Times Taken : +3
 Test Date : December 26th, 2015

Scaled Score

Listening Comprehension : 49
 Structure Grammar : 37
 Reading Comprehension : 49
 OVERALL SCORE : 450

Palembang, December 28th, 2015

Head of Language Institute

Rini Susanti, S.Pd., M.A.
Head of Language Institute

NBM/NIDN. 1164932/02100984024

No. 799/TEA FE/LB/UMP/XII/2015

RECEIVED

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



Unggul dan Jolami

SECRETARIA

544/J-10/FEB-UMP/SHA/XI/2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : ARIDA SAHAROSA
NIM : 212012121
PROGRAM STUDI : Manajemen

Yang dinyatakan HAFAL / TAHFIDZ (26) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang, 12/10/2015
Dekan

Wakil-Dekan IV



Drs. Antoni, M.H.I.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
STATUS TERAKREDITASI



LPKKN

No. 086/H-4/LPKKN/UMP/III/2016

Lembaga Pengelola Kuliah Kerja Nyata (LPKKN) Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama : ARIDA SAHAROSA
Nomor Pokok Mahasiswa : 212012121
Fakultas : EKONOMI
Tempat Tgl. Lahir : TANJUNG RAJA, 14-01-1994
telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-10 yang dilaksanakan dari tanggal 20 Januari sampai dengan 3 Maret 2016 bertempat di:

Kelurahan/Desa : Meranjati
Kecamatan : Indralaya Selatan
Kota/Kabupaten : Ogan Ilir
Dinyatakan : Lulus

Mengetahui



Abdul Dazuli, S.E., M.M.

Ralembang, 14 Maret 2016



Abdullah LPKKN,
Rahmanansir, M.Si.

BIODATA PENELITIAN

Nama : Arida Saharosa
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/ Tanggal Lahir : Tanjung Raja, 14 Januari 1994
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Perum. Griya Jaya Bersama Blok A3 No 06 Kel.
Tanjung Raja Timur Kec. Tanjung Raja
Kab. Ogan Ilir
Telpon : 082371189287
Email : aridasaharosa041@gmail.com