



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., Jasin, & Khodri. (2019). *Manajemen pemasaran: Konsep dan praktek*. Medan: Perdana Publishing.
- Aftika, S., Hanif, H., & Devi, Y. (2022). Pengaruh penggunaan sistem pembayaran ShopeePayLater “Bayar Nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 87–106.
- Astuti, M., Sembiring, R., & Argo, J. G. (2023). *Strategi pemasaran digital dan perilaku teknologi pada society 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Candra. (n.d., 2022). Analisis SWOT dalam strategi bisnis.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Perilaku konsumen: Sikap dan pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis *multivariate* dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Herawati, & Putra, A. S. (2023). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian Azarine Cosmetic. *Jurnal On Education*, 5(2), 4170–4178.
- Huda, M. (2017). Pengaruh merchandising dan promotion terhadap impulse buying pada konsumen Toko Basmalah Sidogiri. *Journal Knowledge Industrial Engineering*, 4(1), 15–22.
- Kolinung, M. S., Mananeke, L., Tampenawas, J. L. A., & Brand, P. (2022). The effect of ambassador brand and brand image on Revlon cosmetic purchase decision (Case study on Sam Ratulangi University students). *Jurnal EMBA*, 10(3), 101–111.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (4th ed.).
- Nugraha, J. P., dkk. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Pekalongan: Nasya Expanding Management.
- Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & Budiantara, M. B. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*.
- Prastiwi, I. E., & Fitri, T. N. (2021). Konsep PayLater online shopping dalam pandangan ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7(1), 425–432.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

- Rismayadi, A. A., Dede, K. D., & Iedam, F. A. (2020). Analisis kepuasan pengguna Shopee PayLater menggunakan model DeLone & McLean sebagai media pengajuan kredit online. *Jurnal Responsif: Riset Sains dan Informatika*, 2(2), 190–197.
- Santoso, S. (2021). Mengolah data statistik secara profesional. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian bisnis & ekonomi (Cet. 1). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan Kedua Puluh Dua. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian administrasi dilengkapi dengan metode R&D (Cet. 23). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- T. Hani Handoko. 2018. Manajemen, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.
- Widyawati, *et al.* (2024). Perilaku Konsumen: Esensi, Posisi, Dan Strategi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wulandari, D. (2020). Analisis SWOT pada produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah Kcps Semarang Barat.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

“DAMPAK PENGGUNAAN SPAYLATER TERHADAP PERILAKU BELANJA KONSUMEN” (Studi Kasus pada Pengguna SPayLater di Kalangan Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri di Tembilahan).

Puji Syukur saya panjatkan Kepada Allah SWT atas terselesainya penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Dampak Penggunaan SPayLater terhadap Perilaku Belanja Konsumen, saya Suci Ariska dengan NIM: 101211010037 Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin :
Status Sudah Bekerja/ belum :
Angkatan :
Semester :

II. INTRUKSI PENGISIAN

1. Pilihlah Jawaban pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan indikator yang tertera
2. Setiap pertanyaan/ pernyataan hanya dapat dipilih satu jawaban
3. Silahkan jawab yang paling sesuai dengan kondisi yang anda alami sesuai dengan indikator pada kolom tabel dibawah ini . Setiap pertanyaan/ pernyataan dijawab menggunakan 5 pilihan jawaban berdasarkan Skala Likert, sebagai berikut:



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Tidak Setuju (TS) = 2

Netral (N) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat Setuju (SS) = 5

PERTANYAAN/ PERNYATAAN KUESIONER

Variabel	Indikator	Pertanyaan / Pernyataan	STS	S	N	TS	SS
SPayLater (X)	1. Kemudahan dalam penggunaan SPayLater	1. SPayLater mudah diaktifkan dan digunakan dalam transaksi					
		2. Limit kredit yang diberikan SPayLater sesuai dengan kebutuhan					
	2. Tingkat Kepuasan terhadap durasi pembayaran	1. SPayLater menyediakan durasi pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan					
		2. Tidak mengalami kesulitan dalam menyesuaikan durasi pembayaran SPayLater dengan kondisi keuangan					
	3. Pengaruh SPayLater terhadap perilaku belanja	1. Lebih cenderung membeli barang yang sebelumnya tidak saya rencanakan sejak menggunakan SPayLater					
		2. SPayLater membantu membeli barang-barang yang dibutuhkan meskipun belum memiliki dana penuh					



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Perilaku Belanja Konsumen (Y)	4. Proses pengambilan keputusan sebelum membeli	1. Mempertimbangkan ulasan dan rating produk sebelum membeli suatu produk					
		2. Rekomendasi dari teman atau keluarga mempengaruhi keputusan pembelian					
	5. Perilaku saat membeli	1. Mempertimbangkan harga sebagai faktor utama sebelum membeli suatu produk					
		2. Lebih memilih membeli produk yang sedang diskon atau promo					
	6. Tingkat Kepuasan selama menggunakan produk/jasa	1. Merasa puas dengan kualitas produk/ jasa yang dibeli					
		2. Besar kemungkinan akan menggunakan kembali produk/jasa ini dimasa depan					
	7. Evaluasi setelah menghabiskan produk/jasa	1. Produk/jasa ini memberikan manfaat sesuai dengan yang diharapkan					
		2. Produk/jasa ini memenuhi harapan berdasarkan deskripsi atau promosi yang diberikan					



TANGGAPAN RESPONDEN

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	3	4	4
2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
3	5	5	5	4	1	4	5	4	5	5	4	3	4	4
4	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	3	3	4
5	3	4	4	4	2	5	5	5	4	3	3	4	4	4
6	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	5	5
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4
8	4	5	5	4	2	5	5	4	5	5	4	3	4	5
9	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4
11	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
12	4	3	2	4	2	4	4	4	5	5	4	2	4	4
13	2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4
14	2	2	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4
15	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
16	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
17	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
18	4	3	3	3	2	4	5	4	5	4	3	4	4	4
19	4	2	2	4	1	4	4	2	4	5	4	4	4	4
20	3	4	4	2	3	4	5	4	5	5	3	3	3	3
21	1	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
22	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3
23	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
24	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3
25	4	2	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3
26	5	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4
27	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	3	1	4	5	2	5	3	3	4	3	3
29	3	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	5
31	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
32	2	2	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4
34	4	4	4	2	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4
35	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
37	4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	3	3	4	4
38	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
40	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
41	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4
42	3	4	4	2	2	4	4	3	5	5	4	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
44	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
45	4	4	4	4	2	3	5	4	4	5	4	3	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

46	4	3	4	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4
47	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	4	4	4	2	4	5	4	4	5	5	3	3	4
49	5	5	5	3	2	5	5	3	5	3	3	4	4	4
50	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4
51	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4
53	4	4	4	3	2	4	5	4	5	5	4	4	4	3
54	5	3	4	4	3	5	5	3	3	5	4	4	4	3
55	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	3	2	4	5	2	4	5	3	2	3	4
57	4	4	3	3	2	5	4	3	4	4	4	3	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	3
60	4	4	4	4	2	2	5	4	4	5	4	3	3	4
61	4	3	3	3	4	4	5	3	4	5	4	3	4	3
62	4	4	4	3	2	5	4	3	5	5	5	5	5	4
63	4	3	4	4	2	4	5	4	5	4	4	3	3	4
64	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5
65	3	2	4	4	2	5	5	4	5	5	3	4	4	3
66	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4
68	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
69	5	1	3	4	5	5	5	5	5	5	3	1	5	4
70	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4
72	4	3	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4
73	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
75	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4
76	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
77	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4
79	2	3	2	3	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4
80	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	5	3	3	4
81	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	3	3	4
83	4	2	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	5



OLAH DATA SPSS VERSI 23,00

1. Uji Validitas

Variabel SPayLater (X)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.186	.302**	.261*	-.065	.207	.552**
	Sig. (2-tailed)		.092	.006	.017	.557	.060	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.186	1	.370**	.020	-.111	.007	.451**
	Sig. (2-tailed)	.092		.001	.861	.320	.951	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.302**	.370**	1	.177	.066	.211	.634**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.110	.554	.055	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.261*	.020	.177	1	.142	.020	.459**
	Sig. (2-tailed)	.017	.861	.110		.200	.858	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P5	Pearson Correlation	-.065	-.111	.066	.142	1	.198	.513**
	Sig. (2-tailed)	.557	.320	.554	.200		.072	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P6	Pearson Correlation	.207	.007	.211	.020	.198	1	.514**
	Sig. (2-tailed)	.060	.951	.055	.858	.072		.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Total	Pearson Correlation	.552**	.451**	.634**	.459**	.513**	.514**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

N	83	83	83	83	83	83	83
---	----	----	----	----	----	----	----

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Perilaku Belanja Konsumen (Y)

		Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
P1	Pearson Correlation	1	.245*	.456**	.215	-.181	-.140	-.008	.429*
	Sig. (2-tailed)		.026	.000	.051	.102	.206	.942	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.245*	1	.128	.143	.237*	-.042	.122	.583**
	Sig. (2-tailed)	.026		.248	.197	.031	.703	.273	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.456**	.128	1	.324**	.004	-.082	.132	.546**
	Sig. (2-tailed)	.000	.248		.003	.969	.461	.234	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.215	.143	.324**	1	.259*	-.249*	.101	.494**
	Sig. (2-tailed)	.051	.197	.003		.018	.023	.365	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83
P5	Pearson Correlation	-.181	.237*	.004	.259*	1	.205	.114	.490**
	Sig. (2-tailed)	.102	.031	.969	.018		.063	.304	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83
P6	Pearson Correlation	-.140	-.042	-.082	-.249*	.205	1	.226*	.296**
	Sig. (2-tailed)	.206	.703	.461	.023	.063		.040	.007
	N	83	83	83	83	83	83	83	83
P7	Pearson Correlation	-.008	.122	.132	.101	.114	.226*	1	.464**
	Sig. (2-tailed)	.942	.273	.234	.365	.304	.040		.000



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P8	Pearson Correlation	-.088	.146	.068	.082	.261*	.188	.140	1	.427**
	Sig. (2-tailed)	.430	.187	.543	.462	.017	.088	.206		.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
Total	Pearson Correlation	.429**	.583**	.546**	.494**	.490**	.296**	.464**	.427**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

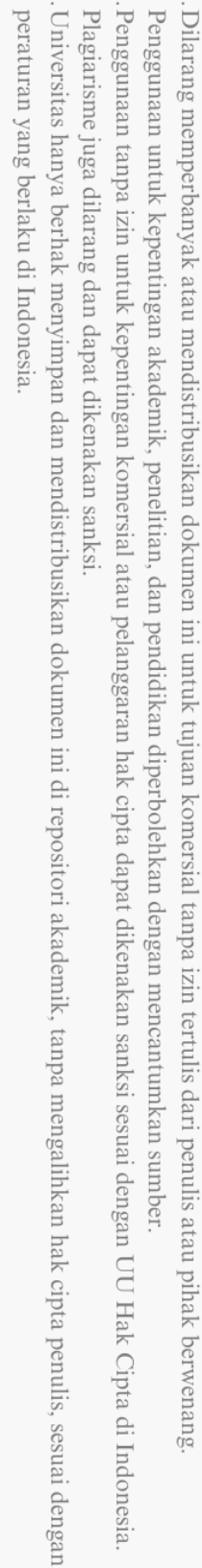
2. Uji Reliabilitas

Variabel SPayLater (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.687	7

Variabel Perilaku Belanja Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.681	9



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.560	2.759		1.290
	X	-0.002	0.064	-0.003	-0.024

Universitas Islam Indragiri



5. Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	1045.728	17	61.514	4.885	0.000
		Linearity	820.123	1	820.123	65.211	0.000
		Deviation from Linearity	225.605	16	14.100	1.120	0.345
	Within Groups		1022.844	65	15.735		
	Total		2068.572	82			

6. Uji Regresi Linier Sederhana

ANOVA^a

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94.972	1	94.972	18.765	.000 ^b
	Residual	409.943	81	5.061		
	Total	504.916	82			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

7. Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.693	2.108

a. Predictors: (Constant), X



BIODATA SINGKAT PENULIS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Nama : Suci Ariska
Tempat, Tanggal Lahir : Enok, 17 Desember 2002
Alamat : Jalan Lintas, Nusantara Jaya
Email : suciariska28@gmail.com
No. Hp/ Wa : 0822-8577-9117
Riwayat Pendidikan :
1. Sekolah Dasar : SDN 027 NUSANTARA JAYA
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) : SMPN 03 KERITANG
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) : SMAN 01 KERITANG
4. Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
Pengalaman Organisasi : -
Moto : *“Berproses untuk tumbuh, bukan sekedar lulus”*