

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan diolah, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian mengenai Perilaku Wisatawan Dalam Pengambilan Keputusan Pada Pembelian Produk *Handicraft* di Sadean *Concept Store* Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4) terhadap keputusan konsumen (Y) pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store* Yogyakarta, dimana berdasarkan hasil perhitungan hipotesis secara simultan yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ diperoleh $44,293 > 2,47$ yang berarti positif dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Variabel faktor psikologis (X4) merupakan variabel bebas yang paling berpengaruh dominan terhadap variabel terikat. Hal ini ditunjukkan dengan ada pengaruh positif dan signifikan berdasarkan uji t/Parsial diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,688 > 1,985$), tingkat signifikan faktor psikologis $0,000 < 0,05$. Dan nilai koefisien beta faktor psikologis (X4) sebesar 0,428 lebih besar dari koefisien beta faktor budaya (X1) 0,100, faktor sosial (X2) sebesar 0,84, dan faktor

pribadi (X3) sebesar 0,84. Dengan demikian hipotesis H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

Faktor budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), dan psikologis (X4) dapat menjelaskan keputusan konsumen (Y), dimana berdasarkan perhitungan koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* sebesar 63,6%. Hal ini berarti 63,6% variabel keputusan konsumen pada pembelian produk *handicraft* di *Sadean Concept Store* Yogyakarta dapat dipengaruhi oleh variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Sedangkan sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel di luar yang tidak dibahas dalam penelitian ini misalnya faktor eksternal yang berasal dari luar diri wisatawan yakni faktor harga, produk, lokasi, promosi dan pelayanan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4) terhadap keputusan konsumen (Y) pembelian produk *local handicraft* pada *Sadean Concept Store* Yogyakarta. Maka peneliti memberikan saran sebagai pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi pihak pengelola untuk lebih mengembangkan produk-produk kreatif *handicraft* dengan lebih memperhatikan minat dan keinginan dari sisi budaya, sosial, pribadi dan psikologis pengunjung. Agar

tingkat pembelian produk dapat bertambah dan secara tidak langsung dapat meningkatkan omset pendapatan.

2. Pengelola juga diharap mampu inovatif menciptakan produk yang lebih beragam menyesuaikan dengan kondisi latar belakang pengunjung maka wisatawan yang datang tidak merasa bosan dan jenuh dengan program yang itu-itu saja sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan minat wisatawan untuk membeli produk *handicraft* dan ikut meningkatkan UMKM yang ada sebagai bagian dari Pariwisata Kreatif.
3. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya lebih memahami lagi teori yang akan digunakan dalam melakukan penelitian untuk menjelajahi faktor-faktor lainnya yang dapat digunakan untuk meneliti dengan variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aglis Andhita Hatmawan, dan Slamet Riyanto. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. Sleman: CV Budi Utama.
- Aldy, R. (2016). Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia. Ziya Visi Media.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arjana, I, G, B. (2016). Geografi Kreatif dan Ekonomi Kreatif. Rajawali Pers.
- Andri Soemitra, dkk. (2022). Bisnis Souvenir, Pariwisata, dan Perekonomian Daerah Di Indonesia. Medan: Merdeka Kreasi.
- Kotler, P., & Keller, L, K. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Mangkunegara, A, A. (1998). Perilaku Konsumen. Bandung: Eresco.
- Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta.
- Singarimbun, M & Effendi, S. (2011). Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3S.
- Purnomo, R, H. (2016). Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia. (<http://eprints.umpo.ac.id/2859/>)
- Rai Utama, I, G, B. (2014). Pengantar Industri Pariwisata. Deepublish Yogyakarta.
- Robbins, Stephen P dan Timothy A Judge. (2014). Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanislaus. (2006). Pedoman Analisis Data dengan SPSS 16. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke-24 Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang

UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM

Jurnal dan Skripsi

Ade, Resalawati. (2011). Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. Tersedia <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/247>

Anggraini, D, R. (2021). Dampak Sektor Pariwisata pada Pertumbuhan Ekonomi Daerah Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol. 07, No. 02, Desember 2021. Tersedia <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1462>

Blackwell, R, D., Miniard, P, W., & Engel, J, F. (2001). *Consumer Behaviour*. Dryden Press, Harcourt College Publishers, Ft. Worth, Texas. Tersedia [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferenceSPapers.aspx?ReferenceID=1839930](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferenceSPapers.aspx?ReferenceID=1839930)

Ooi, Can-Seng (2006). "Tourism and the Creative Economy in Singapore"
Pangestu, M, E. (2008). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025", disampaikan dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008, JCC, 4 -8 Juni 2008.

Pascasuseno, Agus. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Bedah Cetak Biru Ekonomi Kreatif: Yogyakarta. Tersedia https://www.academia.edu/9074886/Bedah_Cetak_Biru_Ekonomi_Kreatif

Setiawan, R, I. (2013) Strategi Pemasaran Pendukung Sektor Pariwisata: Perspektif Marketing Mix Dan Balanced Scorcard (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Blitar). *Jurnal Komplek* Vol. 5, NO. 2, Desember 2013.

Suci, Y, R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 6 No. 1 Januari 2017.

Susyanti, J. (2014) Model Pendampingan Bisnis Ekonomi Kreatif Sektor

Pariwisata Secara Integratif: Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Ekonomi Kreatif di Malang. Seminar Nasional Riset Inovatif Ii, Tahun 2014. Seminar Nasional Riset Inovatif II, Tahun 2014.

Syafirah, dkk. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Holland Bakery Manado. *Jurnal*

EMBA, Vol. 5, No. 2 Juni 2017, Hal. 245-255. Tersedia
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/15551/15092>

Yoeti, O. A. (1985). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung. Angkasa. *Yoeti*, O. A. 1996. Pemasaran Pariwisata Terpadu. Bandung: Angkasa.

Yozcu, Ozen Kirant dan Icoz Orhan. (2010). A model Proposal on the Use of Creative Tourism and the Congress Marketing Mix. Vol 8 (3). Tersedia
https://www.researchgate.net/publication/228659216_A_Model_Proposal_o_the_Use_of_Creative_Tourism_Experiences_in_Congress_Tourism_and_the_Congress_Marketing_Mix

Sumber Internet

Inframe TVRI Yogyakarta 12 Desember 2022: Sadean Concept Store diakses
diakses pada 05-01-2023 Pukul 18:40

<https://jogjaprovo.go.id/berita/tingginya-potensi-ekonomi-kreatif-di-diy>

diakses pada 05-01-2023 Pukul 18:13

Inframe TVRI Yogyakarta 12 Desember 2022: Sadean Concept Store diakses
diakses pada 05-01 2023 Pukul 18:40

<https://www.instagram.com/katalogsadean/> diakses pada 02-04-2023 Pukul 2:14

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Penelitian



SADEAN CONCEPT STORE YOGYAKARTA

Jl. Wijilan No. 14, Panembahan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta

Hal : Balasan

Kepada Yth:

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Bapak Drs. Prihatno, M.M.

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Norma Pawestri

Jabatan : Pemilik Sadean Concept Store Yogyakarta

Menerangkan bahwa,

Nama : Safira Salsabila

No. Mhs : 519101248

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di Sadean Concept Store Yogyakarta serta dapat menyusun skripsi dengan judul:

“Perilaku Wisatawan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Handicraft di Sadean Concept Store Yogyakarta”

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Sabtu, 1 April 2023

Hormat kami,

Norma Pawestri

Lampiran 2 : Kuesioner/Angket Penelitian

PERILAKU WISATAWAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PEMBELIAN LOCAL *HANDICRAFT* DI SADEAN *CONCEPT* STORE YOGYAKARTA

No Responden:

A. Identitas Responden

- Nama :
Umur :
a. 15-25 tahun c. 31-40 tahun
b. 26-30 tahun
Jenis Kelamin :
a. Laki-Laki b. Perempuan
Profesi :
a. Pelajar Mahasiswa d. Wirausaha
b. PNS e. Lainnya
c. Karyawan Swasta

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *checklist* (✓) pada skala 1-5 dengan satu pilihan jawaban yang dianggap tepat dan mewakili.

1. Sangat Setuju (SS) : Skor 5
2. Setuju (S) : Skor 4
3. Netral (N) : Skor 3
4. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

B. Variabel Independent: Perilaku Konsumen

1. Pernyataan Faktor Budaya (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Anda percaya bahwa produk <i>local handicraft</i> yang dihasilkan UMKM sesuai dengan kondisi budaya anda saat ini sehingga berpengaruh terhadap keputusan anda untuk membeli produk Sadean.					
2	Faktor Budaya menjadi faktor yang anda pertimbangkan dalam memutuskan untuk membeli produk Sadean.					
3	Produk <i>local handicraft</i> yang dihasilkan UMKM sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan anda saat ini sehingga berpengaruh terhadap keputusan anda untuk membeli produk Sadean.					
4	Agama anda menjadi faktor yang anda pertimbangkan dalam memutuskan untuk membeli produk Sadean.					
5	Kelas sosial mempengaruhi anda dalam memutuskan untuk membeli produk Sadean.					
6	Anda ingin menunjukan kelas sosial anda kepada masyarakat ketika membeli produk <i>local handicraft</i> .					

2. Pernyataan Faktor Sosial (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Anda melakukan pembelian produk <i>local handicraft</i> karena adanya rekomendasi serta saran dari teman anda.					
2	Produk <i>local handicraft</i> yang dihasilkan UMKM yang anda pilih merupakan barang yang digunakan bersama keluarga anda sehingga dengan sangat mudah anda memutuskan untuk membeli produk Sadean.					
3	Produk <i>local handicraft</i> yang ada pilih dapat menggambarkan peran dan status sosial anda di masyarakat.					
4	Produk <i>local handicraft</i> yang disediakan Sadean <i>Concept Store</i> cocok dengan peran dan status sosial anda.					

3. Pernyataan Faktor Pribadi (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Produk <i>local handicraft</i> yang dihasilkan UMKM sesuai dengan kebutuhan dan preferensi usia anda.					
2	Pendapatan dalam pekerjaan anda sangat mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian produk <i>local handicraft</i> .					
3	Anda membeli produk <i>local handicraft</i> karena sesuai dengan keadaan dan kebutuhan ekonomi.					
4	Gaya hidup mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian Produk <i>local handicraft</i> .					
5	Produk <i>local handicraft</i> sesuai dengan kepribadian khas anda sehingga mempengaruhi anda dalam membeli produk Sadean.					

4. Pernyataan Faktor Psikologi (X4)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saat membeli dan menggunakan produk <i>local handicraft</i> yang dihasilkan UMKM dapat memberikan motivasi kepada diri anda.					
2	Anda membeli produk <i>local handicraft</i> karena persepsi anda untuk meningkatkan/membantu perkembangan UMKM.					
3	Anda melakukan pembelian produk <i>local handicraft</i> karena pengalaman sebelumnya.					
4	Sikap anda yang menyukai produk <i>local handicraft</i> mempengaruhi anda dalam melakukan keputusan pembelian pada Sadean.					
5	Keyakinan terhadap kualitas mempengaruhi anda dalam memilih suatu produk <i>local handicraft</i> .					

C. Variabel Dependent: Keputusan Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli produk <i>local handicraft</i> yang dihasilkan UMKM karena kebutuhan.					
2	Saya mencari informasi terhadap suatu Produk <i>local handicraft</i> yang ingin saya beli.					
3	Kesesuaian harga dan kualitas suatu produk mempengaruhi keputusan saya dalam melakukan pembelian.					
4	Saya melakukan pembelian pada suatu produk karena informasi dan rekomendasi dari orang lain.					

Lampiran 3 : Tabulasi Data

X																			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	4	2	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	2	2	4	5	5	2	2
5	5	5	2	5	4	5	5	4	4	5	4	4	1	1	1	2	2	2	4
5	5	5	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4
5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	2	4	4	5	4	2	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	2	2	4	5	4	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	2	2	4	5	4	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	2	2	2	5	4	2	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	2	2	2	4	4	2	4	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4
5	4	4	2	2	2	4	4	2	4	2	2	5	2	2	2	5	2	2	2
5	4	4	2	2	2	4	4	2	4	5	5	5	2	5	5	5	1	2	5
4	4	4	2	2	2	4	4	2	4	5	2	5	2	2	2	5	1	2	2
4	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	2	5	2	2	4	5	5	4	4
4	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	1	5	1	1	1	5	1	1	1
4	4	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	5	2	2	2	5	2	2	2
4	4	4	1	2	2	4	2	2	3	4	2	4	2	2	4	5	2	2	2
4	4	4	1	2	2	4	2	2	3	4	2	5	1	1	1	5	1	1	4
4	4	4	1	2	2	4	2	2	3	4	5	4	2	2	2	5	4	4	4
4	4	4	1	2	3	4	2	3	3	5	5	5	2	2	2	4	5	5	4
4	2	4	1	2	3	4	2	3	3	4	2	2	1	1	1	4	4	1	2
4	2	4	1	2	3	4	2	3	3	2	2	2	1	1	1	4	2	1	1

4	2	4	1	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1
4	2	4	1	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	2	4	1	3	3	2	3	3	3	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5
4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4
4	2	2	3	3	1	3	3	3	2	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	2	1	1	4	2	2	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	2	2	2	5	2	2	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5
5	2	5	1	4	5	1	2	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	2	5
5	4	4	2	2	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	5
5	4	5	1	4	4	5	5	4	5	4	5	2	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	1	1	1	4	2	2	2	4	4	4	2	5	4	4	5	5	4
5	5	5	2	4	2	5	4	4	4	5	4	5	2	5	4	4	4	4	5
4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	5	5	4	4
5	5	5	2	2	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5
4	2	2	2	2	2	4	2	1	2	5	2	4	2	2	2	5	2	5	5
4	5	4	2	2	2	5	5	2	4	5	5	5	2	2	2	5	2	2	4
5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4
5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4
4	2	4	2	2	2	5	2	2	4	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2
5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	4	1	4	4	1	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	5	2	4	4
4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	2	2	1	2	4	5	2	4	4

4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	5	1	2	1	5	4	5	2	4	4
4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	2	4	1	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2
5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	2	4	4	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	2	4	2	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	2	2	4	4
4	2	2	4	4	4	2	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	2	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4

Y															
5	5	5	5	4	4	1	4	3	2	4	4	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	3	2	5	5	2
5	5	5	5	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	4	3	5	5	5	4
5	5	5	5	4	2	4	2	5	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5	2	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	2	2	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	1	2	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	2	5	5	2	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	2	2	5	5	4	4	4	4	5	2	5	5
4	4	5	4	2	4	4	5	4	5	5	5	2	2	5	5
3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	4	5	4
3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
3	4	4	4	2	2	4	2	5	5	5	5	4	5	4	5

Lampiran 4 : : Hasil Uji SPSS Ver 25
Uji Reliabilitas X1 Faktor Budaya

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.p1	16.43	18.668	0.761	0.843
x1.p3	16.57	17.771	0.719	0.836
x1.p2	17.03	15.275	0.627	0.841
x1.p4	18.87	15.982	0.546	0.857
x1.p5	17.93	13.857	0.728	0.822
x1.p6	17.83	13.868	0.793	0.805

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.859	6

Uji Reliabilitas X2 Faktor Sosial

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.p1	10.07	6.064	0.624	0.782
x2.p2	10.77	4.530	0.793	0.697
x2.p3	11.33	6.713	0.429	0.867
x2.p4	10.43	6.116	0.811	0.719

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.820	4

Uji Reliabilitas X3 Faktor Pribadi

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.p1	16.57	7.082	0.775	0.924
x3.p2	17.07	6.133	0.858	0.902
x3.p3	17.13	5.637	0.948	0.883
x3.p4	17.23	4.668	0.887	0.916
x3.p5	16.67	7.057	0.766	0.925

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.927	5

Uji Reliabilitas X4 Faktor Psikologis

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x4.p1	17.63	6.102	0.940	0.908
x4.p2	17.50	6.052	0.915	0.912
x4.p3	17.83	5.040	0.904	0.931
x4.p4	17.47	7.361	0.813	0.938
x4.p5	17.30	7.459	0.806	0.940

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.940	5

Uji Reliabilitas Y Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y.p1	13.13	4.051	0.893	0.856
y.p2	13.00	3.379	0.895	0.882
y.p3	12.33	5.954	0.806	0.923
y.p4	12.73	4.961	0.859	0.879

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.914	4

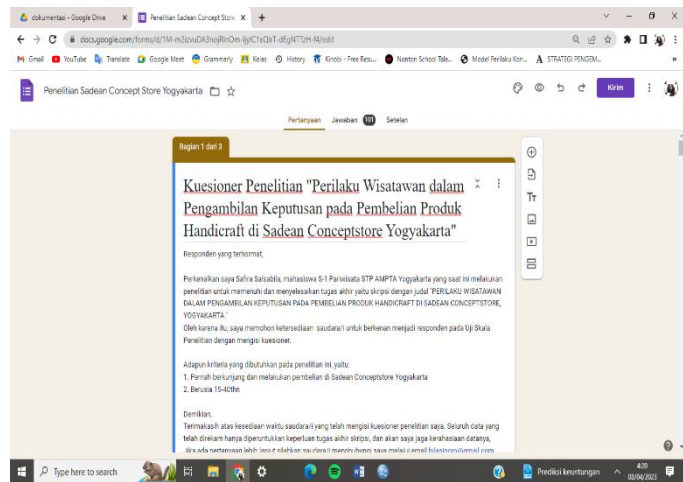
Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda SPSS Ver 25

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	0.651	0.636	1.498
a. Predictors: (Constant), psikologis (x4), budaya (x1), pribadi (x3), sosial (x2)				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.416	4	99.354	44.293	.000 ^b
	Residual	213.094	95	2.243		
	Total	610.510	99			
a. Dependent Variable: keputusan pembelian (y)						
b. Predictors: (Constant), psikologis (x4), budaya (x1), pribadi (x3), sosial (x2)						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.503	1.156		2.165	0.033
	budaya (x1)	0.100	0.059	0.200	1.684	0.096
	sosial (x2)	0.084	0.082	0.123	1.031	0.305
	pribadi (x3)	0.084	0.074	0.110	1.136	0.259
	psikologis (x4)	0.428	0.075	0.508	5.688	0.000
a. Dependent Variable: keputusan pembelian (y)						

Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian



Menyebarkan QR berisi tautan kuesioner
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfE0koooxRZy40hgGCIJ2_VupIpNhrX80wzZZVU5ux40_KT93g/viewform melalui Instagram melalui @sadean.conceptstore dan menyebarkan langsung kepada pengunjung Sadean *Concept Store* Yogyakarta
Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti 2023

Lampiran 8 Lembar Bimbingan

NAMA MAHASISWA : _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____



NAMA PEMBIMBING I : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		Metode penulisan	
		- Alan Isani	
		- dimed. apa	
		- waktu walaah	
		- teori: dr	
		pengany 78 sama	
		2 bulun sama	
		dimed. ibid	
		terdiri paraktik	

NAMA PEMBIMBING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	14/10	1) Moolam tabel	h.
		2) nomor	
		3) hinghepib	
		4) tempat berpa?	h
		5) flat audior	
		6) RRT F.	h.
	20/10	hinas instrumen	
		chem? caya kemah	
		deya def operand	h
		kebudaya, sosial	
		dan bun puitad	
		perhalapa- dea.	



NAMA MAHASISWA: Sepira Siskabila
NO. MAHASISWA : 510101176
JUDUL PENELITIAN : "Pengaruh wisatawan dalam Pengambilan Keputusan Foto Pembelian Produk Handicraft di Sektor Concept Store, Yogyakarta."

NAMA PEMBIMBING I: Drs. Santosa, M.M

NAMA PEMBIMBING II: Arif Dwi Saputra, S.S., M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMINGAN	PARAF
	1/2/2023	Calat Uji analitis	h
		data	
		Print Cover	h
	17/4/2023	Revisi pengantar	
		Abstrak, daftar isi	h
		Pembacaan / pengantar	
	21/5/2023	ACC	h
		ke pemb II	
		Printout	
		Pembacaan	

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMINGAN	PARAF
	3/5-23	Bab II :	
		subbab: yg sudah	h
		ditentukan	h
		Bab III :	
		Tambahan di	
		gambar minor	h
	9/5-23	perbaiki ide	
		kebyk di 20-25	
		keper ubh arg	h
		perbaiki	h



NAMA MAHASISWA: SATIRA SALSABILA
NO. MAHASISWA : 51011148
JUDUL PENELITIAN : Perilaku wisatawan dalam berpartisipasi kepariwisataan pada Pembelian Produk Krimieseng di Sistem Concept Store Yogyakarta

NAMA PEMBIMBING I: Drs. Samsori, M.M

NAMA PEMBIMBING II: Arif Dwi Saputra, S.S., M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BERTINGGAH	PARAF
	19/10/23	pendahuluan, pendahuluan	h
		dasar-dasar kuantitatif	
		R. mardiana, fujon	
		kerangka (GML)	h
	19/10	metode, metode	
		pendahuluan, pendahuluan	
		R. mardiana	
		dasar-dasar kuantitatif	
		metode, metode	
		dasar-dasar kuantitatif	

NO.	TANGGAL	URAIAN BERTINGGAH	PARAF
		latar belakang:	
		pendahuluan, pendahuluan	h
		Dr. W. Samsori	h
		diskusi	
		Tinjauan pustaka	
		- buku, wawancara	
		kanon, wawancara	h
		cuplikan foto	h
		ada di daftar	
		pendahuluan	

