

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1**KUESIONER PENELITIAN**

Perihal : Mohon bantuan pengisian Kuesioner

Kepada Yth : Bapak/ Ibu, Saudara/ i

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata 1 Ekonomi di IIB Darmajaya Program Studi Bisnis Digital, Saya:

Nama : Anggita Dwi Prasasti

NPM : 2012140007

Sedang melakukan penelitian yang berjudul **PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK PAKAIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE**. Oleh karena itu saya mohon kesediaan bapak/ibu,saudara/i untuk mengisi kusioner di bawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpulkan saya jaga kerahasiaanya dan di gunakan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi ini semata. Atas perhatiannya, Saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Saudara/i sekalian mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa. Amin.

Peneliti,

Anggita Dwi Prasasti
2012140007

FORMAT KUESIONER

A. Deskripsi Responden

Mohon memberi tanda (x) pada jawaban berikut ini:

Nama	:	
Jenis Kelamin	:	<input type="checkbox"/> Pria <input type="checkbox"/> Wanita
Usia	:	<input type="checkbox"/> 20 tahun <input type="checkbox"/> 21 tahun <input type="checkbox"/> 22 tahun <input type="checkbox"/> 23 tahun <input type="checkbox"/> 24 tahun
Pekerjaan	:	<input type="checkbox"/> PNS <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> Mahasiswa <input type="checkbox"/> Tidak bekerja
Apakah anda mengetahui marketplace Shopee?	:	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Apakah anda menggunakan marketplace Shopee?	:	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Sudah berapa kali anda membeli produk pakaian pada marketplace Shopee?	:	<input type="checkbox"/> 1x <input type="checkbox"/> 2x <input type="checkbox"/> 3x <input type="checkbox"/> Lebih dari 3x

B. Kuesioner Utama

Berilah tanda (x) pada skala 1-5 dengan pilihan jawaban yang ada anggap paling sesuai. Angka tersebut menunjukkan tingkat kesetujuan anda terhadap pernyataan yang diajukan. Pernyataan di bawah ini memiliki jawaban alternatif :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

1. ONLINE CUSTOMER REVIEW

- **Percieved usefulness (Manfaat Yang Dirasakan)**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Review pada aplikasi shoppe membuat lebih mudah untuk berbelanja <i>online</i>					
2	Review pada aplikasi shoppe membantu menentukan pilihan pembelian					
3	Review pada aplikasi Shopee memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang diulas					

Sumber: (Luo, et al.,2015)

- **Source credibility (Kredibilitas Sumber)**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya percaya kepada review yang diberikan konsumen Shoppe					
2	Saya akan membeli secara <i>online</i> melalui aplikasi shoppe setelah saya melihat review yang diberikan konsumen sebelumnya					
3	Saya percaya review yang diberikan konsumen aplikasi shoppe jujur					

Sumber: (Elwanda dan Lu, 2014)

- **Argument Quality (Kualitas Argumen)**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa Review konsumen pada aplikasi shoppe sesuai dengan realita					
2	Saya merasa Review dari konsumen pada aplikasi shoppe relevan					

Sumber: Cheung, Lee, dan Rabjohn (2008)

- **Valence (Valensi)**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Review di aplikasi Shopee memberikan informasi yang benar					
2	Review produk pada aplikasi shoppe banyak yang bernada negatif					
3	Review produk pada aplikasi shoppe banyak yang bernada positif					

Sumber: Cheung, Lee, dan Rabjohn (2008)

- **Jumlah Ulasan**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Banyaknya ulasan positif dan testimonial membuat saya membeli produk pakaian di Shopee					
2	Banyaknya jumlah review positif mengenai produk pakaian di Shopee membuat saya yakin reputasi produk bagus.					

Sumber: Maharani (2023)

2. E-TRUST

- **Kemampuan (ability)**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa puas bertransaksi dengan layanan yang diberikan oleh penjual pada Shopee					
2	Saya percaya informasi yang saya berikan tidak disalahgunakan oleh pihak penjual pada Shopee					

- **Kebaikan hati (benevolence)**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya percaya bahwa Shopee memberikan pelayanan terbaik dalam setiap transaksi					
2	Saya percaya bahwa Shopee bertanggung jawab penuh ketika terjadi masalah atau gangguan dalam bertransaksi					

- **Integritas (integrity)**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya percaya bahwa Shopee bertanggung jawab dalam menjamin transaksi					
2	Saya percaya bertransaksi di Shopee karena transparansi yang diberikan oleh Shopee					

3. KEPUTUSAN PEMBELIAN

- **Seleksi produk**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya membeli pakaian sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya					

2	Saya membeli pakaian di Shopee karena pilihan produk yang ditawarkan beragam dan menarik.					
---	---	--	--	--	--	--

- **Pemilihan merk**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memutuskan membeli pakaian di Shopee setelah membandingkannya dengan marketplace yang lain					
2	Saya membeli pakaian di Shopee berdasarkan citra mereknya					

- **Seleksi penyedia**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya membeli pakaian di Shopee karena mudah ditemukan dan dicari					
2	Saya membeli pakaian di Shopee karena kemudahan dalam pesan antar.					

- **Waktu pembelian**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya dapat membeli pakaian di Shopee kapanpun yang saya inginkan					
2	Saya membeli pakaian di Shopee hanya saat ada promo, diskon, ataupun cashback.					

- **Jumlah pembelian**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya dapat membeli pakaian di Shopee sesuai dengan jumlah yang saya inginkan					

2	Saya mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian ulang pakaian di Shopee					
---	--	--	--	--	--	--

- **Metode pembayaran**

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memutuskan untuk membeli pakaian di Shopee karena metode pembayarannya yang beragam dari tunai sampai non tunai.					
2	Saya memutuskan untuk membeli pakaian pada Shopee karena kemudahan dalam pembayaran.					

LAMPIRAN 2

Data Responden

KRITERIA RESPONDEN					
NO	USIA	JENIS KELAMIN	PROVINSI	PROFESI	Jumlah pembelian produk pakaian di marketplace Shopee
1	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
2	21 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
3	23 tahun	Pria	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
4	21 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
5	22 tahun	Wanita	Lampung	Lainnya	Lebih dari 3x
6	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
7	22 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
8	21 tahun	Pria	Lampung	Wiraswasta	Lebih dari 3x
9	22 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
10	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
11	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
12	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
13	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
14	21 tahun	Pria	Lampung	Lainnya	Lebih dari 3x
15	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
16	23 tahun	Wanita	Lampung	Pegawai Swasta	Lebih dari 3x
17	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
18	22 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
19	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
20	23 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
21	22 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
22	22 tahun	Pria	Jawa Tengah	Lainnya	Lebih dari 3x
23	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
24	21 tahun	Pria	Riau	Lainnya	Lebih dari 3x
25	20 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
26	20 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	2x
27	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
28	20 tahun	Pria	Lampung	Belum bekerja	Lebih dari 3x
29	20 tahun	Wanita	Lampung	Pegawai Swasta	Lebih dari 3x
30	20 tahun	Wanita	DKI Jakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x

31	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
32	23 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
33	23 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
34	22 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Belum bekerja	Lebih dari 3x
35	21 tahun	Wanita	Banten	Mahasiswa	Lebih dari 3x
36	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
37	22 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
38	22 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	3x
39	22 tahun	Wanita	DKI Jakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
40	21 tahun	Wanita	DKI Jakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
41	21 tahun	Pria	Banten	Mahasiswa	Lebih dari 3x
42	21 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
43	21 tahun	Wanita	Surabaya	Mahasiswa	Lebih dari 3x
44	20 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
45	24 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
46	20 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
47	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
48	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
49	22 tahun	Wanita	Banten	Mahasiswa	Lebih dari 3x
50	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
51	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	2x
52	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
53	23 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
54	21 tahun	Wanita	Riau	Mahasiswa	Lebih dari 3x
55	21 tahun	Pria	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
56	24 tahun	Pria	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
57	23 tahun	Wanita	Banten	Mahasiswa	Lebih dari 3x
58	21 tahun	Wanita	Riau	Pegawai Swasta	Lebih dari 3x
59	21 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
60	22 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
61	23 tahun	Wanita	Jawa Barat	Pegawai Swasta	Lebih dari 3x
62	21 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
63	21 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
64	22 tahun	Wanita	Banten	Mahasiswa	Lebih dari 3x
65	21 tahun	Wanita	DKI Jakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
66	22 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
67	20 tahun	Wanita	DIY Yogyakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
68	20 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
69	21 tahun	Wanita	Banten	Mahasiswa	Lebih dari 3x

70	21 tahun	Pria	Bali	Mahasiswa	Lebih dari 3x
71	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
72	23 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
73	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
74	22 tahun	Wanita	DKI Jakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
75	21 tahun	Wanita	Jawa Timur	Mahasiswa	Lebih dari 3x
76	21 tahun	Wanita	DKI Jakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
77	22 tahun	Wanita	Jawa Timur	Mahasiswa	Lebih dari 3x
78	20 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
79	22 tahun	Wanita	DIY Yogyakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
80	21 tahun	Wanita	DIY Yogyakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
81	22 tahun	Wanita	Jawa Timur	Mahasiswa	Lebih dari 3x
82	22 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
83	22 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
84	21 tahun	Wanita	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
85	22 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	1x
86	22 tahun	Pria	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
87	20 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
88	22 tahun	Pria	Jawa Timur	Mahasiswa	3x
89	21 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
90	22 tahun	Wanita	Jawa Timur	Mahasiswa	Lebih dari 3x
91	24 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
92	22 tahun	Pria	Lampung	Mahasiswa	Lebih dari 3x
93	21 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
94	22 tahun	Wanita	DKI Jakarta	Mahasiswa	Lebih dari 3x
95	22 tahun	Pria	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
96	20 tahun	Wanita	Banten	Mahasiswa	2x
97	22 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
98	24 tahun	Wanita	Jawa Timur	Pegawai Swasta	Lebih dari 3x
99	22 tahun	Pria	Lampung	Lainnya	Lebih dari 3x
100	21 tahun	Wanita	Jawa Timur	Mahasiswa	Lebih dari 3x
101	21 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x
102	21 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
103	24 tahun	Pria	Lampung	Pegawai Swasta	Lebih dari 3x
104	21 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
105	20 tahun	Wanita	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
106	21 tahun	Pria	Jawa Barat	Mahasiswa	Lebih dari 3x
108	22 tahun	Wanita	Jawa Tengah	Mahasiswa	Lebih dari 3x

LAMPIRAN 3

TABULASI HASIL JAWABAN RESPONDEN

1. Online Customer Review

Online Customer Review (X1)														
Resp/ Quest	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	Total
R1	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	4	55
R2	5	4	5	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	48
R3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	61
R4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	5	5	52
R5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	59
R6	5	5	5	5	3	5	5	3	5	2	4	4	5	56
R7	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
R8	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	52
R9	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	52
R10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R11	5	3	3	3	5	3	3	3	3	2	4	5	5	47
R12	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	59
R13	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4	3	5	5	55
R14	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	54
R15	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	59
R16	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	56
R17	5	5	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	48
R18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R19	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	48
R20	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	51
R21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	51
R22	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	52
R23	5	5	5	3	5	4	4	3	3	3	3	5	5	53
R24	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	50
R25	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	52
R26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R29	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	55
R30	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	4	5	50
R31	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	59
R32	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	58

R33	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
R34	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	55
R35	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	4	4	5	57
R36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	52
R37	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	47
R38	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	55
R39	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	56
R40	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	45
R41	5	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	51
R42	5	5	5	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	51
R43	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	63
R44	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	56
R45	4	5	4	4	5	4	3	3	3	2	4	4	4	49
R46	4	4	5	5	4	5	4	5	4	2	4	4	5	55
R47	5	5	5	3	4	2	3	3	2	3	3	4	4	46
R48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	5	59
R49	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	60
R50	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	5	4	49
R51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	4	58
R52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	61
R53	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	60
R54	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	56
R55	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	47
R56	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	59
R57	4	5	4	3	4	2	3	4	3	4	4	5	4	49
R58	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3	5	5	58
R59	4	5	4	4	5	3	4	5	3	2	4	5	4	52
R60	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	59
R61	5	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	57
R62	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	58
R63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R64	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	57
R65	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	5	4	4	57
R66	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	60
R67	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	49
R68	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	39
R69	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	58
R70	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	60
R71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	60

R72	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	45
R73	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	58
R74	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	57
R75	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	55
R76	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	59
R77	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	56
R78	4	5	5	2	4	4	4	3	3	2	3	4	4	47
R79	4	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	49
R80	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	57
R81	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	56
R82	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	52
R83	5	5	5	3	5	4	5	4	5	3	3	5	5	57
R84	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	38
R85	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	59
R86	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	5	5	58
R87	5	4	4	3	4	4	4	4	4	1	5	5	5	52
R88	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	60
R89	5	4	5	5	5	4	5	4	2	3	3	5	5	55
R90	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	55
R91	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	53
R92	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	61
R93	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	55
R94	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	4	5	5	59
R95	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	56
R96	5	4	5	5	5	4	4	3	4	3	4	5	5	56
R97	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	59
R98	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	5	50
R99	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	58
R100	5	5	5	4	5	3	3	3	3	2	4	4	4	50
R101	4	5	5	4	5	4	4	5	5	2	4	5	4	56
R102	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	57
R103	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	54
R104	5	4	5	3	4	3	4	4	5	2	4	4	5	52
R105	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	57
R106	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	56
R107	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	58

2. E-Trust

E-Trust (X2)							
Resp/ Quest	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	Total
R1	4	4	5	5	5	4	27
R2	2	3	4	5	5	5	24
R3	5	5	5	5	5	5	30
R4	4	4	4	3	4	4	23
R5	5	4	5	5	5	5	29
R6	5	5	5	5	5	5	30
R7	5	4	4	5	5	5	28
R8	5	4	5	5	5	5	29
R9	4	3	4	4	4	4	23
R10	5	5	5	5	5	5	30
R11	4	4	4	4	4	4	24
R12	4	5	4	5	5	5	28
R13	5	4	5	5	5	4	28
R14	4	4	4	4	4	4	24
R15	4	5	4	3	4	5	25
R16	5	5	5	4	4	4	27
R17	3	4	4	4	4	3	22
R18	3	4	3	3	5	4	22
R19	5	5	4	5	5	4	28
R20	4	5	5	3	5	5	27
R21	4	4	4	4	4	4	24
R22	4	4	4	4	4	4	24
R23	4	5	5	5	5	5	29
R24	4	4	4	4	4	4	24
R25	4	4	4	3	3	4	22
R26	5	5	5	5	5	5	30
R27	5	5	5	5	5	5	30
R28	5	5	5	5	5	5	30
R29	3	3	3	3	3	3	18
R30	4	5	4	5	5	5	28
R31	4	4	5	5	4	5	27
R32	5	5	5	5	5	5	30
R33	5	5	5	5	5	5	30
R34	4	4	5	5	5	5	28
R35	5	4	4	5	5	5	28

R36	4	4	4	4	3	4	23
R37	3	4	4	3	3	4	21
R38	4	3	4	4	4	3	22
R39	4	4	3	4	4	4	23
R40	4	4	4	4	4	4	24
R41	5	5	5	4	5	5	29
R42	5	4	5	4	5	5	28
R43	4	4	4	4	5	4	25
R44	5	3	4	4	4	4	24
R45	5	4	4	4	4	4	25
R46	5	4	5	4	4	5	27
R47	4	3	3	3	3	3	19
R48	5	5	5	5	5	5	30
R49	5	3	4	4	5	4	25
R50	4	4	4	4	4	3	23
R51	4	4	4	3	4	5	24
R52	5	5	5	5	5	5	30
R53	4	5	5	4	5	5	28
R54	4	5	4	5	4	4	26
R55	4	4	4	5	5	4	26
R56	4	4	5	4	5	4	26
R57	5	4	4	3	3	4	23
R58	4	5	5	4	4	3	25
R59	5	4	4	5	4	4	26
R60	4	5	4	5	4	5	27
R61	4	4	5	5	4	4	26
R62	4	5	5	4	5	4	27
R63	5	5	4	5	5	5	29
R64	4	5	4	4	5	5	27
R65	4	4	5	5	5	4	27
R66	5	5	5	4	5	5	29
R67	4	3	4	3	4	4	22
R68	3	3	2	3	2	3	16
R69	5	4	4	5	4	5	27
R70	5	5	5	5	4	4	28
R71	5	4	4	4	5	5	27
R72	4	4	4	4	4	4	24
R73	4	4	4	4	4	4	24
R74	4	5	4	4	5	4	26

R75	5	5	4	4	4	4	26
R76	4	4	5	5	4	5	27
R77	5	4	4	5	4	5	27
R78	4	4	4	4	3	4	23
R79	4	4	5	4	4	4	25
R80	4	5	4	5	5	4	27
R81	4	4	4	2	2	4	20
R82	4	4	4	4	4	5	25
R83	5	5	5	4	5	5	29
R84	3	3	3	3	3	3	18
R85	4	5	5	4	4	5	27
R86	5	5	5	5	5	5	30
R87	4	4	5	4	5	4	26
R88	5	4	5	4	5	4	27
R89	4	5	5	4	5	5	28
R90	4	4	4	5	4	4	25
R91	5	4	4	4	4	4	25
R92	5	4	4	4	4	4	25
R93	4	4	5	5	4	4	26
R94	5	4	4	5	5	5	28
R95	5	5	5	5	5	5	30
R96	4	3	4	4	5	3	23
R97	4	5	4	5	4	5	27
R98	5	4	4	4	5	4	26
R99	4	4	5	5	4	5	27
R100	3	4	4	4	4	4	23
R101	4	2	4	2	4	4	20
R102	5	4	5	4	5	4	27
R103	5	4	5	5	5	5	29
R104	5	4	5	5	4	4	27
R105	4	4	5	5	5	4	27
R106	5	3	5	5	4	5	27
R107	5	4	4	4	5	4	26

3. Keputusan Pembelian Online

Keputusan Pembelian Online (Y)													
Resp/ Quest	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	6.1	6.2	Total
R1	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	54

R2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	53
R3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	50
R4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
R5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	53
R6	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	58
R7	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	56
R8	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	56
R9	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	53
R10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R11	5	4	4	4	3	5	5	3	5	4	5	5	52
R12	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	54
R13	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	57
R14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
R15	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
R16	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	47
R17	3	2	2	3	1	4	4	3	3	3	3	3	34
R18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R19	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	48
R20	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	46
R21	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	51
R22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	48
R23	5	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	52
R24	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
R25	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	51
R26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R29	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	56
R30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R31	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	54
R32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R33	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
R34	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	54
R35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R36	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	51
R37	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	44
R38	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	3	3	49
R39	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	54
R40	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	44

R41	3	5	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	53
R42	5	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	50
R43	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	55
R44	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
R45	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	53
R46	5	4	5	2	4	5	4	5	4	4	5	5	52
R47	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	46
R48	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5	52
R49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
R50	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	51
R51	5	4	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	52
R52	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	57
R53	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	54
R54	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	51
R55	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	41
R56	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	53
R57	5	4	4	3	5	5	5	3	5	4	5	4	52
R58	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	52
R59	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57
R60	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
R61	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	54
R62	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	53
R63	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	54
R64	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	54
R65	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	55
R66	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	54
R67	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	45
R68	3	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	4	37
R69	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	51
R70	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	55
R71	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
R72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
R73	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	53
R74	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	54
R75	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	56
R76	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	53
R77	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	55
R78	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	54
R79	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	4	4	47

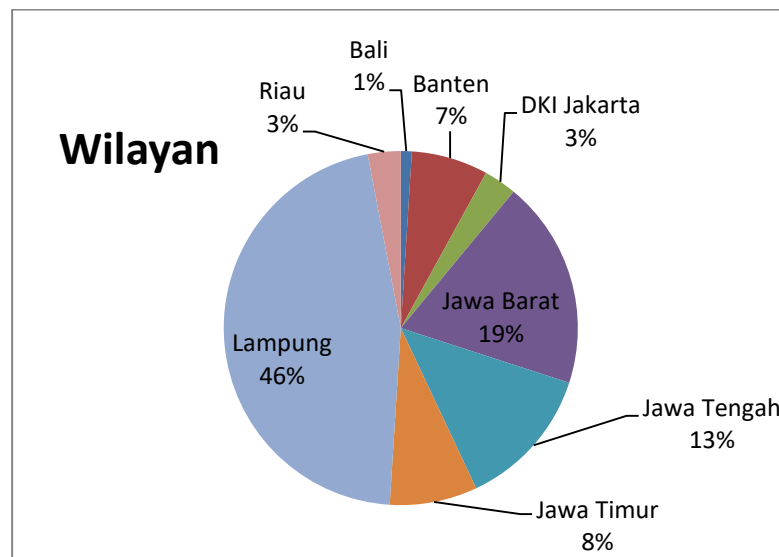
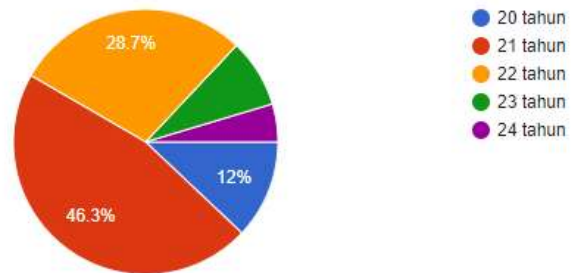
R80	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	54
R81	4	5	5	2	4	4	2	5	2	5	4	4	46
R82	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	50
R83	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	56
R84	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
R85	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	54
R86	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
R87	5	4	4	5	3	4	5	2	4	5	4	4	49
R88	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	54
R89	5	5	2	1	5	3	5	5	1	5	5	5	47
R90	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	50
R91	5	4	1	2	4	5	5	5	5	5	5	4	50
R92	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
R93	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	52
R94	3	4	2	5	5	4	5	5	4	5	4	5	51
R95	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	52
R96	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	54
R97	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
R98	3	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	50
R99	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	54
R100	4	5	3	4	5	5	4	3	5	5	5	5	53
R101	5	4	5	2	4	4	5	2	5	4	4	4	48
R102	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	54
R103	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
R104	4	5	5	3	5	5	4	5	3	5	5	4	53
R105	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	55
R106	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
R107	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	53

LAMPIRAN 4

Identitas Responden

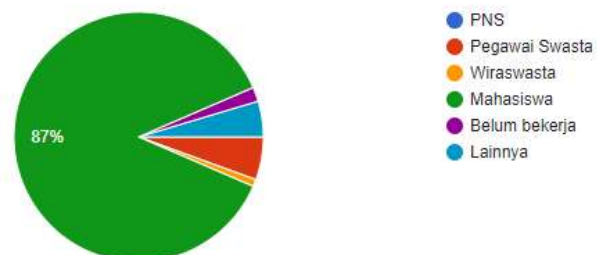
Usia

108 responses



Profesi

108 responses



Apakah anda mengetahui Marketplace Shopee?

108 responses



● Ya
● Tidak

Apakah anda menggunakan Marketplace Shopee?

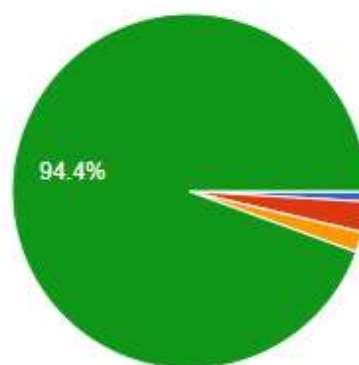
108 responses



● Ya
● Tidak

Sudah berapa kali anda membeli produk pakaian pada Marketplace Shopee?

108 responses

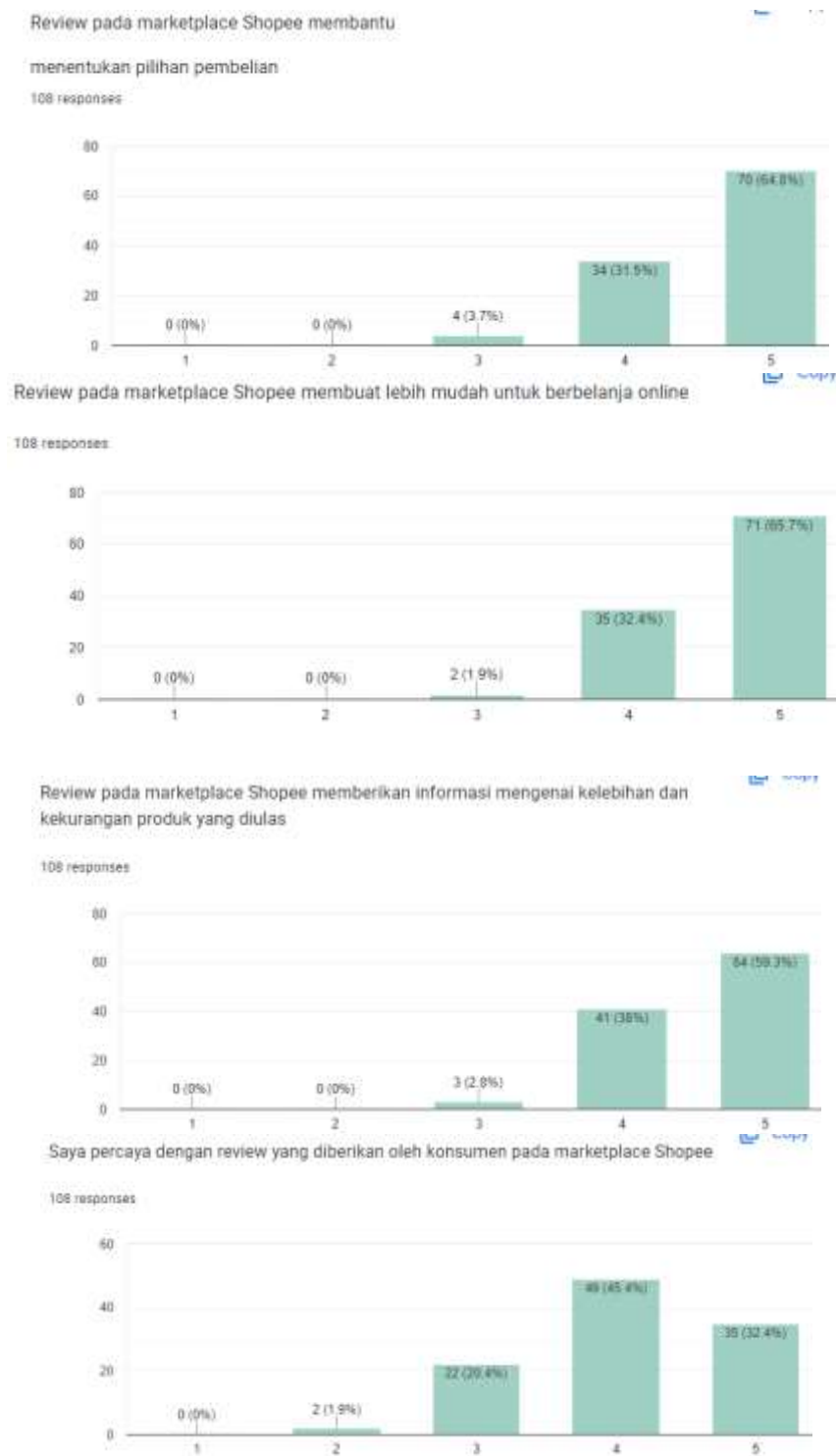


● 1x
● 2x
● 3x
● Lebih dari 3x
● Belum pernah

LAMPIRAN 5

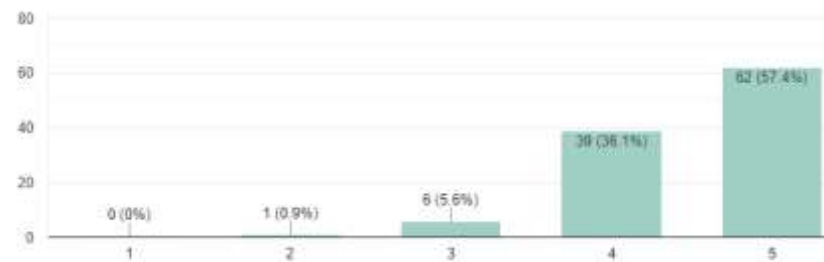
Hasil Jawaban Responden

Online Customer Review



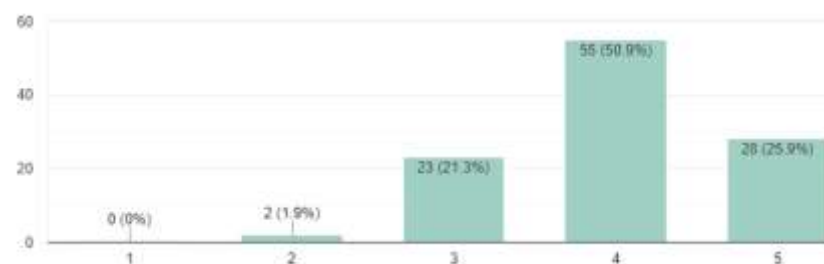
Saya akan membeli secara online melalui marketplace shopee setelah melihat review yang diberikan konsumen sebelumnya

108 responses



Saya percaya review yang diberikan konsumen pada marketplace Shopee adalah jujur

108 responses



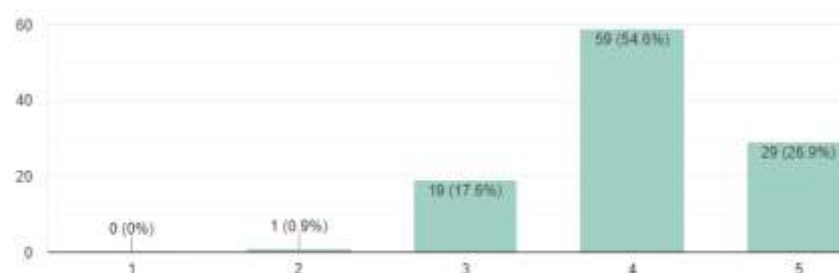
Saya merasa review konsumen pada marketplace Shopee sesuai dengan realita

108 responses



Saya merasa review dari konsumen pada marketplace Shopee relevan

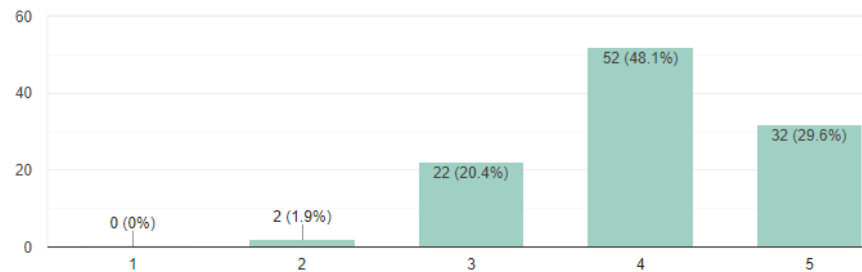
108 responses



Saya merasa review produk pada marketplace Shopee memberikan informasi yang benar



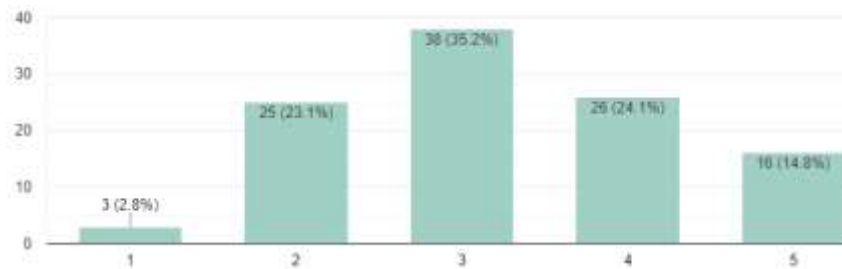
108 responses



Saya merasa review produk pada marketplace Shopee banyak yang bernada negatif



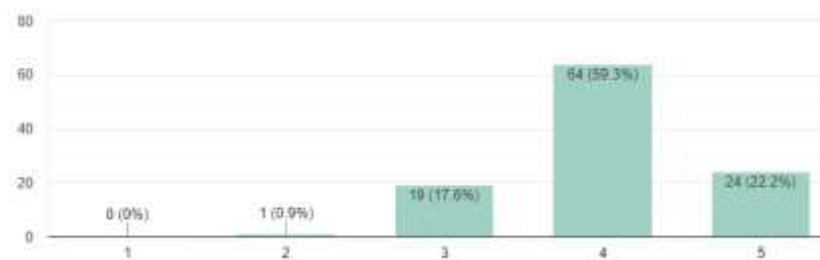
108 responses



Saya merasa review produk pada marketplace Shopee banyak yang bernada positif



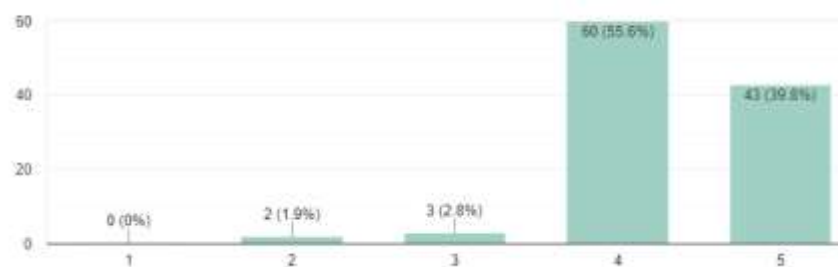
108 responses



Banyaknya ulasan positif dan testimonial membuat saya membeli produk pakaian di marketplace Shopee

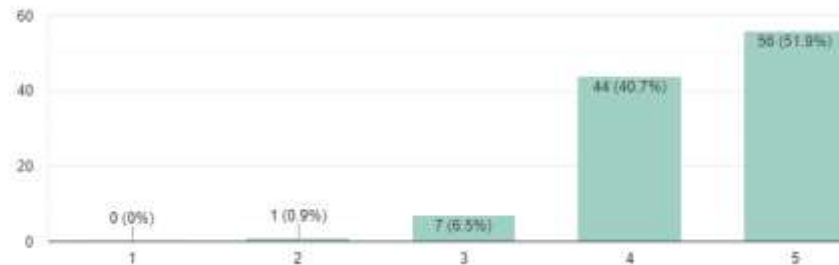


108 responses



Banyaknya jumlah review positif mengenai produk pakaian di shopee membuat saya yakin reputasi produk bagus

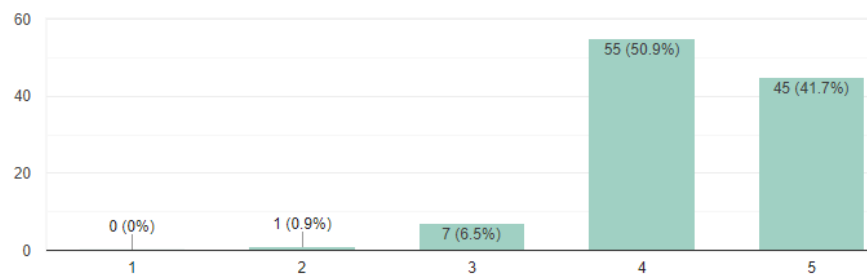
108 responses



E-Trust

Saya merasa puas bertransaksi dengan layanan yang diberikan oleh penjual pada marketplace Shopee

108 responses



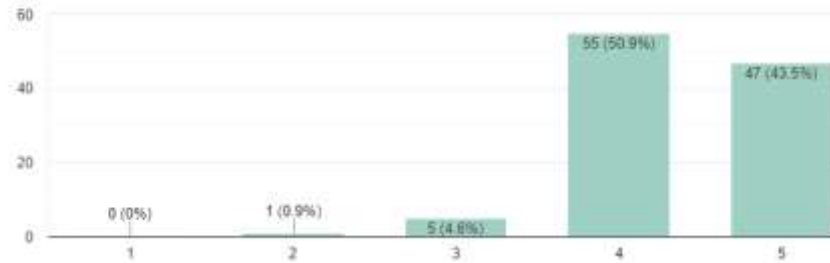
Saya percaya informasi yang saya berikan tidak disalah gunakan oleh pihak penjual pada marketplace Shopee

108 responses



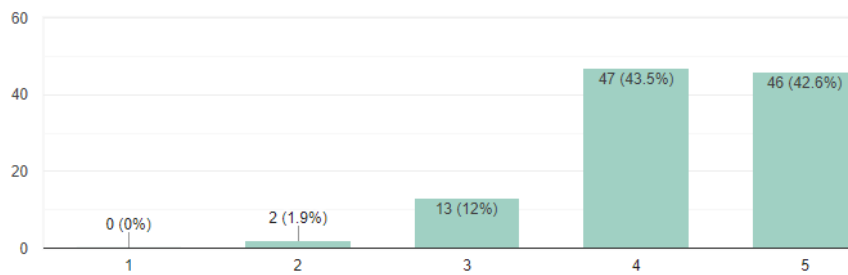
Saya percaya bahwa shopee memberikan pelayanan terbaik dalam setiap transaksi

108 responses



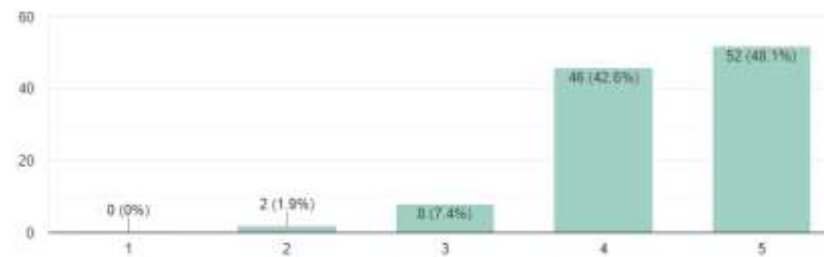
Saya percaya bahwa marketplace Shopee bertanggung jawab penuh ketika terjadi masalah atau gangguan dalam bertransaksi

108 responses



Saya percaya bahwa marketplace Shopee bertanggung jawab dalam menjamin transaksi

108 responses



Saya percaya bertransaksi di marketplace Shopee karena transparansi yang diberikan oleh Shopee

108 responses

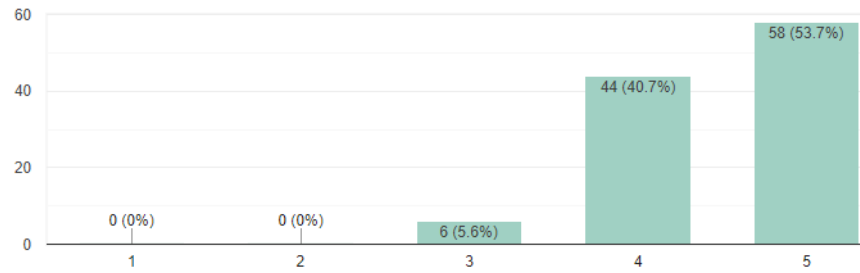


Keputusan Pembelian

Saya membeli pakaian sesuai dengan keinginan dan kebutuhan

[Copy](#)

108 responses



Saya membeli pakaian di marketplace Shopee karena pilihan produk yang ditawarkan beragam dan menarik

[Copy](#)

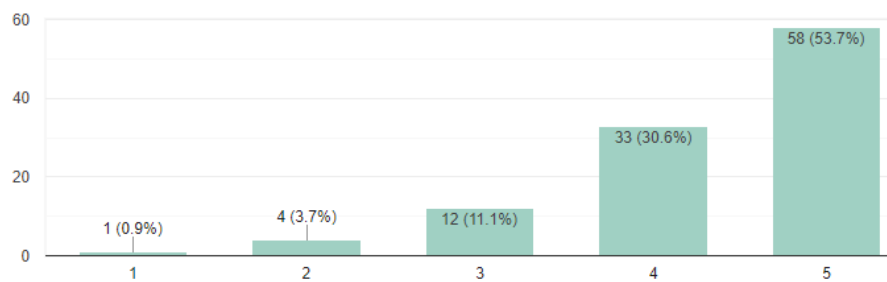
108 responses



Saya memutuskan membeli pakaian di marketplace Shopee setelah membandingkannya dengan marketplace yang lain

[Copy](#)

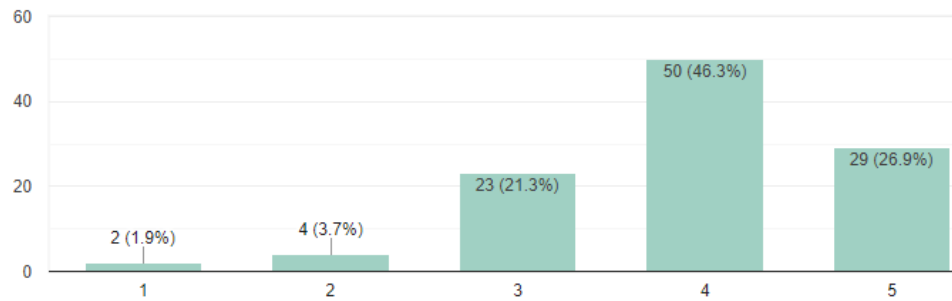
108 responses



Saya membeli pakaian di marketplace Shopee berdasarkan citra mereknya

[Copy](#)

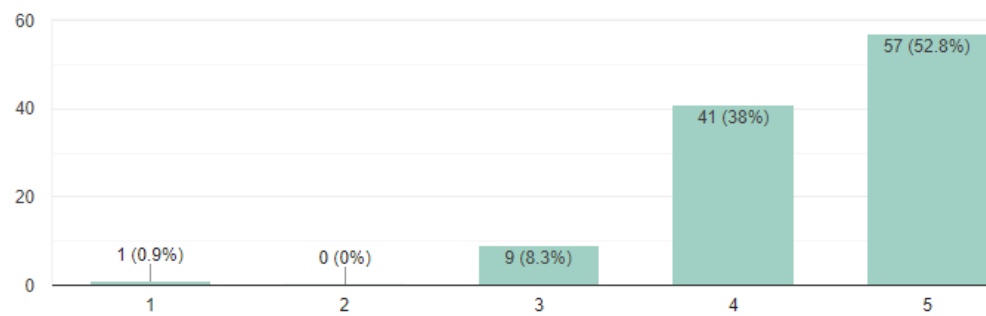
108 responses



Saya membeli pakaian di marketplace Shopee karena mudah ditemukan dan dicari

[Copy](#)

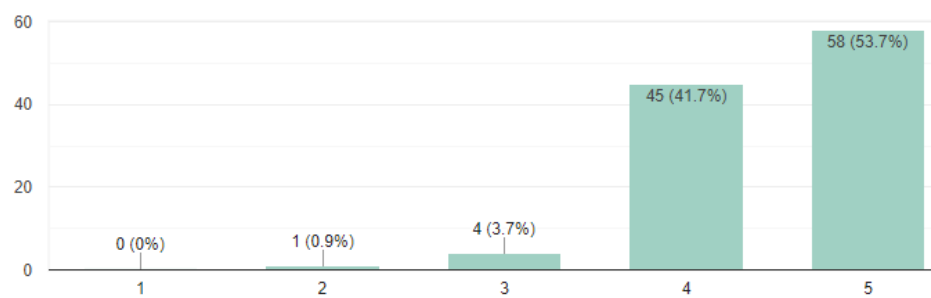
108 responses



Saya membeli pakaian di marketplace Shopee karena kemudahan dalam pesan antar

[Copy](#)

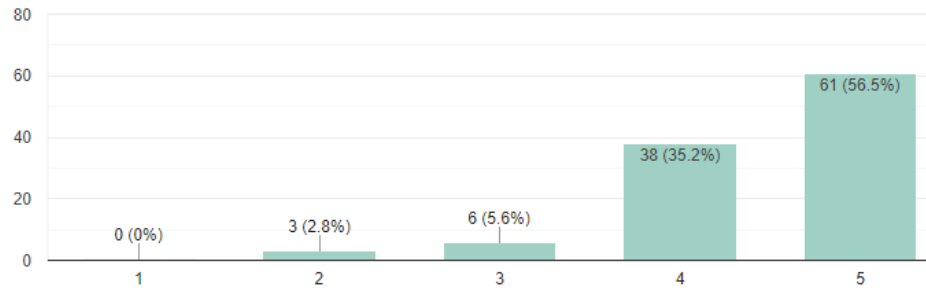
108 responses



Saya dapat membeli pakaian di marketplace Shopee kapanpun yang saya inginkan

[Copy](#)

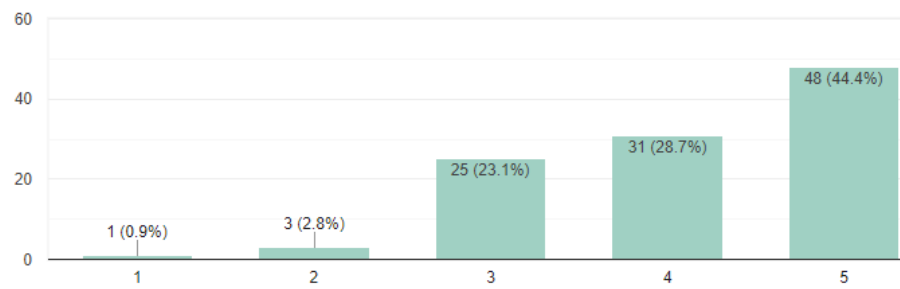
108 responses



Saya membeli pakaian di marketplace Shopee hanya saat ada promo, diskon, atau cashback

[Copy](#)

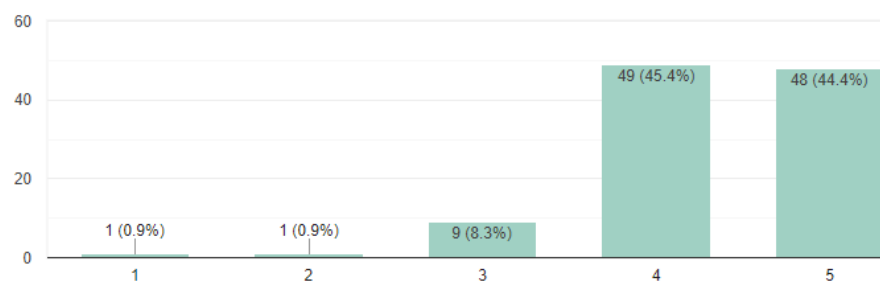
108 responses



Saya dapat membeli pakaian di marketplace Shopee sesuai dengan jumlah yang saya inginkan

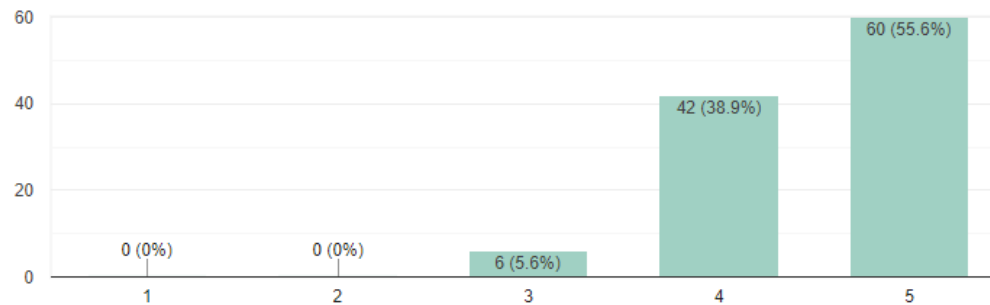
[Copy](#)

108 responses



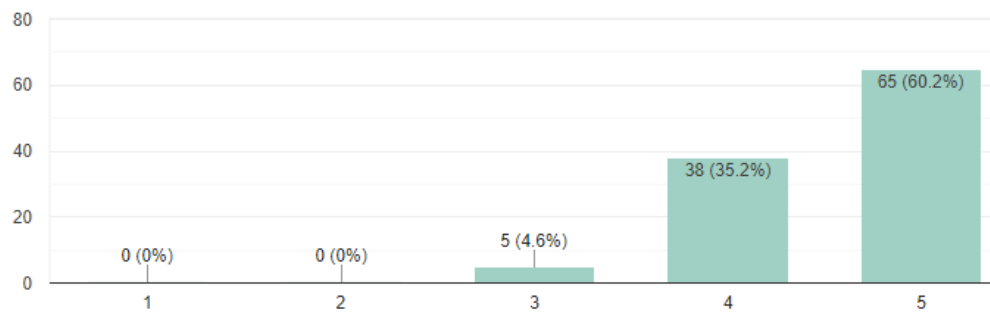
Saya mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian ulang pakaian di marketplace Shopee [Copy](#)

108 responses



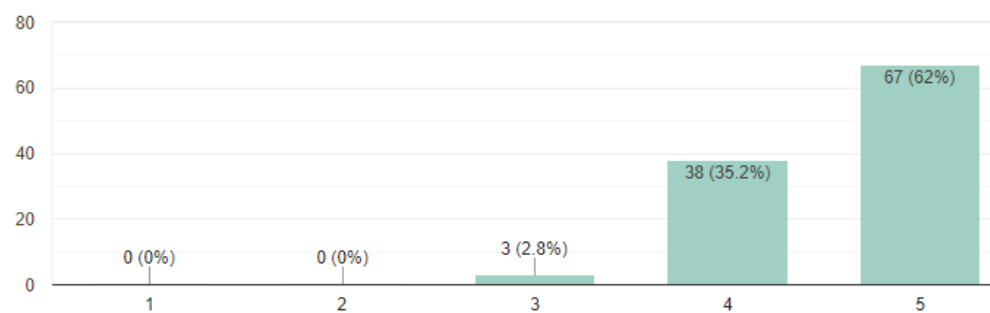
Saya memutuskan untuk membeli pakaian di marketplace Shopee karena metode pembayarannya yang beragam dari tunai sampai non tunai [Copy](#)

108 responses



Saya memutuskan untuk membeli pakaian pada shopee karena kemudahan dalam pembayaran [Copy](#)

108 responses



LAMPIRAN 6

Output Uji Validitas

Online Customer Review, E-Trust dan Keputusan Pembelian

		Correlations													
		OC R1. 1	OC R1. 2	OC R1. 3	OC R2. 1	OC R2. 2	OC R2. 3	OC R3. 1	OC R3. 2	OC R4. 1	OC R4. 2	OC R4. 3	OC R5. 1	OC R5. 2	X1
OC R1. 1	Pears on Correl ation	1	.423 **	.451 **	.202 *	.257 **	.197 *	.359 **	.100	.259 **	- .007	.084	.341 **	.395 **	.4 81 **
	Sig. (1- tailed)		.000	.000	.019	.004	.021	.000	.152	.004	.471	.195	.000	.000	.0 00
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
OC R1. 2	Pears on Correl ation	.423 **	1	.303 **	.238 **	.315 **	.181 *	.278 **	.292 **	.221 *	.120	.055	.297 **	.078 **	.4 67 **
	Sig. (1- tailed)	.000		.001	.007	.000	.031	.002	.001	.011	.110	.287	.001	.213	.0 00
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
OC R1. 3	Pears on Correl ation	.451 **	.303 **	1	.273 **	.269 **	.162 *	.301 **	.109	.229 **	.042	- .044	.231 **	.227 **	.4 27 **
	Sig. (1- tailed)	.000	.001		.002	.003	.048	.001	.132	.009	.334	.326	.008	.009	.0 00
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
OC R2. 1	Pears on Correl ation	.202 *	.238 **	.273 **	1	.470 **	.595 **	.549 **	.531 **	.332 **	.166 *	.344 **	.226 **	.198 *	.6 88 **

	Sig.													
	(1-tailed)	.019	.007	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.043	.000	.010	.020
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.257**	.315**	.269**	.470**	1	.334**	.384**	.375**	.220*	.087	.207*	.458**	.237**
OC R2.2	Sig.													
	(1-tailed)	.004	.000	.003	.000		.000	.000	.000	.011	.187	.016	.000	.007
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.197*	.181*	.162*	.595**	.334**	1	.660**	.494**	.590**	.120	.249**	.223*	.155**
OC R2.3	Sig.													
	(1-tailed)	.021	.031	.048	.000	.000		.000	.000	.000	.110	.005	.010	.056
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.359**	.278**	.301**	.549**	.384**	.660**	1	.502**	.611**	.235**	.247**	.362**	.367**
OC R3.1	Sig.													
	(1-tailed)	.000	.002	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.007	.005	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.100	.292**	.109	.531**	.375**	.494**	.502**	1	.423**	.267**	.342**	.308**	.237**
OC R3.2	Sig.													
	(1-tailed)	.152	.001	.132	.000	.000	.000	.000		.000	.003	.000	.001	.007

OC R1.3	Sig. (1-tailed)	.000		.001	.007	.000	.031	.002	.001	.011	.110	.287	.001	.213	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.451**	.303**	.2731	.269**	.162*	.301**	.109	.229**	.042	-.044	.231**	.227**		
OC R2.1	Sig. (1-tailed)	.000	.001		.002	.003	.048	.001	.132	.009	.334	.326	.008	.009	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.202*	.238**	.273**	.4701	.595**	.549**	.531**	.332**	.166*	.344**	.226**	.198*		
OC R2.2	Sig. (1-tailed)	.019	.007	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.043	.000	.010	.020	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.257**	.315**	.269**	.470**	.3341	.384**	.375**	.220*	.087	.207*	.458**	.237**		
OC R2.3	Sig. (1-tailed)	.004	.000	.003	.000		.000	.000	.000	.011	.187	.016	.000	.007	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
	Pearson Correlation	.197*	.181*	.162*	.595**	.334**	.6601	.494**	.590**	.120	.249**	.223*	.155**		
	Sig. (1-tailed)	.021	.031	.048	.000	.000		.000	.000	.000	.110	.005	.010	.056	.000

OC R4.3	Pearson Correlation	.084	.055	-.044	.344**	.207*	.249**	.247**	.342**	.334**	.336**	1	.270**	.251**	.509**
	Sig. (1-tailed)	.195	.287	.326	.000	.016	.005	.005	.000	.000	.000		.002	.004	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
OC R5.1	Pearson Correlation	.341**	.297**	.231**	.226**	.458**	.223*	.362**	.308**	.304**	.196*	.270**	1	.489**	.602**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.008	.010	.000	.010	.000	.001	.001	.021	.002		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
OC R5.2	Pearson Correlation	.395**	.078	.227**	.198*	.237**	.155	.367**	.237**	.299**	.086	.251**	.489**	1	.511**
	Sig. (1-tailed)	.000	.213	.009	.020	.007	.056	.000	.007	.001	.190	.004	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1	Pearson Correlation	.481**	.467**	.427**	.688**	.591**	.670**	.780**	.675**	.679**	.449**	.509**	.602**	.511**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

KP4 on .1	Pearson Correlati	.377**	.203*	.137	.139	.335**	.409**	1	.042	.353**	.219*	.374**	.276**	.534**
	Sig. (1-tailed)	.000	.018	.079	.077	.000	.000		.332	.000	.012	.000	.002	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
KP4 on .2	Pearson Correlati	.081	.167*	.067	.192*	.205*	.144	.042	1	.056	-.209*	.222*	.246**	.391**
	Sig. (1-tailed)	.204	.043	.245	.024	.017	.069	.332		.283	.015	.011	.005	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
KP5 on .1	Pearson Correlati	.205*	.199*	.316**	.275**	.383**	.485**	.353**	-.056	1	.164*	.393**	.338**	.571**
	Sig. (1-tailed)	.017	.020	.000	.002	.000	.000	.000	.283		.046	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
KP5 on .2	Pearson Correlati	.239**	.340**	.279**	.227**	.447**	.435**	.219*	.209*	.164*	1	.405**	.334**	.588**
	Sig. (1-tailed)	.007	.000	.002	.009	.000	.000	.012	.015	.046		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
KP6 on .1	Pearson Correlati	.476**	.301**	.350**	.043	.481**	.542**	.374**	.222*	.393**	.405**	1	.580**	.695**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.000	.329	.000	.000	.000	.011	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
KP6 on .2	Pearson Correlati	.242**	.401**	.305**	.207*	.444**	.348**	.276**	.246**	.338**	.334**	.580**	1	.641**
	Sig. (1-tailed)	.006	.000	.001	.016	.000	.000	.002	.005	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
Y on	Pearson Correlati	.506**	.623**	.609**	.485**	.722**	.715**	.534**	.391**	.571**	.588**	.695**	.641**	1

Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Output Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	12

Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	<i>Online Customer Review</i>	E-Trust	Unstandardized Residual	Keputusan Pembelian <i>Online</i>
N	107	107	107	107
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	54.7757	25.8972	0E-7
	Std. Deviation	5.23289	2.94905	3.49762748
Most Extreme Differences	Absolute	.134	.150	.068
	Positive	.075	.082	.064
	Negative	-.134	-.150	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z	1.385	1.556	.700	1.322
Asymp. Sig. (2-tailed)	.043	.016	.711	.061

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Output Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan Pembelian *Online*

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4.424	16	86	.000

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan Pembelian *Online*

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.991	10	93	.000

Output Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			1367.872	20	68.394	4.780	.000
Keputusan Pembelian <i>Online</i> * <i>Online</i> Customer Review	Between Groups	Linearity Deviation from Linearity	1140.497	1	1140.497	79.711	.000
			227.375	19	11.967	.836	.659
Within Groups			1230.483	86	14.308		
Total			2598.355	106			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			991.054	13	76.235	4.411	.000
Keputusan Pembelian <i>Online</i> * E-Trust	Between Groups	Linearity Deviation from Linearity	815.713	1	815.713	47.198	.000
			175.341	12	14.612	.845	.604
Within Groups			1607.302	93	17.283		
Total			2598.355	106			

Output Uji Multikolerniaritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	1	(Constant)	13.478			3.841		3.509
	<i>Online</i> Customer Review	.481	.077	.508	6.243	.000	.723	1.383
	E-Trust	.492	.137	.293	3.595	.000	.723	1.383

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian *Online*

Output Uji Heteroskedastitisas

Correlations

		Online Customer Review	E-Trust	ABS_RES	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Correlation	1.000	.460**	-.270**	-.042
	Coefficient				
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.002	.334
	N	107	107	107	107
	Correlation	.460**	1.000	-.153	-.014
	Coefficient				
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.057	.445
	N	107	107	107	107
	Correlation	-.270**	-.153	1.000	.066
	Coefficient				
	Sig. (1-tailed)	.002	.057	.	.249
	N	107	107	107	107
Correlation	-.042	-.014	.066	1.000	
Coefficient					
Sig. (1-tailed)	.334	.445	.249	.	
N	107	107	107	107	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Output Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.708 ^a	.501	.491	3.53110	1.861

a. Predictors: (Constant), E-Trust, *Online Customer Review*

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian *Online*

Output Regresi Linear Berganda

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1301.615	2	650.807	52.195	.000 ^b
	Residual	1296.740	104	12.469		

Total	2598.355	106		
-------	----------	-----	--	--

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian *Online*

b. Predictors: (Constant), E-Trust, *Online* Customer Review

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.478	3.841		3.509	.001
<i>Online</i> Customer Review	.481	.077	.508	6.243	.000
E-Trust	.492	.137	.293	3.595	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian *Online*

LAMPIRAN 7

Surat Izin Penelitian



Bandar Lampung, 3 Januari 2024

Nomor : Penelitian.005/DMJ/DFEB/BAAK/I- 2024
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Kepala HRD Shopee
 Di -
 Jl. Raden Intan No.93, Enggal, Bandar Lampung

Dengan hormat,

Berdasarkan dengan peraturan Akademik Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya bahwa mahasiswa/i Strata Satu (S1) yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan untuk memiliki pengalaman kerja dengan melaksanakan Penelitian dan membuat laporan yang waktunya sesuai dengan kalender Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Darmajaya.

Untuk itu kami mohon kerja sama Bapak/Ibu agar kiranya dapat menerima mahasiswa/i untuk melakukan Izin Penelitian, yang pelaksanaannya dimulai dari tanggal **06 Januari 2024 s.d 06 Februari 2024** (selama satu bulan)


Adapun mahasiswa/i tersebut adalah :


Nama : Anggita Dwi Prasasti
 NPM : 2012140007
 Jurusan : S1 Bisnis Digital
 Jenjang : Strata Satu (S1)



Demikian permohonan ini dibuat, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.



Tembusan:
 1. Program Studi S1 Bisnis Digital
 2. Arsip

 Jalan Z.A. Pagar Alam, No.93, Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Lampung

 www.darmajaya.ac.id
info@darmajaya.ac.id

 0721-787214
 0721-700261

LAMPIRAN 8

Surat Keputusan



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR IIB DARMAJAYA
NOMOR : SK. 0542/DMJ/DFEB/BAAK/X-23
 Tentang
Dosen Pembimbing Skripsi
Semester Ganjil TA.2023/2024
Program Studi S1 Bisnis Digital
REKTOR IIB DARMAJAYA

- Memperhatikan :** 1. Bahwa dalam rangka usaha peningkatan mutu dan peranan IIB Darmajaya dalam melaksanakan Pendidikan Nasional perlu ditingkatkan kemampuan mahasiswa dalam Skripsi.
- Menimbang :** 1. Bahwa untuk mengefektifkan tenaga pengajar dalam Skripsi mahasiswa perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Skripsi.
 2. Bahwa untuk maksud tersebut dipandang perlu menerbitkan Surat Keputusan Rektor.
- Mengingat :** 1. UU No.20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
 2. Peraturan Pemerintah No.60 Tahun 2010 tentang Pendidikan Sekolah Tinggi
 6. Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No.165/D/O/2008 tertanggal 20 Agustus 2008 tentang Perubahan Status STMIK-STIE Darmajaya menjadi Informatics and Business Institute (IBI) Darmajaya
 7. STATUTA IBI Darmajaya
 8. Surat Ketua Yayasan Pendidikan Alifan Husin No. IM.003/YP-AH/X-08 tentang Persetujuan Perubahan Struktur Organisasi
 6. Surat Keputusan Rektor 0383/DMJ/REK/X-08 tentang Struktur Organisasi.
- Menetapkan**
- Pertama :** Mengangkat nama-nama seperti tersebut dalam lampiran Surat Keputusan ini sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa Program Studi S1 Bisnis Digital.
- Kedua :** Pembimbing Skripsi berkewajiban melaksanakan tugasnya sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
- Ketiga :** Pembimbing Skripsi yang ditunjuk akan diberikan honorarium yang besarnya sesuai dengan ketentuan peraturan dan norma penggajian dan honorarium IBI Darmajaya.
- Keempat :** Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini, maka keputusan ini akan ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Bandar Lampung
 Pada tanggal : 16 Oktober 2023
 a.n. Rektor IIB Darmajaya,
 Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Aswin, S.E., M.M.
 NIK. 10200605

1. Kepala Program Studi S1 Bisnis Digital
2. Yang bersangkutan
3. Arsip

Judul Skripsi Dan Dosen Pembimbing Skripsi semester Ganjil Th. 2023/20-4
Program Studi S1 Informatika Digital

No	Nama	NIM	JUDUL	PEMBIMBING
1	LAGU GUNAWAN	201214020001	PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET LINKAJA DI LAMPUNG	
2	PRISKYA DINTA A.	201214020002	PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN PERSONALITY KOREAN WAVE TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING PADA E-COMMERCE SHOPEE DI BANDAR LAMPUNG	M. Arisa Eka Yusendra, SP., MM.
3	INDRA WISNATA S. S.	201214020003	PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC DI KOTA BANDAR LAMPUNG	Niken Paramitasari, SE., MM.
4	FUTRI ENLITA	201214020004	PENGARUH REVIEW PRODUCT DAN CONTENT MARKETING TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOP SHOP	
5	DENYAS PRASENCA	201214020005	HERDING BEHAVIOR, EXPERIENCED REGRET TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA BITCOIN DI BANDAR LAMPUNG	
6	M. ALICO F. BELAKA	201214020013	PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, BENEFITS, MANFAT DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSANGSI MENGGUNAKAN SHOPEE PAVLAFTE	REISA DYASYAND ZULANDA PUTRI, SE.
7	RICT ANSIA-RODRIK	201214020007	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPuasan PENGGUNA E-WALLET DVO DI INDONESIA	
8	SABEL RITA SIVAN DARAH IV	201214020008	PENGARUH ONLINE REVIEW SMARTPHONE DI YOUTUBE DAN CONTENT CREATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE	
9	DANA SEPTA NINGSI	201214020009	PENGARUH KONTEN INSTAGRAM DAN TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PADA UMMI BANANA NUGGET CRISPY YUYUN	
10	ANGITA DA PERAZET	201214020007	PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE	Soraya Annisa, SE, MM.
11	KADEK DIVA ADITYA SUTAJA	201214020005	PENGARUH INTENSITAS POSTINGAN DAN JENIS KONTEN TERHADAP TINGKAT INTERAKSI PENGIKUT DI PLATFORM INSTAGRAM	
12	TARISA HABIBA	201214020009	PENGARUH SHOPPING ENJOYMENT DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA MARKETPLACE SHOPEE	
13	AURYA RIZKY	201214020010	PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPAGHETTI TULANG LAMPUNG DI BANDAR LAMPUNG	
14	N. KYRY CHRISTIAN SUGENDAR	201214020003	PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI THRIFT SHOP @DAVDEALS CO DI TIKTOK	
15	BELLA ALFENDRA	201214020003	PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFE FORE BANDAR LAMPUNG	Triuli Mardani, S.T, M.A.