

**LAMPIRAN**  
**Lampiran 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PROMOSI, DAN**  
**KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK**  
**FASHION BIG SIZE WANITA DI TIKTOK SHOP**

---

**I. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
3. Usia :  17-20  21-25  26-30  
 31 – 35  >35
4. Berat Badan :  80 Kg-95Kg  96Kg-110Kg  110Kg-125Kg  
 126Kg-140Kg  >140Kg
5. Pekerjaan :  Pelajar / Mahasiswa  PNS  Ibu Rumah Tangga  
 Karyawan Swasta  Buruh
6. Berapa kali pembelian :  
 1 - 2  3 - 4  5 - 6  7 - 8  >9
7. Pengguna Aplikasi TikTok :  Ya  Tidak

**II. Petunjuk Pengisian**

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

Berilah tanda ( √ ) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda :

**Variable *Electronic Word of Mouth* (X1)**

No	Pernyataan	Skala Likert				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Ulasan dan komentar dari pengguna TikTok Shop sangat membantu memberikan informasi lengkap mengenai kualitas produk Fashion Big Size di TikTok Shop.					
2.	Produk yang banyak mendapat ulasan positif dan negatif dari pengguna Tiktok shop memiliki review yang jujur					
3.	Informasi yang di bagikan Pengguna TikTok shop sangat membantu dalam keputusan untuk pembelian produk Fashion Big Size					
4.	Karena dilakukan dengan live streaming Informasi mengenai Produk Fashion Big Size yang di sampaikan sangat terpercaya					
5.	Saya akan merekomendasikan Tiktok shop kepada teman atau keluarga yang membutuhkan produk fashion big size wanita					
6.	Membaca review dari pengguna TikTok Shop memperkecil kekhawatiran untuk pembelian					
7.	Penjual produk fashion Big Size di TikTok shop mampu memberikan informasi dan solusi untuk konsumennya.					

**Variabel Promosi (X2)**

No	Pernyataan	Skala Likert				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Iklan produk fashion big size yang ditayangkan di beranda TikTok sangat menarik sehingga saya tertarik untuk membeli.					
2.	Potongan harga (Diskon) sangat mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk Big Size wanita.					
3.	Semakin banyak Produk dari Fashion Big Size yang di beli maka akan mendapatkan potongan besar.					
4.	Belanja saat penjual melakukan live streaming ditambah banyaknya voucher diskon membuat saya yakin untuk membeli produk fashion di TikTok Shop					
5.	Pop up atau iklan yang muncul ketika membuka aplikasi tiktok membuat saya tertarik dalam melakukan pembelian produk fashion big size wanita.					

**Variabel Kualitas produk (X3)**

No	Pernyataan	Skala Likert				
		STS	TS	N	S	SS
1.	produk Fashion Big Size di tiktok shop mempunyai desain yang bagus dan nyaman saat di pakai.					
2.	Produk Fashion Big Size yang di jual di tiktok shop mempunyai warna, model yang bervariasi dan menyediakan berbagai ukuran besar.					
3.	Kualitas produk Fashion Big Size yang di jual di TikTok shop tidak rusak/robek saat di cuci.					
4.	Saya membeli produk Fashion Big size wanita di TikTok Shop karena memiliki kualitas bahan yang bagus dan tahan lama.					
5.	Produk Fashion Big Size yang dijual di TikTok Shop sangat sesuai dengan ukuran yang dicantumkan di etalase penjualan.					
6.	Produk Fashion Big Size yang dijual di TikTok Shop sangat bagus dan desainnya mengikuti tren terkini.					

**Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Pernyataan	Skala Likert				
		STS	ST	N	S	SS
1.	Produk Big size wanita di tiktok shop yang saya beli sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi saya.					
2.	Saya merasa puas dengan Kualitas produk Big size wanita yang saya beli di TikTok Shop					
3.	Saya senang berbelanja Produk Fashion big Size di Tiktok shop, karena TikTok Shop memberikan diskon besar saat melakukan pembelian dalam jumlah banyak.					
4.	TikTok Shop memudahkan Konsumen dalam melakukan pembayaran dan proses pengembalian dana/barang apabila bila produk tidak sesuai.					
5.	Produk fashion big size wanita yang dijual di Tiktok shop memberikan kesan kualitas yang elegan, sehingga saya tidak ragu untuk merekomendasikan kepada keluarga dan teman saya.					
6	Selain harga terjangkau dan banyak diskon, Saya merasa yakin untuk merekomendasikan produk Big size wanita yang di jual di TikTok Shop kepada teman atau keluarga.					

**Lampiran 2**  
**Tabulasi Data**

**1. Karakteristik Responden**

No	Jenis Kelamin	usia	Berat badan	Pekerjaan	Pengguna Aplikasi TikTok	Pembelian
1	2	5	1	4	1	1
2	2	2	1	1	1	2
3	2	2	1	1	1	1
4	2	2	1	1	1	3
5	2	5	1	3	1	1
6	2	5	1	3	1	2
7	2	1	1	1	1	4
8	2	5	2	3	1	2
9	2	5	2	3	1	2
10	2	1	2	1	1	3
11	2	2	2	1	1	3
12	2	1	1	1	1	3
13	2	3	2	4	1	3
14	2	2	1	1	1	3
15	2	5	3	2	1	2
16	2	2	1	4	1	2
17	2	2	1	1	1	4
18	2	1	1	1	1	4
19	2	1	1	1	1	4
20	2	3	3	4	1	5
21	2	3	3	4	1	2
22	2	3	3	4	1	4
23	2	3	4	3	1	2
24	2	4	5	3	1	1
25	2	2	2	1	1	3
26	2	1	1	1	1	5
27	2	2	1	1	1	2
28	2	2	2	1	1	2
29	2	2	1	1	1	3
30	2	2	1	4	1	4
31	2	3	4	5	1	2
32	2	2	2	1	1	4
33	2	3	3	2	1	4
34	2	3	2	4	1	2

No	Jenis Kelamin	usia	Berat badan	Pekerjaan	Pengguna Aplikasi	Pembelian
35	2	2	1	1	1	2
36	2	3	2	4	1	4
37	2	1	2	1	1	3
38	2	1	2	1	1	4
39	2	2	2	1	1	3
40	2	4	2	3	1	2
41	2	1	1	1	1	2
42	2	2	1	1	1	4
43	2	2	1	1	1	1
44	2	2	2	1	1	3
45	2	3	3	3	1	2
46	2	1	1	1	1	2
47	2	2	3	1	1	3
48	2	2	1	1	1	2
49	2	2	1	1	1	1
50	2	3	2	1	1	3
51	2	2	1	1	1	2
52	2	1	1	1	1	3
53	2	3	1	1	1	2
54	2	2	2	1	1	2
55	2	2	1	1	1	2
56	2	1	1	1	1	2
57	2	4	3	3	1	1
58	2	2	1	1	1	2
59	2	2	2	1	1	1
60	2	2	1	1	1	2
61	2	1	1	1	1	3
62	2	2	1	1	1	3
63	2	3	2	4	1	2
64	2	1	2	1	1	3
65	2	3	2	3	1	2
66	2	4	1	4	1	2
67	2	1	1	1	1	3
68	2	2	2	1	1	4
69	2	1	1	1	1	2
70	2	3	2	1	1	3
71	2	2	1	1	1	3
72	2	4	1	3	1	1
73	2	2	1	1	1	4
74	2	1	1	1	1	1

No	Jenis Kelamin	usia	Berat badan	Pekerjaan	Pengguna Aplikasi	Pembelian
75	2	1	1	1	1	2
76	2	2	1	1	1	3
77	2	2	1	1	1	2
78	2	2	1	1	1	1
79	2	1	1	1	1	2
80	2	2	1	1	1	3
81	2	2	3	3	1	5
82	2	2	2	1	1	3
83	2	2	1	1	1	2
84	2	2	2	1	1	1
85	2	4	4	5	1	1
86	2	2	1	1	1	2
87	2	2	1	1	1	2
88	2	3	1	1	1	3
89	2	2	2	1	1	2
90	2	2	1	1	1	2
91	2	2	1	1	1	2
92	2	2	1	1	1	3
93	2	2	1	4	1	3
94	2	1	1	1	1	1
95	2	2	2	1	1	3
96	2	1	1	1	1	2
97	2	2	1	1	1	2
98	2	2	1	1	1	2
99	2	2	1	4	1	1
100	2	2	1	1	1	2



## 2. *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total_ X1
3	4	4	3	4	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	3	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	21
3	4	4	3	3	3	3	23
4	3	4	3	4	4	3	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	4	4	27
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	3	4	4	4	3	25
4	4	4	3	3	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	4	3	3	2	2	20
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	3	2	4	25
4	4	3	2	3	2	3	21
3	4	4	3	3	3	4	24
4	4	4	4	2	3	4	25
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	4	3	3	4	25
4	4	4	4	3	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	3	3	3	4	3	23
3	3	3	3	3	3	3	21
2	2	1	2	2	2	2	13
2	1	1	2	2	2	1	11
3	3	3	3	3	2	3	20



X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total_ X1
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	3	4	3	4	3	24
4	3	4	3	4	3	4	25
3	4	3	4	3	4	4	25
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	3	3	4	25
4	3	4	3	3	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	4	3	3	3	3	23
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	3	3	3	3	23
4	3	2	3	4	3	3	22
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	2	2	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	3	4	4	25
4	4	3	3	3	3	4	24
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
2	2	2	2	3	2	3	16
3	3	3	3	3	3	4	22
3	3	3	3	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	3	3	3	4	3	24
4	4	3	4	3	3	4	25

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total_ X1
4	4	4	3	3	4	4	26
3	4	3	3	2	4	3	22

### 3. Promosi

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	
3	3	3	4	4	17	
3	3	3	3	3	15	
3	3	2	2	3	13	
2	2	2	3	3	12	
4	3	3	3	3	16	
3	2	3	4	3	15	
3	3	3	4	3	16	
4	4	4	4	4	20	
3	3	3	3	3	15	
4	4	3	4	4	19	
3	3	3	3	4	16	
3	3	3	4	4	17	
4	4	4	4	4	20	
2	2	2	3	3	12	
3	3	3	3	3	15	
4	4	4	4	4	20	
3	2	2	3	3	13	
2	2	2	4	3	13	
3	3	3	4	4	17	
3	2	2	4	4	15	
3	3	3	3	3	15	
4	4	3	3	3	17	

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	
3	4	4	4	3	18	
3	4	3	3	4	17	
3	3	3	3	3	15	
4	4	3	4	4	19	
4	4	3	4	4	19	
3	4	3	4	3	17	
3	3	3	3	3	15	
2	2	3	2	2	11	
1	1	2	1	2	7	
4	3	3	2	2	14	
3	3	3	3	3	15	
2	2	4	2	3	13	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	3	3	18	
4	3	4	4	4	19	
4	4	4	4	4	20	
4	3	4	3	4	18	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	3	3	15	
2	2	2	3	3	12	
3	2	3	2	3	13	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	3	3	15	
4	4	4	4	4	20	
4	2	2	3	3	14	
2	2	2	2	3	11	
4	4	4	4	4	20	
3	2	2	3	3	13	
3	3	3	4	4	17	

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	
3	4	4	3	4	18	
4	4	4	4	4	20	
4	3	3	3	3	16	
3	4	4	4	3	18	
3	3	3	3	3	15	
4	4	4	4	4	20	
2	2	2	3	3	12	
3	3	3	3	3	15	
4	4	3	4	4	19	
4	4	4	4	4	20	
3	2	3	2	3	13	
4	4	4	3	3	18	
2	3	3	3	3	14	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	20	
4	3	3	4	4	18	
1	3	4	3	4	15	
3	3	4	4	3	17	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	3	4	16	
4	4	4	4	4	20	
3	3	3	4	4	17	
3	3	3	4	4	17	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	20	
3	2	2	3	3	13	
3	2	3	3	3	14	

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	
2	2	2	3	3	12	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	20	
3	3	4	3	4	17	
4	4	3	3	3	17	
3	3	3	3	3	15	
4	4	4	4	4	20	
2	2	2	2	2	10	
4	4	4	4	4	20	
2	2	2	2	2	10	
2	3	2	3	3	13	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	3	3	15	
4	3	3	4	4	18	
4	3	4	4	4	19	
4	4	3	4	3	18	
3	4	3	3	3	16	

#### 4. Kualitas Produk

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3	
4	4	3	3	3	17	
4	4	4	4	4	20	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	3	3	15	
3	3	2	3	2	13	

X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	Total_X3
3	4	3	3	3	16
4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	2	3	3	3	14
3	3	3	3	3	15
4	4	2	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	3	19
3	3	4	3	3	16
4	4	2	4	4	18
4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19
4	4	3	4	4	19
4	4	4	3	3	18
3	3	3	3	3	15
2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	2	12
3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	4	18
4	3	4	4	4	19
4	3	4	4	3	18



X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	Total_X3
4	3	4	3	4	18
3	3	4	3	4	17
3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	4	19
3	2	3	2	3	13
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	2	2	2	12
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	4	17
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	3	16
3	3	4	4	4	18
3	3	2	3	3	14
3	3	2	4	4	16
3	1	3	2	3	12
3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	3	16
3	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	4	15
4	4	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20

X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	Total_X3
4	4	4	4	4	20
4	4	2	2	2	14
4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	3	2	2	14
2	2	2	2	3	11
3	3	3	3	2	14
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	16
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	2	10
4	4	4	4	4	20
3	3	2	2	3	13
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
3	3	3	4	2	15

### 5. Kepuasan Konsumen

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	2	3	4	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	2	2	3	3	16
4	4	3	2	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	1	3	3	16
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	2	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	4	4	22
4	4	3	2	4	4	21
4	4	3	3	4	4	22
3	3	3	3	4	3	19
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	4	3	21

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
4	4	4	3	4	4	23
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	4	3	20
3	3	3	3	3	3	18
2	2	2	2	2	2	12
2	2	1	2	3	2	12
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	2	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	3	4	4	21
4	4	3	4	4	4	23
4	3	4	3	4	4	22
4	3	3	3	4	4	21
4	3	3	3	4	4	21
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	3	4	4	23
3	2	2	2	3	3	15
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	2	4	4	21
3	3	2	2	3	3	16
4	4	4	4	4	4	24

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
3	3	3	3	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	4	3	20
4	3	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	3	20
4	3	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	4	3	20
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	2	4	4	20
4	4	3	3	4	4	22

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	2	4	4	21
3	3	3	2	4	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	2	2	12
3	3	3	2	3	3	17
4	4	3	3	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	3	4	4	23
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
4	4	3	3	4	4	22

**Lampiran 3**  
**Hasil Analisis Karakteristik Responden**  
**Jenis Kelamin**

		Frequency	Precent	Valid Precent	Cumulative Precent
Valid	Perempuan	100	100,0	100,0	100,0

**Usia**

		Frequency	Precent	Valid Precent	Cumulative Precent
Valid	17 - 20	21	21,0	21,0	21,0
	21 - 25	51	51,0	51,0	72,0
	26 -30	16	16,0	16,0	88,0
	31 -35	6	6,0	6,0	94,0
	>35	6	6,0	6,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

**Berat Badan**

		Frequency	Precent	Valid Precent	Cumulative Precent
Valid	80Kg - 95Kg	60	60,0	60,0	60,0
	96Kg - 110Kg	27	27,0	27,0	87,0
	111Kg - 125Kg	9	9,0	9,0	96,0
	126Kg - 140Kg	3	3,0	3,0	99,0
	>140Kg	1	1,0	1,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	



### Pekerjaan

		Frequency	Precent	Valid Precent	Cumulative Precent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	71	71.0	71.0	71.0
	PNS	2	2.0	2.0	73.0
	Ibu Rumah Tangga	12	12.0	12.0	85.0
	Karyawan Swasta	13	13.0	13.0	98.0
	Buruh	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

### Pembelian

		Frequency	Precent	Valid Precent	Cumulative Precent
Valid	1 - 2 kali	15	15,0	15,0	15,0
	3 - 4 kali	42	42,0	42,0	57,0
	5 - 6 kali	27	27,0	27,0	84,0
	7 - 8 kali	13	13,0	13,0	97,0
	> 9 kali	3	3,0	3,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

**Pengguna Aplikasi TikTok**

		Frequency	Precent	Valid Precent	Cumulative Precent
Valid	YA	100	100,0	100,0	100,0



X1.4	Pearson Correlation	.595**	.635**	.581**	1	.536**	.545**	.514**	.789**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.482**	.381**	.557**	.536**	1	.547**	.490**	.716**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.535**	.628**	.472**	.545**	.547**	1	.523**	.763**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.686**	.666**	.629**	.514**	.490**	.523**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.829**	.830**	.821**	.789**	.716**	.763**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

## 2. Promosi

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X 2
X2.1	Pearson Correlation	1	.729* *	.605* *	.597* *	.558**	.842**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.729* *	1	.745* *	.634* *	.592**	.892**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.605* *	.745* *	1	.517* *	.585**	.826**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.597* *	.634* *	.517* *	1	.752**	.825**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.558* *	.592* *	.585* *	.752* *	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X 2	Pearson Correlation	.842* *	.892* *	.826* *	.825* *	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### 3. Kualitas Produk

Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL_ X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.790**	.657**	.734**	.680**	.730**	.881**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.790**	1	.546**	.720**	.622**	.650**	.831**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.657**	.546**	1	.708**	.643**	.612**	.831**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.734**	.720**	.708**	1	.711**	.744**	.894**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.680**	.622**	.643**	.711**	1	.811**	.866**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.730**	.650**	.612**	.744**	.811**	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_ X3	Pearson Correlation	.881**	.831**	.813**	.894**	.866**	.882**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

#### 4. Kepuasan Konsumen

		Correlations						Total_
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.859* *	.647* *	.506* *	.799* *	1.000* *	.920**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.859**	1	.621* *	.524* *	.773* *	.859**	.890**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.647**	.621* *	1	.673* *	.568* *	.647**	.827**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.506**	.524* *	.673* *	1	.473* *	.506**	.747**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.799**	.773* *	.568* *	.473* *	1	.799**	.838**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	1.000* *	.859* *	.647* *	.506* *	.799* *	1	.920**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_	Pearson Correlation	.920**	.890* *	.827* *	.747* *	.838* *	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

**Lampiran 5**  
**Hasil Uji Reabilitas**

**1. *Electronic Word Of Mouth***

**Reliability Statistic**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,902	0,903	7

**2. Promosi**

**Reliability Statistic**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.894	0.895	5

**3. Kualitas Produk**

**Reliability Statistic**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.929	0.930	6



#### 4. Kepuasan Konsumen

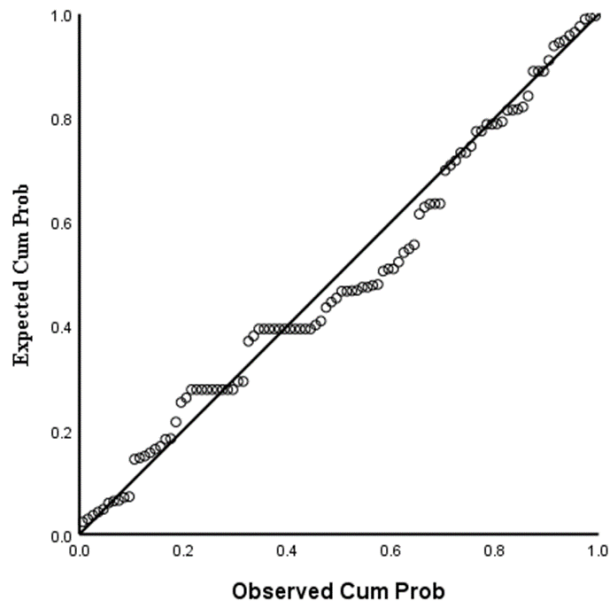
##### Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.919	0.928	6

#### Lampiran 6 Hasil Uji asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

##### Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual



Dependen variabel : Kepuasan Konsumen

## 2. Uji Multikolinieritas

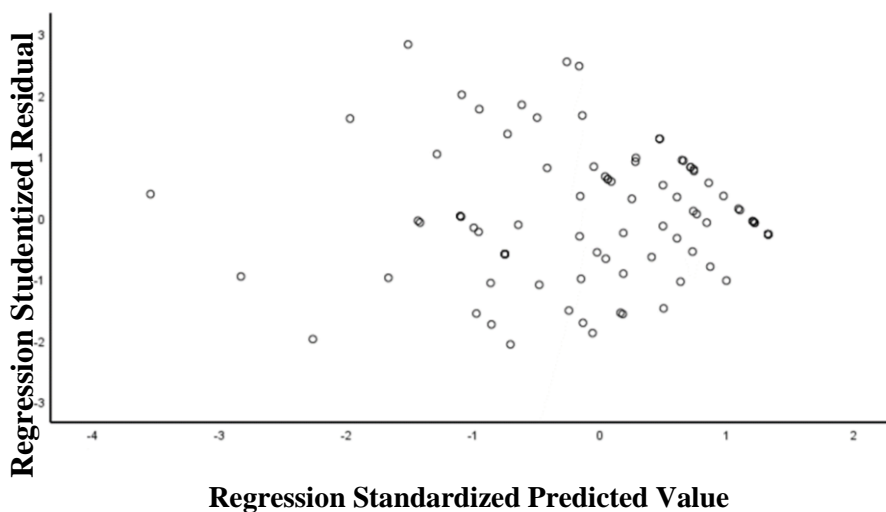
Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.359	1.118		2.110	0.037		
X1	0.324	0.065	0.362	5.016	0.000	0.480	2.082
X2	0.311	0.085	0.300	3.639	0.000	0.368	2.719
X3	0.281	0.086	0.311	3.254	0.002	0.274	3.652

a. Dependent Variable: Y

## 3. Uji Heterokedastisitas

### Scatterplot

Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen



**Lampiran 7**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.359	1.118		2.110	0.037
	Electronic Word Of Mouth	0.324	0.065	0.362	5.016	0.000
	Promosi	0.311	0.085	0.300	3.639	0.000
	Kualitas Produk	0.281	0.086	0.311	3.254	0.002
a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

**Lampiran 8**  
**Hasil Uji T (Uji Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.359	1.118		2.110	0.037
	Electronic Word Of Mouth	0.324	0.065	0.362	5.016	0.000
	Promosi	0.311	0.085	0.300	3.639	0.000
	Kualitas Produk	0.281	0.086	0.311	3.254	0.002
a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

**Lampiran 9**  
**Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	699.225	3	233.075	100.891	.000 <sup>b</sup>
	Residual	221.775	96	2.31		
	Total	921	99			
a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth, Promosi						

**Lampiran 10**  
**Hasil Uji Koefesien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.871 <sup>a</sup>	0.759	0.752	1.520	2.165
a Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth, Promosi					
b Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

## Lampiran 11 Hasil Turnitin

### PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK FASHION BIG SIZE WANITA DI TIKTOK SHOP


#### ORIGINALITY REPORT

<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<b>7%</b>
<b>2</b>	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<b>1%</b>
<b>4</b>	riset.unisma.ac.id Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	jurnal.darmaagung.ac.id Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	Dini Dwi Ermawati, Angga Putri Ekanova. "ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN	<b>&lt;1%</b>


**Lampiran 12**  
**Kartu Bimbingan**



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Pst 140&141 E-mail: feb@unting-sby.ac.id

**SEMESTER**  
Gasal / Genap  
  
2022 , 2023

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**



**Nama Mahasiswa / NBI :** DIANA WUKANDINI / 1211900156

**Nama Pembimbing :** Dra. Ratnaningsih Sri Yustini, MM

**Judul Skripsi :** Pengaruh Electronic Word of Mouth, promosi dan Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian produk Fashion Big Size Wanita di TIKTOK Shop.

**Mulai Program Skripsi :** Semester 8 Thn. Ak. 2022 Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	28-2-2023	Judul	Bimbingan perihal judul	<i>[Signature]</i>
2.	6-3-2023	Judul	ACC Judul	<i>[Signature]</i>
3.	13-3-2023	Bab 1,2,3	Revisi Daftar pustaka	<i>[Signature]</i>
4.	16-3-2023	Bab 1, 2, 3	Revisi Penulisan miring + Daftar isi	<i>[Signature]</i>
5.	28-3-2023	Bab 1, 2, 3	SIAP DIUJI PROPOS	<i>[Signature]</i>
6.	29-4-2023	Bab 4 & 5	Revisi	<i>[Signature]</i>
7.	11-5-2023	Bab 4 & 5	ACC + tambahkan lampiran	<i>[Signature]</i>
8.	29-5-2023	Bab 4 & 5	ACC	<i>[Signature]</i>

Perpanjangan I \_\_\_\_\_

Semester : \_\_\_\_\_

Th. Ak. : \_\_\_\_\_

Paraf Kajar : \_\_\_\_\_

Surabaya, 28 Maret 2023

*[Signature]*  
(Dra. Ratnaningsih Sri Yustini, MM)  
(Nama dan tanda tangan Pembimbing)