

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York : The Free Press
- Amelda Murti, A., Bahrudin, M., & Devi, Y. (2024). Analysis of the Influence of Brand Awareness and Service Quality on Customer Interest in Using Home Ownership Products (KPR) Griya Hasanah Study on: BSI KC Customer Tanjung Karang. *KnE Social Sciences*, 2024, 253–268.
<https://doi.org/10.18502/kss.v9i16.16250>
- Andra Novarianty, T., & Maolana Hidayat, A. (2024). The Effect of Using Paylater Services on Patterns Consumption Mediated By Personal Money Management in Generation Z. *American Journal of Multidisciplinary Research & Development (AJMRD)*, 06(07), 1–14. www.ajmrd.com
- Apaut, V. A., & Suparman. (2021). Membangun Disiplin Rohani Siswa pada Generasi Z melalui Jurnal Membaca Alkitab. *Diligentia: Journal of Theology and Christian Education*, 3(2), 110–125.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Azis, M. (2023). Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Subsidi Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Berpenghasilan Rendah. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(1), 1–16.
<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i1.1717>
- Damanik, S., Hidayat, N., Sianturi, R., Harahap, P. N., Belcha, D., Damanik, N., Ekonomi, F., & Medan, U. N. (2024). *Keputusan Pembelian Menggunakan*

- Shopee Paylater Pada*. 7, 319–324. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1414>
- Fajri, Moh; Jahja, N. (2023). *Kredit BTN Capai 298 Triliun di 2022, Tumbuh 8,53 Persen*. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/kredit-btn-capai-298-triliun-di-2022-tumbuh-8-53-persen-1zqaBZOSuQP/1>
- Fajrussalam, H., Ihsanudin, Luthfi, T., Sallsabila, I., & Puspita Sari, R. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap PayLater Dalam Online Shopping. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 8886–8893. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3787>
- Fanama, V., & Pratikto, R. (2019). Bubble Property di Indonesia: Analisis Empiris Survei Harga Properti Residensial. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 169–180.
- Fany Fadhila, A., & Muslim Marpaung. (2020). Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal). *Pengaruh Relegiusitas, Pengaruh Produk, Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan ShopeePay Later*, 1(2), 20–30.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). “True Gen”: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10. [https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer%20Packaged%20Goods/Our%20Insights/True%20Gen%20Generation%20Z%20and%20its%20implications%20for%20companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx)
- Green S B. (1991). How Many Subjects Does It Take To Do A Regression Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510. <https://doi.org/10.1207/s15327906mbr2603>
- Haryono, E. (2024). *Survei Harga Properti Residensial Triwulan I 2024: Peningkatan Harga Properti Residensial Berlanjut Siaran Pers*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2610424.aspx
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen Dan*

- Pemasaran Jasa*, 12(1), 19–34. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>
- Junaidi, R. D., Arif, E., & Sarmiati. (2022). Komunikasi keluarga dalam menghadapi disrupsi teknologi pada generasi digitasl native (Studi kasus 3 keluarga tokoh agama islam di Kota Solok). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 5537–5543. <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>
- Kamil, R., & Laksmi. (2023). Generasi Z, Pustakawan, dan Vita Activa Kepustakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 9008(105), 25–34. <https://doi.org/10.55981/baca.2023.1119>
- Nirmalapurie, N. A. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Penggunaan Fitur PayLater Pada Aplikasi Gojek. *Media Iuris*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.20473/mi.v3i1.19161>
- Rohman, Muchammad Atho'ur ; Zulaikha, S. (2020). *Pengaruh_Suku_Bunga_Nilai_Tukar_DPK_Dan*. 6(10), 2077–2094.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Sari, W. A., Fiorintari, F., & Ardhi, Q. (2023). Persepsi Generasi-Z Dalam Penggunaan Fintech Payment. *Eksos*, 19(1), 17–26. <https://doi.org/10.31573/eksos.v19i1.509>
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.

<https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>

Setya Budi, A. D. A., Septiana, L., & Panji Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11.

<https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>

Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). *Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Analysis of Paylater Service Utilization in the*. 3(1), 57–70.

Sukmawati, E. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Kpr Pada Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Prabumulih. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5(2), 53–72.

<https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.116>

Sulistiyowati, W. (2017). Buku Ajar Statistika Dasar. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>

Suparman, M. (2024). Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.35912/jisted.v3i1.2944>

Tanar, Y. I. M., Ballo, F. W., & Tungga, C. A. (2024). Pengaruh Loan To Value (LTV) dan Shock Variabel Makroekonomika terhadap Industri Properti di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(2), 131–143.

<https://doi.org/10.59024/jumek.v2i2.353>

Threcia, H., Hermanto, Y. B., & Widyastuti, M. (2021). KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR)PENGARUH BRAND AWARENESS, PHYSICAL EVIDENCE DAN SERVICE QUALITY PADA PT. BTN (PERSERO) Tbk. *PERFORMANCE Bisnis & Akuntansi*, XI(1), 67–85.

Wahyuandari, W., & Wati, N. T. (2024). *PENGARUH PENDAPATAN DAN SUKU BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT*

PEMILIKAN RUMAH. 4, 1–16.

Wardhana, A. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. March.

http://widhadyah.lecture.ub.ac.id/files/2012/03/PE3_TEORI-PERILAKU-KONSUMEN.pdf

Widyastuti, M. (2021). KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) PENGARUH BRAND AWARENESS, PHYSICAL EVIDENCE DAN SERVICE QUALITY PADA PT. BTN (PERSERO) Tbk. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 11(2), 114–129.

<https://doi.org/10.24929/feb.v11i2.1353>

Yin, B., Yu, Y., & Xu, X. (2021). Recent advances in consumer behavior theory: Shocks from the covid-19 pandemic. *Behavioral Sciences*, 11(12).

<https://doi.org/10.3390/bs11120171>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi- Kisi Kuesioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian “Pengaruh Suku Bunga Acuan, *Brand Awareness*, dan Adopsi Penggunaan *Paylater* Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk”

Yth Bapak/Ibu/Saudara/i,

Perkenalkan, saya Rizky Aullia R, mahasiswi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Pembangunan “Veteran” Yogyakarta Angkatan 21. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penyaluran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Kriteria Responden

- a. Generasi Z yang lahir pada tahun 1995-2007 yang terdaftar dalam akun *Paylater*.
- b. Generasi Z yang lahir pada tahun 1995-2007 yang akan atau tertarik mengambil KPR.

Jika Anda memenuhi kriteria diatas, saya sangat mengharapkan partisipasi Anda dalam mengisi kuisisioner. Mohon diisi dengan jawaban yang jujur dan sesuai dengan realita, karena tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam kuisisioner ini. Jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Atas perhatian dan waktu Anda dalam penelitian ini, saya ucapkan teirmkasih.

Salam,

Rizky Aullia R

Petunjuk Pengisian

1. Baca setiap pertanyaan dengan seksama
2. Pilih salah satu opsi yang sesuai dengan pendapat Anda
3. Skala pengukuran dengan likert dapat dicermati sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (5 point)

S : Setuju (4 point)

N : Netral (3 point)

TS : Tidak Setuju (2 point)

STS : Sangat Tidak Setuju (1 point)

Identitas responden

Usia :

Jenis Kelamin:

- Perempuan
- Laki-laki

Pekerjaan:

Pelajar/Mahasiswa

Pekerjaan Kantoran

Wiraswasta

Lainnya

Status Ekonomi:

Kelas Atas (Upper)

Kelas Menengah (Middle)

Kelas Bawah (Lower)

Kuesioner Penelitian

1. Suku Bunga Acuan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Persepsi Terhadap Suku Bunga						
1	Saya merasa tingkat suku bunga nasional saat ini memengaruhi keputusan saya untuk mengambil KPR.					
2	Saya lebih cenderung mengambil KPR jika suku bunga turun.					
3	Suku bunga yang stabil memberikan rasa aman dalam mengambil KPR.					
4	Perubahan suku bunga yang kecil tetap mempengaruhi keputusan saya dalam mengambil KPR.					

2. Brand Awareness (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Brand Recognition						
1	Saya mengenali logo dan slogan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. dengan mudah.					
2	Saya mengetahui bahwa PT Bank Tabungan Negara memiliki reputasi baik dalam layanan KPR.					
Brand Recall						
3	Ketika memikirkan KPR, PT Bank Tabungan Negara adalah merek pertama yang muncul di benak saya.					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
4	Ketika saya membutuhkan KPR, PT Bank Tabungan Negara selalu menjadi pertimbangan utama.					

3. Adopsi Penggunaan *Paylater* (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Frekuensi Penggunaan						
1	Saya sering menggunakan fitur <i>Paylater</i> untuk bertransaksi.					
2	<i>Paylater</i> mempermudah saya dalam mengatur pembayaran.					
3	Saya merasa nyaman menggunakan <i>Paylater</i> untuk transaksi yang bernilai besar.					
Partisipasi dalam Program Promosi						
4	Saya merasa tertarik mengikuti promosi <i>Paylater</i> yang ditawarkan.					
5	Promosi yang diberikan <i>Paylater</i> relevan dengan kebutuhan saya.					
6	Promosi yang diberikan <i>Paylater</i> memberikan nilai tambah dalam keputusan saya.					

4. Keputusan Pengambilan KPR (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Faktor Keuangan						
1	Saya mempertimbangkan suku bunga KPR sebelum memutuskan untuk mengambilnya.					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
2	Saya mempertimbangkan stabilitas pekerjaan sebelum mengambil KPR.					
3	Saya merasa optimis tentang kemampuan saya melunasi KPR.					
Faktor Kebutuhan dan Prioritas						
4	Memiliki rumah sendiri adalah prioritas utama saya dalam 5 tahun ke depan.					
5	Saya lebih memilih menyewa rumah daripada mengambil KPR.					
Faktor Pengetahuan dan Informasi						
6	Saya aktif mencari informasi tentang produk KPR sebelum mengambil keputusan.					
7	Saya mempertimbangkan jangka waktu cicilan KPR sebelum memutuskan.					

Lampiran 2 Karakteristik Responden Secara Keseluruhan

Responden	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Pekerjaan	Status Ekonomi
1	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Lower
2	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Middle
3	Laki-Laki	18-24	Pekerja Kantoran	Lower
4	Laki-Laki	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Lower
5	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Middle
6	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Upper
7	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Lower
8	Perempuan	25-30	Lainnya	Middle
9	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Middle
10	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Upper
11	Laki-Laki	25-30	Pekerja Kantoran	Upper
12	Laki-Laki	25-30	Wiraswasta	Middle
13	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Middle

Responden	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Pekerjaan	Status Ekonomi
14	Laki-Laki	25-30	Lainnya	Upper
15	Perempuan	25-30	Lainnya	Lower
16	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Middle
17	Laki-Laki	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Middle
18	Laki-Laki	25-30	Lainnya	Upper
19	Laki-Laki	18-24	Pekerja Kantoran	Lower
20	Laki-Laki	25-30	Pekerja Kantoran	Middle
21	Perempuan	25-30	Wiraswasta	Middle
22	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Lower
23	Perempuan	25-30	Wiraswasta	Upper
24	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Middle
25	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
26	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Lower
27	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Middle
28	Perempuan	18-24	Lainnya	Lower
29	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Lower
30	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Middle
31	Laki-Laki	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Lower
32	Perempuan	18-24	Lainnya	Middle
33	Laki-Laki	18-24	Pekerja Kantoran	Lower
34	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Upper
35	Perempuan	25-30	Wiraswasta	Middle
36	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Middle
37	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Middle
38	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Upper
39	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Middle
40	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Lower
41	Laki-Laki	25-30	Lainnya	Upper
42	Laki-Laki	25-30	Pekerja Kantoran	Upper
43	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Middle
44	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Middle
45	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Middle
46	Perempuan	18-24	Lainnya	Lower
47	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Lower
48	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Upper
49	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Lower
50	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle

Responden	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Pekerjaan	Status Ekonomi
51	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Lower
52	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Lower
53	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
54	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Middle
55	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Upper
56	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Middle
57	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Upper
58	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Lower
59	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Upper
60	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Upper
61	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Upper
62	Laki-Laki	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Upper
63	Perempuan	25-30	Wiraswasta	Upper
64	Laki-Laki	18-24	Pekerja Kantoran	Lower
65	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
66	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Upper
67	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Middle
68	Perempuan	25-30	Wiraswasta	Middle
69	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
70	Perempuan	18-24	Lainnya	Middle
71	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Lower
72	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Upper
73	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Middle
74	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
75	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
76	Perempuan	25-30	Lainnya	Lower
77	Perempuan	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Lower
78	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Middle
79	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Lower
80	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Lower
81	Laki-Laki	25-30	Pelajar/Mahasiswa	Middle
82	Perempuan	25-30	Wiraswasta	Upper
83	Perempuan	18-24	Wiraswasta	Lower
84	Laki-Laki	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Upper
85	Laki-Laki	25-30	Wiraswasta	Lower
86	Perempuan	25-30	Wiraswasta	Middle
87	Laki-Laki	25-30	Wiraswasta	Lower

Responden	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Pekerjaan	Status Ekonomi
88	Laki-Laki	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
89	Laki-Laki	25-30	Pekerja Kantoran	Lower
90	Laki-Laki	25-30	Lainnya	Upper
91	Laki-Laki	18-24	Lainnya	Middle
92	Perempuan	18-24	Lainnya	Middle
93	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Lower
94	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Lower
95	Perempuan	25-30	Pekerja Kantoran	Middle
96	Perempuan	18-24	Pekerja Kantoran	Middle
97	Perempuan	18-24	Pelajar/Mahasiswa	Upper
98	Laki-Laki	18-24	Wiraswasta	Middle
99	Laki-Laki	18-24	Lainnya	Middle
100	Perempuan	18-24	Lainnya	Middle

Sumber: Hasil Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 3 Data Responden Variabel Suku Bunga Acuan

Responden	Pernyataan				X1 TOTAL
	1	2	3	4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	4	5	19
3	4	3	5	4	16
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	3	4	3	3	13
8	5	5	4	5	19
9	5	5	5	5	20
10	4	3	4	4	15
11	3	4	3	3	13
12	5	3	4	5	17
13	5	5	5	5	20
14	4	5	3	4	16
15	5	5	5	5	20
16	3	3	4	3	13
17	4	4	4	4	16
18	5	5	5	5	20
19	4	5	4	4	17

Responden	Pernyataan				X1 TOTAL
	1	2	3	4	
20	3	5	5	3	16
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	4	5	5	4	18
25	4	4	5	4	17
26	4	5	5	4	18
27	5	5	5	5	20
28	4	4	5	4	17
29	5	5	4	5	19
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	4	5	5	4	18
33	5	5	4	5	19
34	3	4	4	3	14
35	3	4	3	3	13
36	3	5	3	3	14
37	5	5	4	5	19
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	3	4	4	3	14
41	5	5	4	5	19
42	4	4	3	4	15
43	4	4	4	4	16
44	4	4	5	4	17
45	4	4	5	4	17
46	5	3	5	5	18
47	4	5	5	4	18
48	3	3	3	3	12
49	5	4	5	5	19
50	5	5	5	5	20
51	4	4	5	4	17
52	4	5	5	4	18
53	2	4	5	2	13
54	5	5	5	5	20
55	4	5	3	4	16
56	3	4	4	3	14

Responden	Pernyataan				X1 TOTAL
	1	2	3	4	
57	4	5	5	4	18
58	5	5	5	5	20
59	4	4	5	4	17
60	5	5	5	5	20
61	3	4	4	3	14
62	4	5	5	4	18
63	5	4	5	5	19
64	4	5	4	4	17
65	5	4	4	5	18
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	3	4	4	3	14
69	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	5	5	4	18
73	4	4	5	4	17
74	4	5	5	4	18
75	5	5	5	5	20
76	5	4	5	5	19
77	3	5	4	3	15
78	5	4	5	5	19
79	4	4	4	4	16
80	5	4	5	5	19
81	4	5	5	4	18
82	3	5	5	3	16
83	4	5	5	4	18
84	5	5	5	5	20
85	5	5	4	5	19
86	4	3	5	4	16
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20
90	3	4	3	3	13
91	5	5	4	5	19
92	5	5	5	5	20
93	4	3	4	4	15

Responden	Pernyataan				X1 TOTAL
	1	2	3	4	
94	3	4	3	3	13
95	5	3	4	5	17
96	5	5	5	5	20
97	4	5	3	4	16
98	5	5	5	5	20
99	3	3	4	3	13
100	4	4	4	4	16

Sumber: Hasil Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 4 Responden Data Variabel *Brand Awareness*

Responden	Pernyataan				X2 TOTAL
	1	2	3	4	
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	4	19
7	3	3	4	4	14
8	4	4	5	5	18
9	5	5	5	5	20
10	4	4	4	4	16
11	4	3	4	3	14
12	5	3	3	5	16
13	5	5	5	5	20
14	3	4	3	4	14
15	5	5	5	5	20
16	3	4	3	5	15
17	3	3	3	4	13
18	4	4	4	5	17
19	4	4	4	3	15
20	5	3	3	5	16
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	4	4	18
24	4	4	5	5	18
25	4	4	4	4	16

Responden	Pernyataan				X2 TOTAL
	1	2	3	4	
26	5	3	2	3	13
27	5	5	5	4	19
28	5	3	3	3	14
29	4	4	5	5	18
30	5	5	5	4	19
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	4	19
33	5	5	3	3	16
34	4	3	4	3	14
35	3	3	4	4	14
36	4	3	3	4	14
37	5	3	5	4	17
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	3	3	3	4	13
41	5	5	3	3	16
42	4	3	4	4	15
43	4	4	3	3	14
44	5	5	3	5	18
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	3	3	4	14
48	3	3	2	4	12
49	4	4	4	5	17
50	3	1	1	4	9
51	3	5	5	3	16
52	5	5	4	4	18
53	3	3	3	4	13
54	2	2	2	3	9
55	5	4	4	4	17
56	3	4	3	5	15
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	5	20
59	5	4	4	3	16
60	4	5	5	5	19
61	4	4	4	5	17
62	4	4	4	3	15

Responden	Pernyataan				X2 TOTAL
	1	2	3	4	
63	5	4	4	5	18
64	5	4	4	4	17
65	5	4	4	3	16
66	5	5	5	3	18
67	5	5	5	5	20
68	4	3	3	4	14
69	5	5	5	5	20
70	3	5	5	4	17
71	4	4	4	5	17
72	5	5	4	5	19
73	4	4	5	5	18
74	4	4	4	5	17
75	4	2	2	4	12
76	5	4	4	5	18
77	4	2	3	4	13
78	4	4	5	5	18
79	4	4	5	5	18
80	5	4	4	5	18
81	4	5	5	4	18
82	5	4	4	5	18
83	4	4	4	5	17
84	5	5	5	4	19
85	4	4	4	4	16
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20
90	3	3	4	4	14
91	4	4	5	4	17
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16
94	4	3	4	3	14
95	5	3	3	5	16
96	5	5	5	5	20
97	3	4	3	3	13
98	5	5	5	5	20
99	3	4	3	3	13

Responden	Pernyataan				X2 TOTAL
	1	2	3	4	
100	3	3	3	3	12

Sumber: Hasil Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 5 Responden Data Variabel Adopsi Penggunaan Paylater

Responden	Pernyataan						X3 TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	4	4	5	5	28
2	4	4	4	5	4	4	25
3	4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	4	5	5	5	29
7	4	4	4	5	5	5	27
8	5	5	5	5	5	4	29
9	3	4	3	4	4	4	22
10	3	3	3	4	4	4	21
11	3	4	4	3	4	4	22
12	3	4	4	4	3	4	22
13	5	5	5	5	5	5	30
14	2	5	4	4	3	2	20
15	3	4	3	5	5	4	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	1	2	2	1	1	1	8
18	4	4	4	4	3	3	22
19	4	5	4	4	4	4	25
20	2	3	3	3	4	4	19
21	5	5	5	5	5	5	30
22	3	5	3	5	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	4	5	2	3	3	22
25	3	3	3	5	4	4	22
26	4	2	3	3	3	4	19
27	5	5	5	5	5	5	30
28	3	4	4	4	4	4	23
29	5	5	4	5	4	5	28
30	5	5	1	5	5	5	26
31	5	5	5	5	5	5	30

Responden	Pernyataan						X3 TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
32	5	5	5	5	5	5	30
33	3	4	4	4	5	4	24
34	4	4	3	3	4	4	22
35	3	4	3	3	3	3	19
36	5	4	5	4	3	5	26
37	3	5	2	4	4	4	22
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	5	30
40	3	3	3	3	3	3	18
41	3	4	4	5	5	4	25
42	4	5	5	5	5	4	28
43	3	3	3	3	4	3	19
44	3	4	3	4	5	3	22
45	4	4	5	4	4	5	26
46	3	4	4	4	4	4	23
47	4	4	3	4	4	4	23
48	4	2	2	2	2	3	15
49	4	4	5	3	4	4	24
50	4	4	3	4	4	4	23
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	5	5	5	5	5	29
53	5	5	5	4	4	5	28
54	3	4	4	4	4	4	23
55	3	4	4	3	4	4	22
56	3	3	2	3	4	4	19
57	4	4	5	5	5	5	28
58	1	5	5	1	1	1	14
59	3	4	3	4	4	4	22
60	1	1	1	4	4	4	15
61	3	4	4	4	4	5	24
62	4	4	1	3	4	4	20
63	5	5	5	5	5	5	30
64	2	3	3	4	4	4	20
65	5	5	3	4	4	4	25
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	5	5	5	5	30
68	3	4	3	4	3	3	20

Responden	Pernyataan						X3 TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
69	5	5	5	5	1	5	26
70	4	5	3	4	5	4	25
71	4	4	4	4	3	4	23
72	4	5	3	4	4	4	24
73	3	4	2	3	4	3	19
74	4	4	4	5	4	4	25
75	1	2	2	5	4	3	17
76	5	5	5	4	5	5	29
77	4	4	5	3	3	4	23
78	3	4	2	4	3	4	20
79	4	4	4	4	4	5	25
80	3	3	3	4	4	3	20
81	4	5	4	5	5	3	26
82	3	3	3	3	3	3	18
83	3	3	4	4	4	5	23
84	5	5	4	4	5	5	28
85	4	4	4	5	4	4	25
86	4	4	4	5	4	4	25
87	4	5	5	5	5	5	29
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	4	5	5	5	29
90	4	4	4	5	5	5	27
91	5	5	5	5	5	4	29
92	3	4	3	4	4	4	22
93	3	3	3	4	4	4	21
94	3	4	4	3	4	4	22
95	3	4	4	4	3	4	22
96	5	5	5	5	5	5	30
97	2	5	4	4	3	2	20
98	3	4	3	5	5	4	24
99	5	5	5	5	5	5	30
100	1	2	2	1	1	1	8

Sumber: Hasil Survei Mandiri Populix (2025)

**Lampiran 6 Data Responden Variabel Keputusan Pengambilan Kredit
Pemilikan Rumah (KPR)**

Responden	Pernyataan							Y TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	5	3	5	5	30
2	4	4	4	4	3	4	4	27
3	5	5	5	5	4	5	4	33
4	4	3	5	5	4	4	5	30
5	5	5	5	5	2	5	5	32
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	4	5	4	5	3	5	5	31
8	5	5	5	5	3	5	5	33
9	5	5	3	5	3	5	5	31
10	4	4	5	5	3	5	5	31
11	3	4	4	4	4	4	3	26
12	4	4	3	4	3	4	3	25
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	5	5	3	5	1	5	5	29
15	5	5	5	5	3	5	5	33
16	4	3	3	5	3	2	3	23
17	3	4	2	4	3	3	3	22
18	3	3	3	5	3	3	4	24
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	5	5	3	5	1	5	5	29
21	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	5	4	5	3	5	5	32
23	5	5	5	5	2	5	5	32
24	3	5	4	4	1	4	4	25
25	5	5	5	5	3	5	5	33
26	5	5	4	5	4	4	4	31
27	5	5	5	5	1	5	5	31
28	4	4	4	5	3	5	5	30
29	3	4	4	4	3	5	5	28
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	5	5	5	5	5	5	5	35
32	5	5	5	5	4	5	5	34
33	4	5	3	5	2	5	3	27
34	4	4	3	5	3	4	4	27

Responden	Pernyataan							Y TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
35	3	4	3	3	3	3	3	22
36	3	5	5	3	3	5	3	27
37	5	3	4	4	4	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	5	35
39	5	4	5	5	4	5	5	33
40	3	4	3	2	2	3	3	20
41	4	5	3	4	3	5	3	27
42	4	5	5	4	5	4	4	31
43	3	4	4	4	4	4	4	27
44	4	5	3	4	3	5	3	27
45	5	4	5	5	1	5	5	30
46	5	5	5	4	4	5	5	33
47	5	5	5	5	2	4	5	31
48	4	4	3	3	3	4	3	24
49	5	4	4	5	3	4	5	30
50	5	5	3	5	5	5	4	32
51	4	4	4	5	3	5	5	30
52	4	4	4	4	2	5	5	28
53	5	5	4	5	3	5	5	32
54	4	5	3	4	4	5	4	29
55	5	4	4	5	3	5	4	30
56	5	5	4	5	3	4	5	31
57	5	5	5	5	1	5	5	31
58	5	5	3	5	2	5	5	30
59	5	5	4	4	3	5	5	31
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	4	5	3	5	4	3	5	29
62	5	5	3	4	1	5	4	27
63	5	5	4	5	2	5	5	31
64	5	5	5	5	1	4	5	30
65	5	5	4	5	2	5	4	30
66	5	5	5	5	5	5	5	35
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	4	5	3	4	3	4	3	26
69	5	5	5	5	1	5	5	31
70	3	5	3	3	1	3	3	21
71	5	5	5	5	2	5	4	31

Responden	Pernyataan							Y TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
72	5	4	4	5	3	4	5	30
73	5	5	5	5	4	5	5	34
74	4	4	4	4	1	4	4	25
75	5	5	5	5	1	5	5	31
76	5	5	5	5	4	4	5	33
77	4	4	2	5	3	4	4	26
78	5	5	5	4	1	5	4	29
79	4	4	4	4	4	4	5	29
80	4	5	5	5	2	5	5	31
81	5	4	5	5	1	5	5	30
82	5	5	5	5	1	5	5	31
83	5	5	5	5	2	4	5	31
84	4	4	4	5	3	5	5	30
85	4	4	4	4	3	4	4	27
86	5	5	5	5	4	5	4	33
87	4	3	5	5	4	4	5	30
88	5	5	5	5	2	5	5	32
89	5	5	5	5	5	5	5	35
90	4	5	4	5	3	5	5	31
91	5	5	5	5	3	5	5	33
92	5	5	3	5	3	5	5	31
93	4	4	5	5	3	5	5	31
94	3	4	4	4	4	4	3	26
95	4	4	3	4	3	4	3	25
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	5	3	5	1	5	5	29
98	5	5	5	5	3	5	5	33
99	4	3	3	5	3	2	3	23
100	3	4	2	4	3	3	3	22

Sumber: Hasil Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 7 Penilaian Responden pada Variabel Suku Bunga Acuan

Interval	Kategori	Frekuensi	Presentase
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	0	0%
1,80 s/d 2,59	Rendah	0	0%
2,60 s/d 3,39	Cukup	9	9%
3,40 s/d 4,19	Tinggi	23	23%

Interval	Kategori	Frekuensi	Presentase
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	68	68%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 8 Penilaian Responden pada Variabel *Brand Awareness*

Interval	Kategori	Frekuensi	Presentase
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	0	0%
1,80 s/d 2,59	Rendah	2	2%
2,60 s/d 3,39	Cukup	10	10%
3,40 s/d 4,19	Tinggi	31	31%
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	57	57%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 9 Penilaian Responden pada Variabel Adopsi Penggunaan *Paylater*

Interval	Kategori	Frekuensi	Presentase
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	2	2%
1,80 s/d 2,59	Rendah	3	3%
2,60 s/d 3,39	Cukup	16	16%
3,40 s/d 4,19	Tinggi	42	42%
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	37	37%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 10 Penilaian Responden pada Variabel Keputusan Gnerasi Z dalam Pengambilan KPR

Interval	Kategori	Frekuensi	Presentase
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	0	0%
1,80 s/d 2,59	Rendah	0	0%
2,60 s/d 3,39	Cukup	7	7%
3,40 s/d 4,19	Tinggi	29	29%
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	64	64%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Survei Mandiri Populix (2025)

Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Suku Bunga Acuan

a. Uji Validitas

		Correlations				
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Total_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.497**	.491**	1.000**	.919**
	Sig. (2-tailed)		.005	.006	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.497**	1	.343	.497**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.005		.064	.005	<.001
	N	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	.491**	.343	1	.491**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.006	.064		.006	<.001
	N	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	1.000**	.497**	.491**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.005	.006		<.001
	N	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.919**	.720**	.703**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30

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

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

b. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	4

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Brand Awareness

a. Uji Validitas

		Correlations				
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Total_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.494**	.368*	.183	.645**
	Sig. (2-tailed)		.006	.046	.333	<.001
	N	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.494**	1	.792**	.450*	.894**
	Sig. (2-tailed)	.006		<.001	.013	<.001
	N	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.368*	.792**	1	.488**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.046	<.001		.006	<.001
	N	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.183	.450*	.488**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.333	.013	.006		<.001
	N	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.645**	.894**	.876**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

b. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	4

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampran 13 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Adopsi Penggunaan Paylater

a. Uji Validitas

		Correlations						
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	Total_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.635**	.545**	.537**	.662**	.726**	.849**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.002	.002	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_2	Pearson Correlation	.635**	1	.527**	.654**	.667**	.547**	.819**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.003	<.001	<.001	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_3	Pearson Correlation	.545**	.527**	1	.302	.383*	.347	.638**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003		.105	.037	.061	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_4	Pearson Correlation	.537**	.654**	.302	1	.799**	.728**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.105		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_5	Pearson Correlation	.662**	.667**	.383*	.799**	1	.885**	.896**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.037	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_6	Pearson Correlation	.726**	.547**	.347	.728**	.885**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	.061	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X3	Pearson Correlation	.849**	.819**	.638**	.820**	.896**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

b. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Keputusan Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

a. Uji Validitas

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.694**	.473**	.688**	.074	.589**	.564**	.794**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.008	<.001	.697	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.694**	1	.376*	.294	-.109	.716**	.484**	.671**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.041	.115	.565	<.001	.007	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.473**	.376*	1	.382*	.324	.576**	.558**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.008	.041		.037	.080	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.688**	.294	.382*	1	.049	.386*	.629**	.631**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.115	.037		.799	.035	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.074	-.109	.324	.049	1	-.023	-.065	.377*
	Sig. (2-tailed)	.697	.565	.080	.799		.904	.731	.040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.589**	.716**	.576**	.386*	-.023	1	.819**	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.035	.904		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.564**	.484**	.558**	.629**	-.065	.819**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.001	.007	.001	<.001	.731	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.794**	.671**	.790**	.631**	.377*	.809**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.040	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

b. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	7

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73748828
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.049
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.089

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 16 Hasil Uji Multikolineritas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	.404	.385	2.780

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	502.110	3	167.370	21.658	<.001 ^b
	Residual	741.890	96	7.728		
	Total	1244.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.851	2.289		5.178	<.001		
	X1	.448	.147	.298	3.047	.003	.651	1.537
	X2	.352	.138	.266	2.550	.012	.570	1.753
	X3	.173	.068	.228	2.561	.012	.785	1.275

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.958	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.022	13.395	.06	.08	.02	.94
	3	.012	17.960	.57	.00	.59	.02
	4	.007	23.155	.37	.92	.39	.05

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	24.04	33.04	29.80	2.252	100
Std. Predicted Value	-2.556	1.438	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.288	1.315	.522	.193	100
Adjusted Predicted Value	24.05	33.07	29.78	2.255	100
Residual	-8.325	4.913	.000	2.737	100
Std. Residual	-2.995	1.767	.000	.985	100
Stud. Residual	-3.022	1.854	.003	1.008	100
Deleted Residual	-8.480	5.412	.018	2.874	100
Stud. Deleted Residual	-3.161	1.878	.000	1.019	100
Mahal. Distance	.069	21.150	2.970	3.628	100
Cook's Distance	.000	.196	.013	.027	100
Centered Leverage Value	.001	.214	.030	.037	100

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 17 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.177 ^a	.031	.001	1.61694

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: ABS_RES

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.083	3	2.694	1.031	.383 ^b
	Residual	250.991	96	2.614		
	Total	259.075	99			

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.179	1.331		3.139	.002
	X1	-.053	.086	-.076	-.614	.541
	X2	-.081	.080	-.135	-1.016	.312
	X3	.013	.039	.037	.329	.743

a. Dependent Variable: ABS_RES

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.6798	2.8248	2.1973	.28574	100
Residual	-2.72070	6.04831	.00000	1.59225	100
Std. Predicted Value	-1.811	2.196	.000	1.000	100
Std. Residual	-1.683	3.741	.000	.985	100

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	.404	.385	2.780

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	502.110	3	167.370	21.658	<.001 ^b
	Residual	741.890	96	7.728		
	Total	1244.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.851	2.289		5.178	<.001
	X1	.448	.147	.298	3.047	.003
	X2	.352	.138	.266	2.550	.012
	X3	.173	.068	.228	2.561	.012

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 19 Hasil Uji Hipotesis

c. Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.851	2.289		5.178	<.001		
	X1	.448	.147	.298	3.047	.003	.651	1.537
	X2	.352	.138	.266	2.550	.012	.570	1.753
	X3	.173	.068	.228	2.561	.012	.785	1.275

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

d. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	502.110	3	167.370	21.658	<,001 ^b
	Residual	741.890	96	7.728		
	Total	1244.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

Lampiran 20 Hasil Keseluruhan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r	Signifikansi	Keterangan
Suku Bunga Acuan	X1_1	0,919	0,000	Valid
	X1_2	0,720	0,000	Valid
	X1_3	0,703	0,000	Valid
	X1_4	0,919	0,000	Valid
Brand Awareness	X2_1	0,645	0,000	Valid
	X2_2	0,894	0,000	Valid
	X2_3	0,876	0,000	Valid
	X2_4	0,673	0,000	Valid
Adopsi Penggunaan Paylater	X3_1	0,849	0,000	Valid
	X3_2	0,819	0,000	Valid
	X3_3	0,638	0,000	Valid
	X3_4	0,820	0,000	Valid
	X3_5	0,896	0,000	Valid
	X3_6	0,866	0,000	Valid
Keputusan Pengambilan KPR	Y1	0,794	0,000	Valid
	Y2	0,671	0,000	Valid
	Y3	0,790	0,000	Valid
	Y4	0,631	0,000	Valid
	Y5	0,377	0,040	Valid
	Y6	0,809	0,000	Valid
	Y7	0,770	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)

b. Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Suku Bunga Acuan	0,834
<i>Brand Awareness</i>	0,782
Adopsi Penggunaan <i>Paylater</i>	0,897
Keputusan Pengambilan KPR	0,776

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2025)