

LAMPIRAN

LAMPIRAN**Lampiran 1. Tabulasi kuesioner variabel keputusan pembelian**

P1	P2	P3	P4
4	4	4	4
4	5	4	4
5	4	4	5
5	4	5	4
5	4	5	5
5	4	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	4	4
5	4	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
5	4	5	5
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	4	4
5	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	4	4	4
5	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	4	5
5	4	4	3
5	5	5	5
5	4	5	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	3
5	5	5	5

5	5	5	5
5	4	4	4
5	4	5	5
5	5	5	5
5	4	5	4
5	4	4	5
4	4	4	4
5	5	4	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	5	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	4	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	4	5	4
5	4	4	4
5	4	5	5
5	4	5	4
5	5	4	5
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	5	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	4	4	4
5	5	5	5
5	4	5	4
3	3	3	3

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

Lampiran 2 tabulasi kuesioner variabel kepercayaan

P1	P2	P3	P4
4	4	4	4
4	4	4	5
5	4	4	4
5	4	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
5	4	5	4
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
4	4	5	5
5	4	5	4
5	4	4	5
5	4	4	5

5	5	5	5
5	4	5	5
5	4	4	4
5	5	4	4
5	4	5	4
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	5	4	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	5	5	5
4	5	5	4
4	4	4	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	4	5	4
4	4	5	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	4	5	4
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4
4	4	4	5
5	4	5	4
5	4	4	4
5	5	5	5
4	5	4	4
4	4	4	4
5	4	5	4
5	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	4	4

5	5	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	5	4
5	5	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	5
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	3
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	5	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
5	5	5	5
5	4	5	4
5	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	5	4

Lampiran 3 tabulasi kuesioner variabel promosi

P1	P2	P3	P4
4	4	4	4
4	5	5	5
4	4	4	5
4	4	4	4
5	4	4	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	5	4	5
5	4	5	4
5	4	4	4
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	5
5	4	4	4
5	4	4	4
5	4	5	4
5	4	4	4
5	4	4	4
5	4	4	4
5	4	5	4
4	4	4	4
4	4	4	5
5	4	4	4
5	4	5	5
5	5	4	5
5	5	4	4
5	4	4	4
4	5	5	5
4	4	5	4
4	4	4	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	4	5	4
5	4	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	4	5	5
4	5	4	5
5	4	4	4
5	5	4	5
5	4	5	4
5	5	5	5
4	4	4	4

4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	5	4
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	5
5	4	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	5
5	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	4	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	4	4
5	5	5	5
5	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	5	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	4
5	4	5	5
4	4	4	4
3	3	3	3

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

Lampiran 4 tabulasi kuesioner variabel *service quality*

P1	P2	P3	P4	P5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5
5	5	4	5	4
4	4	4	4	5
5	5	5	5	5
4	5	5	4	4
4	5	4	4	4
5	4	4	5	4
5	4	4	5	4
5	4	5	4	4
5	5	5	5	5
5	4	4	4	5
5	4	5	4	5
5	4	5	4	4
5	4	5	4	4
5	4	5	5	5
4	4	5	4	4
5	4	4	4	4
5	4	5	4	4
4	5	4	5	4
5	4	4	4	5
5	4	5	4	5
5	4	5	4	5
4	4	4	5	4
5	4	4	4	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	4	5
5	5	5	5	5
5	4	5	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5

5	5	5	5	5
5	4	5	4	4
4	4	5	4	5
5	4	5	5	5
5	4	5	4	5
5	4	5	4	5
5	5	4	5	4
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	5
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
5	4	5	5	4
5	4	5	4	5
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
5	4	4	4	5
4	4	4	4	5
5	4	5	4	4
4	5	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	4	4
4	4	5	4	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	4	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	4	5	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
5	5	5	4	5

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

Lampiran 5 daftar kuisioner penelitian

Assalamualikum wr.wb Salam sejahtera bagi kita semua Perkenalkan Saya Anang Bagus Syahdewa dari Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk keperluan Skripsi. Adapun judul yang sedang saya teliti yaitu "Pengaruh Kepercayaan, promosi dan service quality terhadap keputusan pembelian brand fashion erigo (Studi Kasus E commerce Shopee)". Dengan ini saya meminta ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah saya sediakan. Kerahasiaan data email tidak direkam.

Petunjuk pengisian :

1. Bacalah item pertanyaan dengan seksama sebelum anda menjawabnya.
2. Hanya boleh menjawab satu alternatif jawaban pilihan yang tersedia dari setiap pertanyaan.
3. Jawablah setiap pernyataan dengan sejujurnya
4. Berilah jawaban atas pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda checkli pada alternatif jawaban yang telah disediakan Keterangan pilhan :

5 : Sangat Setuju

4 : Setuju

3 : Netral

2 : Tidak Setuju

1 : Sangat Tidak Setuju

Terima kasih atas kesediaan dan kerjasama saudara Wassalamualaikum
Warahmatullahi Wabarakatuh

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

1. Nama *

2. JENIS KELAMIN * Tandai satu oval saja.

- PEREMPUAN
- LAKI LAKI

3. APAKAH ANDA PENGGUNA SHOPEE?*

Tandai satu oval saja.

- YA
- TIDAK

4. APAKAH ANDA BERDOMISILI DI BANDAR LAMPUNG?

Tandai satu oval saja.

- YA
- TIDAK

5. PERNAH MEMBELI PRODUK ERIGO DI SHOPEE? *

Tandai satu oval saja.

- PERNAH
- TIDAK PERNAH

1. Keputusan pembelian

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memutuskan untuk membeli produk dari erigo dikarena kualitasnya lebih bagus dari brand lain					
2.	Saya membeli erigo karena desain dan gaya produk yang menarik daripada produk kompetitor yang sejenis					
3.	Saya memberikan testimoni mengenai produk erigo kepada teman, keluarga maupun orang lain					
4.	Saya merasa kualitas produk yang diberikan oleh erigo sangat baik sehingga tertarik melakukan pembelian kembali					

2. Kepercayaan

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya bahwa erigo dapat memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya					
2.	Saya merasa aman ketika membeli produk erigo karena adanya jaminan garansi jika barang rusak atau tidak sesuai pesanan					
3.	Saya percaya bahwa erigo menjual produknya sesuai dengan deskripsi pada keterangannya					''
4.	Saya percaya bahwa erigo akan dapat memberikan solusi terbaik ketika adanya kesalahan yang terjadi					

3. promosi

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik dengan erigo karena selalu memberikan promo gratis ongkir di shopee					
2.	Saya merasa media promosi yang dilakukan oleh erigo melalui media sosial sangat tepat					
3.	Saya merasa erigo sering melakukan promosi ketika adanya <i>event</i> e commers dalam jangka waktu yang lama					
4.	Saya merasa erigo dalam memberikan diskon lebih sering daripada brand lain					

4. Service quality

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa bahwa pelayanan chat yang dilakukan oleh erigo sangat membantu ketika hendak membeli produknya					
2.	Saya merasa <i>customer service</i> erigo di shopee bersungguh sungguh dalam menyelesaikan masalah yang terjadi					
3.	Saya merasa erigo selalu menepati janji mereka untuk melakukan pengiriman pada waktu yang ditentukan					
4.	Saya merasa erigo selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat					
5.	Saya merasa pihak erigo bertindak cepat dalam pengurusan asuransi produk ketika adanya barang tidak sesuai pesanan.					

Lampiran 6 Hasil uji validitas

		Correlations				
		x11	x12	x13	x14	x1
x11	Pearson Correlation	1	.270	.126	.347	.593**
	Sig. (2-tailed)		.150	.505	.060	.001
	N	30	30	30	30	30
x12	Pearson Correlation	.270	1	.213	.207	.603**
	Sig. (2-tailed)	.150		.258	.273	.000
	N	30	30	30	30	30
x13	Pearson Correlation	.126	.213	1	.464**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.505	.258		.010	.000
	N	30	30	30	30	30
x14	Pearson Correlation	.347	.207	.464**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.060	.273	.010		.000
	N	30	30	30	30	30
x1	Pearson Correlation	.593**	.603**	.693**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

		Correlations				
		x21	x22	x23	x24	x2
x21	Pearson Correlation	1	.432 ⁺	.093	.200	.622**
	Sig. (2-tailed)		.017	.626	.289	.000
	N	30	30	30	30	30
x22	Pearson Correlation	.432 ⁺	1	.157	.205	.683**
	Sig. (2-tailed)	.017		.407	.276	.000
	N	30	30	30	30	30
x23	Pearson Correlation	.093	.157	1	.397 ⁺	.634**
	Sig. (2-tailed)	.626	.407		.030	.000
	N	30	30	30	30	30
x24	Pearson Correlation	.200	.205	.397 ⁺	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.289	.276	.030		.000
	N	30	30	30	30	30
x2	Pearson Correlation	.622**	.683**	.634**	.698**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

	x31	x32	x33	x34	x35	x3
Pearson Correlation	1	.144	-.059	.302	.089	.490**
x31 Sig. (2-tailed)		.447	.755	.105	.640	.006
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.144	1	.154	.238	.154	.545**
x32 Sig. (2-tailed)	.447		.416	.206	.416	.002
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	-.059	.154	1	.308	.365*	.559**
x33 Sig. (2-tailed)	.755	.416		.097	.047	.001
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.302	.238	.308	1	.602**	.797**
x34 Sig. (2-tailed)	.105	.206	.097		.000	.000
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.089	.154	.365*	.602**	1	.707**
x35 Sig. (2-tailed)	.640	.416	.047	.000		.000
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.490**	.545**	.559**	.797**	.707**	1
x3 Sig. (2-tailed)	.006	.002	.001	.000	.000	
N	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).

Correlations

	y11	y12	y13	y14	y
Pearson Correlation	1	-.213	.050	.289	.478**
y11 Sig. (2-tailed)		.258	.793	.122	.008
N	30	30	30	30	30
y12 Pearson Correlation	-.213	1	.533**	.123	.575**

	Sig. (2-tailed)	.258		.002	.517	.001
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.050	.533**	1	.144	.706**
y13	Sig. (2-tailed)	.793	.002		.447	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.289	.123	.144	1	.659**
y14	Sig. (2-tailed)	.122	.517	.447		.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.478**	.575**	.706**	.659**	1
y	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Lampiran 7 Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.651	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.639	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	4

Lampiran 8 Hasil uji normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		x1	x2	x3	y
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.86	17.87	19.13	17.34
	Std. Deviation	1.809	1.727	2.831	1.816
	Absolute	.127	.134	.129	.124
Most Extreme Differences	Positive	.118	.109	.129	.124
	Negative	-.127	-.134	-.092	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.273	1.335	1.293	1.243
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078	.057	.071	.091

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 9 Hasil uji multikolonieritas**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	6.401	2.426					
1	x1	.359	.091	.358	3.944	.000	.991	1.010
	x2	.088	.096	.084	.916	.362	.980	1.021
	x3	.154	.059	.241	2.627	.010	.972	1.028

a. Dependent Variable: y

Lampiran 10 Hasil uji heteroskedasititas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.627	1.338		1.215	.227
x1	-.053	.050	-.105	-1.063	.290
x2	.102	.053	.191	1.924	.057
x3	-.062	.032	-.190	-1.908	.059

a. Dependent Variable: ABS

Lampiran 11 Hasil uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.553	2.178		1.631	.106
x1	.239	.108	.228	2.219	.029
x2	.387	.116	.340	3.338	.001
x3	.141	.060	.201	2.345	.021

a. Dependent Variable: y

Lampiran 12 Hasil uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	120.346	3	40.115	14.199	.000 ^b
Residual	271.214	96	2.825		
Total	391.560	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

