

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *FLASH SALE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI *MARKETPLACE SHOPEE*

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Saya Virda Ayu Rahmadani (NBI : 1212000185) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus Surabaya, sedang mengadakan penelitian tentang “Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review* Dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di *Marketplace Shopee*”, saya berterimakasih atas partisipasi kakak/adek mahasiswa yang sudah berkenan membantu dalam penelitian ini

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin: Laki-Laki Perempuan

Usia: Tahun

Mahasiswa Prodi Manajemen : Iya

Pengguna *Marketplace* Shopee : Iya

Frekuensi Pembelian : 1-3 Kali 4-6 kali >7 kali

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

- Berilah tanda *checklist* (√) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai.
- Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban.

STS	: Sangat Tidak Setuju	S	: Setuju
TS	: Tidak Setuju	SS	: Sangat Setuju
N	: Ragu-ragu / Netral		

- Menjawab pertanyaan dengan sungguh-sungguh dan sejujur-jujurnya. Perlu diketahui bahwa jawaban tidak berhubungan dengan benar atau salah
- Contoh pengisian di bawah ini jika anda merasa **SANGAT SETUJU** dengan pernyataan atau pertanyaan di dalam kuesioner ini maka lingkari kolom pada huruf yang tersedia :

STS	TS	N	S	SS
				√

C. PERNYATAAN KUESIONER

LIVE STREAMING (X1)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Interaksi (<i>Interaction</i>)						
1.1	Fitur <i>live streaming</i> pada <i>marketplace</i> Shopee memberikan saya rasa interaksi komunikasi yang <i>real</i>					
1.2	Fitur <i>live streaming</i> pada <i>marketplace</i> Shopee memberikan perasaan hadir secara langsung di acara tersebut					
Waktu nyata (<i>Real Time</i>)						

2.1	Adanya fitur <i>live streaming</i> , saya dapat melihat kondisi produk secara <i>real time</i>					
2.2	Fitur <i>live streaming</i> sangat efektif untuk saya berbelanja secara <i>real time</i>					
Alat promosi						
3.1	Fitur shopee <i>live streaming</i> memudahkan pembeli untuk mengetahui promosi produk yang dijual					
3.2	Fitur Shopee <i>live streaming</i> memudahkan saya untuk proses negosiasi					

ONLINE CUSTOMER REVIEW (X2)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Manfaat yang dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)						
1.1	Saya mendapatkan manfaat adanya informasi <i>review</i> dari <i>marketplace</i> Shopee					
1.2	<i>Review</i> pada <i>marketplace</i> Shopee memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk <i>fashion</i> yang di ulas					
Kredibilitas sumber (<i>Source Credibility</i>)						
2.1	<i>Review</i> yang diberikan konsumen lain dapat dipercaya					
2.2	Saya akan membeli secara <i>online</i> melalui aplikasi Shopee setelah saya melihat <i>review</i> produk <i>fashion</i> yang diberikan konsumen sebelumnya					
Kualitas argumen (<i>Argument Quality</i>)						
3.1	Ulasan produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> Shopee dapat menunjukkan kejelasan produk					
3.2	<i>Review</i> yang diberikan konsumen lain membantu saya terhindar dari penipuan <i>online</i>					
Valensi (<i>Valance</i>)						
4.1	Semakin banyak hasil review dari konsumen lain maka akan lebih memudahkan saya untuk melakukan keputusan pembelian					

4.2	Review positif dan negatif dari konsumen lain menjadi faktor yang mempengaruhi saya melakukan pembelian atau tidak					
-----	--	--	--	--	--	--

FLASH SALE (X3)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Frekuensi promosi						
1.1	Marketplace Shopee sering mengadakan <i>flash sale</i> secara besar-besaran pada tanggal istimewa di setiap bulannya (seperti 11.11)					
1.2	Saya banyak menemukan iklan <i>flash sale</i> Shopee di berbagai platform media sosial					
Kualitas promosi						
2.1	Potongan harga yang ditawarkan pada <i>flash sale marketplace</i> Shopee lebih menarik daripada <i>marketplace</i> lainnya.					
2.2	Produk <i>flash sale</i> di <i>marketplace</i> Shopee memiliki kualitas yang baik					
Waktu promosi						
3.1	Saya dapat melakukan pembelian produk <i>flash sale</i> di <i>marketplace</i> Shopee dengan waktu yang tidak dibatasi.					
3.2	Seringnya promosi iklan membuat anda ingin membeli produk di <i>marketplace</i> Shopee					
Ketepatan sasaran promosi						
4.1	Saya merasa program <i>flash sale</i> membuat saya lebih sering berbelanja di <i>marketplace</i> Shopee daripada di <i>marketplace</i> lainnya.					
4.2	Saya merasa potongan harga yang ditetapkan <i>marketplace</i> Shopee sesuai dengan harapan					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Pilihan produk (<i>Product Choise</i>)						
1.1	Saya membeli produk <i>fashion</i> di Shopee karena kebutuhan					
1.2	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan beragam pilihan produk <i>fashion</i> yang saya butuhkan					
Pilihan merek (<i>Brand Choise</i>)						
2.1	Saya memutuskan untuk membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> Shopee karena merek yang terkenal					
2.2	Saya memutuskan untuk membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> Shopee karena pembelian merek sebelumnya					
Jumlah pembelian (<i>Purchase Amount</i>)						
3.1	Saya dapat membeli produk <i>fashion</i> dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya di <i>marketplace</i> Shopee					
3.2	Saya akan membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> Shopee dengan min belanja 30.000 untuk mendapatkan vouchee gratis ongkir					
Waktu pembelian (<i>Purchase Timing</i>)						
4.1	Saya membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> Shopee saat sedang ada diskon atau promo					
4.2	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan waktu berbelanja setiap saat					
Metode pembayaran pembeli						
5.1	Saya menggunakan metode pembayaran top up ke shopeepay					
5.2	Saya menggunakan metode pembayaran Spaylater					

Lampiran 2 Data Tabulasi

RESPONDE N	<i>LIVE STREAMING</i>						TOTAL SCORE	RATA-RATA SCORE
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6		
1	4	4	4	4	4	4	24	4
2	4	4	5	5	5	3	26	4
3	4	4	5	3	3	4	23	4
4	4	4	5	5	4	5	27	5
5	3	4	4	3	5	4	23	4
6	4	5	3	5	4	5	26	4
7	5	5	4	5	5	5	29	5
8	5	5	4	4	5	5	28	5
9	3	4	3	3	3	3	19	3
10	3	4	4	4	4	4	23	4
11	4	4	3	5	5	3	24	4
12	4	4	3	4	5	4	24	4
13	4	4	4	5	4	5	26	4
14	4	4	4	4	4	4	24	4
15	4	4	4	3	4	3	22	4
16	4	5	5	4	3	5	26	4
17	4	4	3	4	4	4	23	4
18	4	4	4	4	4	4	24	4
19	4	5	4	4	3	4	24	4
20	4	5	4	4	3	4	24	4
21	4	4	4	4	4	4	24	4
22	5	5	5	5	5	5	30	5
23	3	2	5	3	3	4	20	3
24	4	4	4	4	4	4	24	4
25	3	4	4	4	4	4	23	4
26	5	5	5	5	5	5	30	5
27	4	5	4	5	4	5	27	5
28	5	5	5	5	5	5	30	5
29	4	4	4	4	5	5	26	4
30	4	4	4	3	4	4	23	4

31	3	3	4	3	3	4	20	3
32	4	4	4	3	4	5	24	4
33	3	4	4	3	5	5	24	4
34	4	3	3	3	4	5	22	4
35	3	3	3	3	4	4	20	3
36	4	4	4	3	3	4	22	4
37	3	3	3	4	4	3	20	3
38	4	4	4	4	4	4	24	4
39	4	3	3	3	5	5	23	4
40	4	3	4	4	5	5	25	4
41	5	5	4	4	5	5	28	5
42	4	4	3	3	4	5	23	4
43	4	4	3	3	5	5	24	4
44	5	5	5	5	5	5	30	5
45	3	3	3	3	3	3	18	3
46	3	3	4	4	5	3	22	4
47	5	4	4	4	3	4	24	4
48	4	4	3	3	3	4	21	4
49	5	5	5	4	4	4	27	5
50	4	3	5	5	3	4	24	4
51	4	5	5	3	4	3	24	4
52	3	4	5	3	4	5	24	4
53	4	4	5	3	4	3	23	4
54	3	5	3	5	4	4	24	4
55	4	3	3	4	4	3	21	4
56	4	4	4	4	4	4	24	4
57	5	5	4	3	5	4	26	4
58	4	4	4	3	3	3	21	4
59	5	5	3	3	4	3	23	4
60	4	3	4	4	5	5	25	4
61	5	4	3	3	4	4	23	4
62	4	4	4	4	4	5	25	4
63	4	3	5	4	4	3	23	4
64	5	4	4	4	3	5	25	4
65	5	5	3	4	3	3	23	4
66	4	3	4	5	5	4	25	4

67	4	3	5	4	4	3	23	4
68	5	5	4	4	4	4	26	4
69	5	4	5	4	3	4	25	4
70	4	3	4	5	3	4	23	4
71	5	4	4	5	3	4	25	4
72	5	4	4	4	5	4	26	4
73	4	4	3	3	4	5	23	4
74	4	4	4	4	4	4	24	4
75	4	4	5	5	5	5	28	5
76	4	4	5	4	5	5	27	5
77	3	3	4	4	5	5	24	4
78	5	5	4	5	4	4	27	5
79	4	4	4	4	5	5	26	4
80	4	4	4	4	4	4	24	4
81	4	3	3	5	5	4	24	4
82	4	3	4	3	3	4	21	4
83	5	4	5	5	5	5	29	5
84	5	4	5	5	4	4	27	5
85	5	5	4	4	5	4	27	5
86	4	5	3	4	4	5	25	4
87	5	3	3	5	4	4	24	4
88	5	5	4	4	4	5	27	5
89	5	5	4	4	5	4	27	5
90	4	5	4	5	5	5	28	5
91	5	5	5	4	5	4	28	5
92	4	4	4	5	5	5	27	5
93	5	5	5	3	5	5	28	5
94	4	4	4	4	5	4	25	4
95	4	5	5	5	5	5	29	5
96	4	5	5	4	5	5	28	5
97	4	4	4	4	5	5	26	4
98	3	5	5	4	4	5	26	4
99	5	5	4	4	5	5	28	5
100	4	4	4	5	5	4	26	4

RESPON DEN	<i>ONLINE CUSTOMER REVIEW</i>								TOTAL SCORE	RATA-RATA SCORE
	X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X2 .6	X2 .7	X2 .8		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	3	5	5	4	5	4	4	34	4
3	5	3	3	4	4	5	3	4	31	4
4	4	5	5	4	5	4	4	5	36	5
5	4	5	4	3	5	5	4	5	35	4
6	4	5	4	5	4	5	4	5	36	5
7	5	4	5	4	4	5	5	4	36	5
8	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5
9	3	4	3	3	3	4	3	4	27	3
10	4	4	4	3	4	3	4	4	30	4
11	5	5	4	5	5	5	4	5	38	5
12	4	5	3	4	5	3	4	5	33	4
13	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4
14	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4
15	4	4	5	4	4	5	4	5	35	4
16	5	4	5	4	5	4	5	4	36	5
17	4	4	3	4	4	3	5	4	31	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
19	5	4	2	3	5	4	5	4	32	4
20	4	5	5	5	4	5	5	4	37	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
23	3	4	3	4	5	5	5	4	33	4
24	5	4	4	4	4	5	4	4	34	4
25	4	5	4	5	5	5	4	5	37	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
27	5	4	5	4	5	4	5	4	36	5
28	5	5	3	4	4	3	5	5	34	4
29	5	4	4	5	5	5	5	5	38	5
30	4	3	4	5	4	4	5	4	33	4
31	4	4	4	5	4	5	4	3	33	4

32	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5
33	4	4	4	5	4	5	5	5	36	5
34	5	5	3	4	5	5	4	4	35	4
35	4	4	4	4	3	5	4	4	32	4
36	5	5	4	4	4	5	4	5	36	5
37	3	4	3	4	3	3	4	4	28	4
38	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5
39	5	5	4	4	5	5	5	5	38	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
42	5	5	4	4	4	5	4	4	35	4
43	5	5	4	4	4	5	5	5	37	5
44	5	5	4	5	4	5	5	4	37	5
45	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4
46	4	3	3	5	5	4	3	5	32	4
47	5	5	5	4	3	5	4	3	34	4
48	3	5	4	4	5	3	4	4	32	4
49	5	4	4	5	4	3	3	4	32	4
50	4	4	4	4	3	5	4	5	33	4
51	5	4	4	5	3	5	4	3	33	4
52	5	4	3	3	4	5	5	4	33	4
53	5	4	4	3	3	5	4	4	32	4
54	4	4	5	5	5	4	4	3	34	4
55	5	3	4	4	5	5	3	4	33	4
56	3	3	5	5	3	4	3	5	31	4
57	5	4	5	3	4	5	4	5	35	4
58	4	3	5	5	4	5	3	5	34	4
59	5	5	5	5	5	4	5	5	39	5
60	3	5	5	4	4	5	3	3	32	4
61	5	3	5	4	3	3	3	4	30	4
62	5	5	3	3	3	4	4	5	32	4
63	5	5	4	4	4	3	5	4	34	4
64	4	4	3	3	4	5	4	3	30	4
65	3	5	4	3	4	4	4	4	31	4
66	4	5	3	4	4	5	3	5	33	4
67	5	4	3	3	5	4	3	5	32	4

68	5	5	3	3	4	4	5	5	34	4
69	5	5	4	3	4	4	5	3	33	4
70	4	4	4	5	5	5	3	5	35	4
71	4	5	3	4	4	3	4	5	32	4
72	3	4	5	4	3	4	5	4	32	4
73	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4
74	5	5	4	4	5	5	4	4	36	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
76	4	5	5	5	4	5	4	4	36	5
77	5	5	5	4	5	4	4	4	36	5
78	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5
79	4	4	5	5	5	5	4	5	37	5
80	5	4	5	4	5	5	5	4	37	5
81	5	3	4	4	4	4	4	4	32	4
82	5	5	4	4	5	5	4	5	37	5
83	5	5	5	5	4	4	5	4	37	5
84	5	4	4	4	4	5	5	5	36	5
85	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5
86	4	5	4	5	5	5	5	4	37	5
87	5	4	5	4	5	5	4	4	36	5
88	4	4	5	4	4	5	5	4	35	4
89	4	5	5	5	4	5	4	4	36	5
90	5	4	4	5	5	5	5	4	37	5
91	5	4	5	5	4	5	4	5	37	5
92	4	5	5	5	4	4	5	4	36	5
93	5	4	5	4	4	5	5	4	36	5
94	5	5	4	4	4	5	5	5	37	5
95	5	5	5	4	5	5	5	4	38	5
96	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5
97	5	4	4	4	4	5	4	4	34	4
98	5	5	4	5	4	5	5	4	37	5
99	5	4	4	4	4	4	5	5	35	4
100	5	4	5	4	4	5	5	4	36	5

RESPON DEN	<i>FLASH SALE</i>								TOTAL SCORE	RATA-RATA SCORE
	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	X3 .5	X3 .6	X3 .7	X3 .8		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	3	4	4	5	3	4	3	5	31	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
4	5	5	4	4	4	4	5	5	36	5
5	5	4	4	4	5	5	3	4	34	4
6	4	5	4	5	4	5	4	4	35	4
7	5	5	5	4	4	5	4	4	36	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
9	3	3	4	3	4	3	3	4	27	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
11	5	4	5	4	4	5	5	5	37	5
12	3	5	4	3	5	4	5	5	34	4
13	4	4	5	5	5	4	4	4	35	4
14	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4
15	5	4	5	5	4	5	4	5	37	5
16	5	5	5	3	4	5	3	5	35	4
17	5	4	3	4	4	4	4	4	32	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
19	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4
20	5	5	5	5	4	5	5	4	38	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
23	4	4	4	3	4	4	4	3	30	4
24	4	3	4	4	4	4	4	5	32	4
25	5	5	4	5	4	5	4	5	37	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
27	5	4	5	4	5	4	4	5	36	5
28	5	5	5	4	4	4	5	5	37	5
29	4	4	5	4	4	4	5	5	35	4
30	4	5	4	5	4	5	4	3	34	4
31	4	4	3	5	3	4	5	5	33	4
32	5	4	4	4	5	5	4	4	35	4
33	3	3	4	3	4	3	4	4	28	4

34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
35	4	4	4	3	3	4	4	3	29	4
36	4	4	3	3	4	4	3	3	28	4
37	3	4	3	3	3	4	4	4	28	4
38	4	3	3	4	4	4	3	3	28	4
39	4	4	3	3	4	4	4	3	29	4
40	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
42	4	4	3	3	4	4	3	3	28	4
43	4	4	5	4	4	4	4	3	32	4
44	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4
45	3	3	3	3	4	3	3	3	25	3
46	5	3	4	3	4	5	5	4	33	4
47	4	5	4	3	5	4	5	4	34	4
48	5	4	5	4	3	5	4	3	33	4
49	5	3	3	4	4	5	3	4	31	4
50	3	4	3	5	4	4	3	4	30	4
51	4	5	5	5	3	5	4	4	35	4
52	3	5	4	4	5	3	4	4	32	4
53	4	5	4	3	3	4	5	5	33	4
54	5	3	3	4	4	5	5	4	33	4
55	5	4	4	3	4	5	4	3	32	4
56	5	5	5	5	3	5	4	5	37	5
57	4	3	5	5	4	3	4	3	31	4
58	5	4	4	3	5	3	4	4	32	4
59	3	3	3	4	5	3	3	4	28	4
60	4	3	5	4	3	5	3	4	31	4
61	4	4	5	4	3	5	4	4	33	4
62	4	3	3	5	4	4	3	3	29	4
63	4	3	5	4	5	5	4	3	33	4
64	5	4	3	3	4	5	4	4	32	4
65	4	4	3	5	4	4	5	5	34	4
66	3	4	3	5	4	3	5	4	31	4
67	4	4	5	4	3	5	4	5	34	4
68	4	5	3	4	4	4	5	4	33	4
69	4	4	3	5	4	4	3	4	31	4

70	5	3	3	5	5	4	4	5	34	4
71	4	5	3	4	4	5	3	4	32	4
72	3	4	5	4	4	3	5	4	32	4
73	4	4	3	3	4	4	3	3	28	4
74	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4
75	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4
76	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4
77	4	3	3	4	4	5	4	4	31	4
78	3	4	5	4	4	5	4	4	33	4
79	5	4	4	5	4	5	4	4	35	4
80	4	4	3	3	4	3	4	4	29	4
81	4	4	4	5	5	4	5	4	35	4
82	5	3	4	4	4	5	5	5	35	4
83	5	4	3	4	4	5	5	4	34	4
84	4	3	3	5	5	4	3	3	30	4
85	5	5	4	4	4	5	4	4	35	4
86	3	4	5	4	5	5	4	4	34	4
87	3	4	3	4	4	5	4	4	31	4
88	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4
89	3	4	4	4	5	3	4	4	31	4
90	5	5	4	4	4	5	4	4	35	4
91	4	5	5	5	4	4	3	4	34	4
92	5	3	5	4	4	4	4	4	33	4
93	5	4	4	4	5	5	3	4	34	4
94	4	4	4	3	4	4	5	4	32	4
95	5	5	4	5	4	5	4	4	36	5
96	4	4	4	3	4	5	4	4	32	4
97	4	4	4	3	4	3	4	4	30	4
98	4	5	3	4	4	4	4	4	32	4
99	4	4	4	5	5	4	5	5	36	5
100	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4

RESPONDEN	KEPUTUSAN PEMBELIAN										TOTAL SCORE	RATA-RATA SCORE
	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
2	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	44	4
3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	3	39	4
4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	44	4
5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	45	5
6	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	46	5
7	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	45	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
9	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	34	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
11	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47	5
12	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	44	4
13	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44	4
14	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4
15	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45	5
16	3	5	5	3	5	5	4	5	5	4	44	4
17	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
19	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	40	4
20	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	45	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
23	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	37	4
25	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	44	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
27	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45	5
28	5	5	3	4	4	4	5	5	5	1	41	4
29	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45	5
30	4	4	4	3	4	4	3	5	5	3	39	4
31	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36	4
32	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	42	4
33	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	40	4

34	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	38	4
35	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	37	4
36	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	39	4
37	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	34	3
38	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	40	4
39	4	3	3	3	5	3	4	4	4	4	37	4
40	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	44	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
42	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	40	4
43	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	43	4
44	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	45	5
45	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31	3
46	5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	41	4
47	3	5	5	4	4	3	5	4	5	3	41	4
48	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	40	4
49	5	3	3	4	4	5	5	5	3	4	41	4
50	4	3	4	5	3	5	4	3	4	5	40	4
51	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	40	4
52	5	4	3	5	5	3	4	3	5	4	41	4
53	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	40	4
54	3	5	5	4	4	5	4	5	4	3	42	4
55	5	3	4	5	5	4	5	4	3	5	43	4
56	3	5	3	3	4	5	4	4	5	4	40	4
57	5	4	3	5	4	3	5	5	5	5	44	4
58	3	4	3	5	4	3	5	5	4	4	40	4
59	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	42	4
60	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	43	4
61	5	3	4	3	3	4	5	4	3	5	39	4
62	3	4	4	3	5	4	3	4	4	3	37	4
63	3	5	4	4	5	3	4	5	4	4	41	4
64	3	5	4	4	4	5	4	3	5	4	41	4
65	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	40	4
66	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4	39	4
67	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	42	4
68	3	5	2	4	5	4	3	4	5	4	39	4
69	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	40	4

70	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	40	4
71	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45	5
72	4	4	5	3	4	4	3	3	5	3	38	4
73	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	40	4
74	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46	5
75	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44	4
76	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47	5
77	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	42	4
78	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45	5
79	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	42	4
80	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	40	4
81	5	5	3	3	4	4	5	4	3	3	39	4
82	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	39	4
83	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47	5
84	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	44	4
85	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46	5
86	5	3	4	3	3	4	5	4	5	5	41	4
87	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43	4
88	4	3	5	4	5	5	3	4	5	4	42	4
89	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	41	4
90	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43	4
91	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	40	4
92	5	5	3	3	5	4	4	5	4	5	43	4
93	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44	4
94	4	4	4	5	3	5	4	5	4	3	41	4
95	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	42	4
96	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	41	4
97	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	44	4
98	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47	5
99	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45	5
100	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	43	4

Lampiran 3 Hasil Olah Data

1. Uji Validitas

Live Streaming (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.485**	.168	.281**	.157	.150	.609**
	Sig. (2-tailed)		.000	.094	.005	.120	.135	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.485**	1	.191	.191	.187	.266**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000		.057	.058	.063	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.168	.191	1	.219*	.102	.166	.511**
	Sig. (2-tailed)	.094	.057		.028	.311	.100	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.281**	.191	.219*	1	.284**	.202*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.005	.058	.028		.004	.044	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.157	.187	.102	.284**	1	.370**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.120	.063	.311	.004		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.150	.266**	.166	.202*	.370**	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.135	.008	.100	.044	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.609**	.647**	.511**	.614**	.598**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1 Pearson Correlation	1	.167	.139	.018	.225*	.234*	.310**	.126	.526**
X2.1 Sig. (2-tailed)		.097	.167	.863	.024	.019	.002	.213	.000
X2.1 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.167	1	.087	.041	.227*	.079	.322**	.150	.490**
X2.2 Sig. (2-tailed)	.097		.387	.688	.023	.436	.001	.137	.000
X2.2 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.139	.087	1	.452**	.094	.295**	.172	-.021	.567**
X2.3 Sig. (2-tailed)	.167	.387		.000	.352	.003	.086	.839	.000
X2.3 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.018	.041	.452**	1	.198*	.217*	.078	.118	.524**
X2.4 Sig. (2-tailed)	.863	.688	.000		.048	.030	.441	.242	.000
X2.4 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	.225*	.227*	.094	.198*	1	.168	.190	.244*	.553**
X2.5 Sig. (2-tailed)	.024	.023	.352	.048		.095	.058	.014	.000
X2.5 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6 Pearson Correlation	.234*	.079	.295**	.217*	.168	1	.113	.087	.536**
X2.6 Sig. (2-tailed)	.019	.436	.003	.030	.095		.261	.389	.000
X2.6 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7 Pearson Correlation	.310**	.322**	.172	.078	.190	.113	1	.077	.546**
X2.7 Sig. (2-tailed)	.002	.001	.086	.441	.058	.261		.447	.000
X2.7 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8 Pearson Correlation	.126	.150	-.021	.118	.244*	.087	.077	1	.403**
X2.8 Sig. (2-tailed)	.213	.137	.839	.242	.014	.389	.447		.000
X2.8 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL Pearson Correlation	.526**	.490**	.567**	.524**	.553**	.536**	.546**	.403**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Online Customer Review (X2)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.203*	.226*	.161	.096	.552**	.204*	.243*	.614**
	Sig. (2-tailed)		.043	.024	.109	.344	.000	.042	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.203*	1	.264**	.169	.014	.249*	.287**	.309**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.043		.008	.093	.893	.012	.004	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.226*	.264**	1	.207*	.028	.265**	.241*	.280**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.024	.008		.038	.779	.008	.016	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.161	.169	.207*	1	.119	.235*	.104	.293**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.109	.093	.038		.240	.019	.305	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.096	.014	.028	.119	1	-.029	.093	.072	.285**
	Sig. (2-tailed)	.344	.893	.779	.240		.774	.357	.475	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.552**	.249*	.265**	.235*	-.029	1	.101	.178	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.008	.019	.774		.319	.077	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.204*	.287**	.241*	.104	.093	.101	1	.450**	.560**
	Sig. (2-tailed)	.042	.004	.016	.305	.357	.319		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.243*	.309**	.280**	.293**	.072	.178	.450**	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.015	.002	.005	.003	.475	.077	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.614**	.568**	.596**	.530**	.285**	.593**	.560**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

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

Flash Sale (X3)

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.022	.198*	.057	-.053	.109	.279**	.048	.058	.324**	.429**
	Sig. (2-tailed)		.830	.049	.572	.600	.280	.005	.634	.564	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.022	1	.223*	.158	.128	.125	.019	.134	.199*	.113	.444**
	Sig. (2-tailed)	.830		.026	.116	.204	.216	.855	.185	.047	.262	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.198*	.223*	1	.251*	.058	.155	.124	-.022	.282**	.211*	.527**
	Sig. (2-tailed)	.049	.026		.012	.568	.123	.218	.829	.004	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.057	.158	.251*	1	.070	.125	.198*	.181	.062	.198*	.490**
	Sig. (2-tailed)	.572	.116	.012		.491	.214	.049	.071	.539	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	-.053	.128	.058	.070	1	.139	-.060	.075	.079	.035	.281**
	Sig. (2-tailed)	.600	.204	.568	.491		.168	.551	.455	.435	.726	.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.109	.125	.155	.125	.139	1	.235*	.228*	.231*	.226*	.532**
	Sig. (2-tailed)							.005	.005	.005	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.280	.216	.123	.214	.168		.019	.022	.021	.024	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.279**	.019	.124	.198*	-.060	.235*	1	.277**	.140	.244*	.508**
	Sig. (2-tailed)	.005	.855	.218	.049	.551	.019		.005	.164	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.048	.134	-.022	.181	.075	.228*	.277**	1	.175	.175	.465**
	Sig. (2-tailed)	.634	.185	.829	.071	.455	.022	.005		.082	.081	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	.058	.199*	.282**	.062	.079	.231*	.140	.175	1	.190	.496**
	Sig. (2-tailed)	.564	.047	.004	.539	.435	.021	.164	.082		.059	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.324**	.113	.211*	.198*	.035	.226*	.244*	.175	.190	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.001	.262	.035	.048	.726	.024	.014	.081	.059		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.429**	.444**	.527**	.490**	.281**	.532**	.508**	.465**	.496**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

2. Uji Reliabilitas

Live Streaming (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	6

Online Customer Review (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	8

Flash Sale (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.672	8

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	10

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.06961059
Most Extreme Differences	Absolute		.091
	Positive		.066
	Negative		-.091
Test Statistic			.091
Asymp. Sig. (2-tailed)			.040 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.360 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.347
		Upper Bound	.372

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

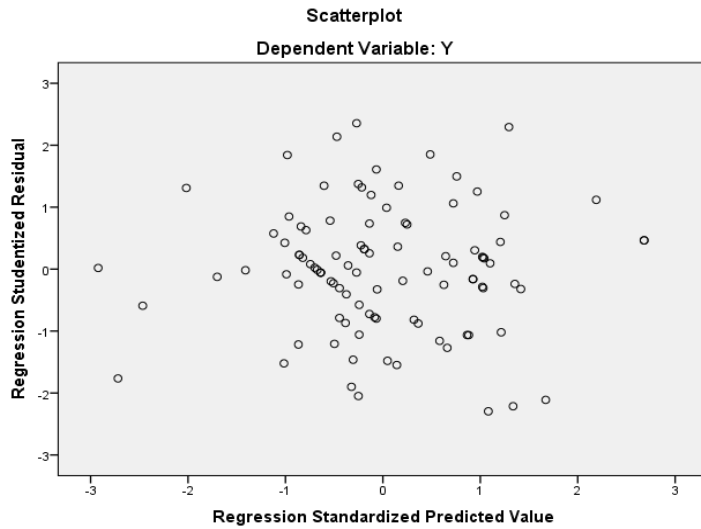
4. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.320	3.056		1.414	.161		
X1	.449	.106	.335	4.232	.000	.616	1.624
X2	.427	.092	.347	4.648	.000	.693	1.443
X3	.355	.081	.311	4.377	.000	.767	1.304

a. Dependent Variable: Y

5. Uji Heteroskedastisitas



6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.320	3.056		1.414	.161		
X1	.449	.106	.335	4.232	.000	.616	1.624
X2	.427	.092	.347	4.648	.000	.693	1.443
X3	.355	.081	.311	4.377	.000	.767	1.304

a. Dependent Variable: Y

7. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.320	3.056		1.414	.161
X1	.449	.106	.335	4.232	.000
X2	.427	.092	.347	4.648	.000
X3	.355	.081	.311	4.377	.000

a. Dependent Variable: Y

8. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	719.394	3	239.798	54.288	.000 ^b
Residual	424.046	96	4.417		
Total	1143.440	99			

a. Dependent Variable: Y

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

9. Uji Determinasi (R²)


Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.793 ^a	.629	.618	2.102	.629	54.288	3	96	.000

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

Lampiran 4 Surat Permohonan Data

YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

 PROGRAM STUDI EKONOMI BISNIS (S1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)
Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 082233788126 E-mail: fe@untag-sby.ac.id

TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI

Nomor : 3202/K/FEB/X/2023
Lampiran :
Perihal : **Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Riset Pendahuluan**

16 Oktober 2023


Kepada : Yth. Kepala Biro Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Dengan hormat,
Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian.
Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : VIRDA AYU RAHMADANI
N.P.M : 1212000185
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Alamat : Jl. Sepanjang Asri Blok E No. 29, Taman Sidoarjo
Telp./HP. 088228371186

Guna melakukan penelitian pendahuluan pada :
"MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI MANAJEMEN"
untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya.
Data yang diperlukan, jumlah mahasiswa aktif Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Semester Gasal Tahun Akademik 2023/2024.

Demikian permohonan ini atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.


Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, MSi., Ak. CA
NPP. 20220.93.0319

Lampiran 5 Balasan Permohonan Data



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA BIRO AKADEMIK

Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Tlp. (031) 5931800

16 Oktober 2023

Nomor : 249/K/BA/X/2023
Lampiran : -
Perihal : Balasan Permohonan Data

Kepada Yth. : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang permohonan data mahasiswa guna ijin penelitian untuk data skripsi pada Program Studi Manajemen atas nama Virda Ayu Rahmadani, NIM 1212000185 Nomor: 3202/K/FEB/X/2023. Berikut jumlah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Semester Gasal 2023/2024:

Program Studi	Angkatan						Total	
	2017	2018	2019	2020	2021	2022		2023
Manajemen	7	10	54	306	312	344	302	1335

Demikian surat balasan kami, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.



Kepala Biro Akademik,



Dwi Harini Sulistyawati, S.ST.,MT

NPP. 20460.16.0702

Tembusan Kepada Yth:

1. Virda Ayu Rahmadani / NIM. 1212000185
2. Arsip

Lampiran 6 Surat Ijin Penelitian

	YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	
	<small>PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1) PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1) PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (S1) PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2) PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)</small>	<small>TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI</small>
<small>Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Ext 140 , 141, E-mail: feb@untag-sby.ac.id.</small>		
Nomor	:	3848/K/FEB/XII/2023
Lampiran	:	-
Perihal	:	Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian
Kepada	:	Yth. Kepala Biro Akademik Untag Surabaya Jl. Semolowaru No. 45, Surabaya
<p>Dengan hormat, Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata I, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :</p>		
Nama	:	VIRDA AYU RAMADHANI
N. P. M	:	1212000185
Fakultas / Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Alamat	:	Jl. Sepanjang Asri Blok E No. 29 Taman Sidoarjo Telp./HP. 088228371186
<p>Guna melakukan penelitian pada : STUDI KASUS PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul "PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)"</p>		
Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.		
Surabaya, 20 Desember 2023		
 Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, MSi., Ak. CA NPP. 20220.93.0319		

Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA BIRO AKADEMIK

Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Tlp. (031) 5931800

22 Desember 2023

Nomor : 331/K/BA/XII/2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Permohonan Ijin untuk Mengadakan Penelitian pada mahasiswa UNTAG Surabaya Kami memberikan ijin kepada mahasiswa atas nama Virda Ayu Ramadhani dengan NIM 1212000185 untuk mengadakan penelitian dengan mahasiswa UNTAG Surabaya sebagai subyek penelitian.

Demikian surat balasan kami, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.




Kepala Biro Akademik,


Dwi Harini Sulistyawati, S.ST.,MT
NPP. 20460.16.0702

Tembusan Kepada Yth:
1. Virda Ayu Ramadhani (1212000185)
2. Arsip

Lampiran 8 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp. (031) 5931800 Pst. 1406, 1417 E-mail: fak@untag-sby.ac.id



SEMESTER
Gasal / Ganap
2023 / 2024

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NBI : VIRDA AYU RAHMADANI / 1220001030

Nama Pembimbing : Dr. IB. CEMPENA, M.M.

Judul Skripsi : PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PADA MARKETPLACE SHOPEE

Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	20-09-23	Konsultasi Bimbingan		[Signature]
2	20-09-23	Bab I, II, III	Revisi	[Signature]
3	10-10-23	Bab I, II, III	Revisi	[Signature]
4	20-10-23	Bab I, II, III	See	[Signature]
5	23-10-23	Kuesioner		[Signature]
6	30-10-23	Bab IV, V	Revisi	[Signature]
7	07-11-23	Bab IV, V	Revisi	[Signature]
8	22-12-23	Bab IV, V	See	[Signature]
<p style="font-size: 2em; font-family: cursive;">Siap diujikan</p>				

Perpanjangan I _____

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kajur : _____

Surabaya, 22-12-2023

Dr. Ida Bayu Cempena, M.M.

(Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 9 Hasil Plagiasi

PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA MARKETPLACE SHOPEE

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	6%
2	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	3%
3	Rendi Purnawirawan, Yoto Yoto, Syarif Suhartadi. "Welding engineering student learning outcomes in SMAW subjects: The effect on interest in entrepreneurship", Journal of Research in Instructional, 2023 Publication	2%
4	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	2%
5	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	1%
6	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
7	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%

8	Submitted to Universidad de Lima Student Paper	1 %
9	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
10	repository.unja.ac.id Internet Source	<1 %
11	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.idexlab.com Internet Source	<1 %
13	Submitted to Universitas Bangka Belitung Student Paper	<1 %
14	repo.unikadelasalle.ac.id Internet Source	<1 %
15	unars.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 12 words