

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Identitas Responden dan Pernyataan

**PENGARUH ULASAN PELANGGAN *ONLINE*, PROMOSI PENJUALAN
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE
(STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)**

Petunjuk pengisian jawaban kuesioner. Berilah tanda Check List (✓) pada kolom isian yang disediakan sesuai dengan jawaban anda.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. NBI :
3. Angkatan :

KRITERIA RESPONDEN

1. Apakah anda pernah membeli produk di *marketplace* shopee dengan harga lebih dari Rp.100.000.
a) Iya b) tidak
2. Apakah anda sudah melakukan transaksi online lebih dari satu *marketplace* salah satunya adalah *marketplace* Shopee.
a) Iya b) tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah sejumlah pertanyaan dengan teliti
2. Anda dimohon memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dengan memberi tanda check list (✓) pada salah satu kriteria yang paling mewakili diri anda untuk setiap pertanyaan.
3. Pilihan jawaban yang tersedia adalah:
STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju
4. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar/salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian anda terhadap isi setiap pertanyaan.

Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas iri akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

C. PERNYATAAN

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Ulasan Pelanggan Online (X1)						
Source credibility (kreadibilitas sumber)						
1	Saya percaya review/ulasan yang diberikan konsumen lain di marketplace Shopee					
2	Saya percaya bahwa ulasan dengan gambar atau foto profil penulis di marketplace Shopee lebih dapat dipercaya.					
Perceived usefulness (manfaat yang dirasakan)						
3	Fitur online customer riew/ulasan online memudahkan saya memperoleh informasi dalam berbelanja di <i>marketplace</i> Shopee					
4	Saya merasa ulasan pelanggan di <i>marketplace</i> Shopee sangat bermanfaat dalam membantu saya memahami produk atau layanan sebelum membelinya.					
Argumen quality (kualitas argumen)						
5	Review/ulasan suatu produk di <i>marketplace</i> Shopee memberikan saya informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang di ulas					
6	Saya percaya bahwa ulasan pelanggan di <i>marketplace</i> Shopee sering menghadirkan argumen yang dapat membantu saya memahami produk atau layanan dengan lebih baik.					
Valence (valensi)						
7	Review / ulasan positif mempengaruhi pendapat saya terhadap produk ingin dibeli					

8	Saya merasa bahwa ulasan pelanggan di <i>marketplace</i> Shopee sering kali memiliki sentimen positif yang dapat meningkatkan minat saya terhadap produk atau layanan tersebut.					
Volume of review (jumlah ulasan)						
9	Semakin banyak jumlah review/ulasan positif maka semakin baik reputasi produk tersebut					
10	Saya merasa lebih percaya diri dalam membeli produk atau layanan yang telah diulas oleh banyak pelanggan di <i>marketplace</i> Shopee.					
Promosi Penjualan (X2)						
Potongan Harga						
1	Program pemberian Diskon di <i>marketplace</i> Shopee membantu saya untuk mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang lebih murah.					
2	Saya sering mencari produk atau layanan yang memiliki potongan harga atau penawaran promosi sebelum memutuskan untuk membelinya di <i>marketplace</i> Shopee.					
Kupon Belanja						
3	Promo kupon berbelanja yang ada di <i>marketplace</i> Shopee mendorong saya untuk berbelanja.					
4	Saya lebih cenderung membeli produk atau layanan yang dapat digunakan dengan kupon belanja di <i>marketplace</i> Shopee daripada yang tidak dapat.					
Purchase with purchase						

5	Cash back yang ditawarkan <i>marketplace</i> Shopee menarik perhatian saya untuk berbelanja.					
6	Saya sering memanfaatkan penawaran "Purchase with Purchase" di <i>marketplace</i> Shopee untuk mendapatkan produk tambahan dengan harga diskon.					

Persepsi Harga (X3)						
Keterjangkauan Harga						
1	Harga yang dapat saya jangkau di <i>marketplace</i> Shopee sesuai dengan kemampuan saya					
2	Saya lebih cenderung membeli produk atau layanan di <i>marketplace</i> Shopee karena saya merasa harganya terjangkau.					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk dan Layanan						
3	Harga yang saya jangkau di <i>marketplace</i> Shopee sesuai dengan layanan yang saya dapatkan					
4	Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan layanan di <i>marketplace</i> Shopee adalah faktor penting dalam membuat keputusan pembelian saya.					
Daya Saing Harga						
5	Harga <i>marketplace</i> Shopee lebih terjangkau dibanding <i>marketplace</i> lain					
6	Saya lebih cenderung memilih produk atau layanan di Shopee jika harganya lebih kompetitif, bahkan jika kualitasnya setara dengan produk atau layanan yang ditawarkan pesaing.					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
7	Harga di <i>marketplace</i> Shopee sesuai manfaat yang saya rasakan					

9	Saya bisa membeli produk di <i>marketplace</i> Shopee kapan saja					
10	Saya sering mempertimbangkan waktu pembelian produk di <i>marketplace</i> Shopee, seperti saat ada penawaran khusus atau diskon.					
Keputusan Mengenai Cara Pembayaran Produk						
11	Saya memutuskan membeli di <i>marketplace</i> Shopee karna metode pembayarannya mudah dipahami					
12	Saya lebih cenderung memilih produk atau penjual yang menerima metode pembayaran yang saya preferensikan.					

31.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
32.	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33.	5	4	4	5	3	4	3	4	3	5	40
34.	3	5	4	5	4	4	3	4	4	5	41
35.	5	3	4	5	4	4	3	4	3	4	39
36.	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	41
37.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38.	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	40
39.	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	39
40.	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	40
41.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
42.	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	33
43.	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	41
44.	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
45.	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
46.	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	36
47.	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	42
48.	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
49.	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	41
50.	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
51.	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	42
52.	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
53.	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	42
54.	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	40
55.	3	5	4	4	4	3	4	4	3	5	39
56.	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	47
57.	5	1	4	2	4	2	4	3	4	5	34
58.	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	33
59.	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	40
60.	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	33
61.	5	4	4	5	4	3	4	5	3	5	42
62.	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	40
63.	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	39
64.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38

99.	3	4	3	3	4	5	4	4	3	5	38
100.	4	3	4	3	3	4	2	4	3	2	32

No	PROMOSI PENJUALAN						VAR X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1.	4	4	4	4	4	4	24
2.	3	2	5	4	3	2	19
3.	5	4	4	4	4	4	25
4.	5	5	5	5	5	5	30
5.	4	2	4	2	4	5	21
6.	3	3	3	3	3	3	18
7.	4	4	4	4	3	4	23
8.	3	3	3	3	3	3	18
9.	4	4	4	2	4	3	21
10.	5	4	3	4	3	4	23
11.	5	5	4	4	4	5	27
12.	4	4	3	4	4	4	23
13.	3	3	3	3	3	3	18
14.	5	4	5	4	3	4	25
15.	3	4	3	4	4	3	21
16.	4	4	3	4	5	3	23
17.	2	4	5	5	4	5	25
18.	5	4	4	5	4	3	25
19.	5	4	4	3	3	4	23
20.	4	4	5	4	3	4	24
21.	4	4	2	5	2	5	22
22.	5	4	3	4	5	4	25
23.	4	4	3	4	4	4	23
24.	2	5	4	3	4	5	23
25.	5	5	4	4	5	4	27
26.	2	5	4	5	4	5	25
27.	4	3	4	4	5	4	24

28.	5	5	5	3	3	4	25
29.	3	4	3	2	5	5	22
30.	4	3	4	2	4	4	21
31.	5	3	2	3	4	4	21
32.	5	4	5	4	3	5	26
33.	4	4	5	5	3	4	25
34.	4	5	4	5	4	4	26
35.	4	5	3	4	3	5	24
36.	5	5	4	4	3	5	26
37.	5	5	5	5	5	5	30
38.	3	5	3	5	3	2	21
39.	3	5	5	3	5	4	25
40.	3	4	3	4	5	4	23
41.	3	5	4	3	4	4	23
42.	4	5	4	5	5	5	28
43.	5	5	5	5	5	5	30
44.	4	5	4	2	5	4	24
45.	5	5	4	4	5	4	27
46.	4	4	4	4	4	4	24
47.	4	3	4	3	5	3	22
48.	4	3	5	4	4	3	23
49.	4	5	5	4	4	5	27
50.	3	3	4	5	3	3	21
51.	3	3	3	3	3	3	18
52.	4	4	4	4	4	4	24
53.	4	4	4	4	4	4	24
54.	4	5	4	3	5	4	25
55.	3	3	3	3	3	3	18
56.	5	5	5	5	5	3	28
57.	3	4	4	5	4	3	23
58.	5	5	5	4	5	4	28
59.	5	5	4	3	5	5	27
60.	5	5	5	5	5	5	30
61.	4	5	5	4	5	3	26

62.	4	3	4	3	4	3	21
63.	5	5	5	5	5	5	30
64.	5	5	5	5	5	5	30
65.	5	4	4	5	4	5	27
66.	4	4	4	4	4	3	23
67.	4	4	5	5	4	5	27
68.	4	4	4	4	4	4	24
69.	4	4	4	4	4	3	23
70.	4	4	4	4	3	4	23
71.	4	4	4	4	4	4	24
72.	5	4	3	4	5	4	25
73.	4	4	5	5	3	5	26
74.	4	3	4	3	3	4	21
75.	4	4	4	4	4	4	24
76.	4	4	5	4	5	4	26
77.	5	4	5	5	4	5	28
78.	4	4	4	4	4	4	24
79.	4	4	4	4	4	4	24
80.	2	2	4	4	2	4	18
81.	4	5	3	4	5	4	25
82.	3	4	5	4	5	3	24
83.	4	3	5	5	5	3	25
84.	4	3	3	3	1	4	18
85.	5	5	5	5	5	5	30
86.	3	3	4	3	3	3	19
87.	4	4	4	4	4	4	24
88.	4	5	4	5	4	5	27
89.	5	5	5	5	5	5	30
90.	3	3	3	3	3	3	18
91.	5	5	4	4	4	5	27
92.	5	4	4	4	5	4	26
93.	3	3	3	3	3	3	18
94.	3	3	3	3	3	3	18
95.	4	3	5	5	5	3	25

96.	4	4	3	4	4	5	24
97.	4	4	5	4	4	4	25
98.	4	4	4	3	4	4	23
99.	4	4	4	4	4	4	24
100.	4	3	5	4	3	5	24

No	PERSEPSI HARGA								VAR X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
1.	4	5	4	4	4	4	3	4	32
2.	4	4	3	4	4	3	4	4	30
3.	4	4	4	3	4	4	3	5	31
4.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5.	4	2	4	2	4	3	4	5	28
6.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7.	4	5	4	4	3	4	4	4	32
8.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9.	4	5	4	3	4	4	3	5	32
10.	4	4	4	4	4	3	3	5	31
11.	4	4	3	4	3	4	4	4	30
12.	5	4	4	3	4	4	4	3	31
13.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14.	4	3	4	4	5	3	4	4	31
15.	3	5	4	3	4	4	4	4	31
16.	4	3	3	3	4	4	2	5	28
17.	3	3	4	5	5	4	3	4	31
18.	3	3	4	5	4	4	3	4	30
19.	2	4	3	4	2	4	3	4	26
20.	3	3	4	4	3	4	2	4	27
21.	4	4	3	4	4	5	4	4	32
22.	5	3	4	5	3	4	4	4	32
23.	3	4	4	4	5	4	3	5	32
24.	5	4	4	3	4	4	4	4	32

25.	5	4	4	3	4	4	3	5	32
26.	4	2	4	3	2	4	4	4	27
27.	4	4	3	4	4	4	4	4	31
28.	3	4	4	3	4	5	4	4	31
29.	4	5	2	5	4	3	3	5	31
30.	4	5	4	3	3	4	2	5	30
31.	4	5	4	4	3	4	3	4	31
32.	4	4	3	4	3	4	5	4	31
33.	4	4	3	4	4	4	3	4	30
34.	4	4	4	2	3	4	3	5	29
35.	5	4	3	3	3	4	3	4	29
36.	5	4	4	4	5	5	4	4	35
37.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38.	5	3	4	5	4	5	4	3	33
39.	5	4	5	3	5	2	5	5	34
40.	5	3	5	2	5	5	2	3	30
41.	5	4	2	3	4	2	5	3	28
42.	5	4	3	5	5	4	5	2	33
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44.	3	5	4	3	4	5	4	2	30
45.	4	3	2	2	4	4	2	5	26
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47.	3	3	4	5	4	4	3	5	31
48.	4	3	3	4	2	4	3	2	25
49.	3	3	4	4	3	4	2	4	27
50.	4	4	3	4	4	5	4	4	32
51.	5	3	4	5	3	4	4	4	32
52.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53.	4	4	5	5	3	3	4	4	32
54.	4	4	2	4	4	4	4	4	30
55.	5	4	4	4	3	4	4	4	32
56.	5	5	5	4	5	5	4	5	38
57.	4	4	5	5	4	3	4	3	32
58.	4	4	5	5	4	4	5	4	35

93.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94.	3	3	3	4	3	4	3	4	27
95.	4	5	4	4	4	4	3	4	32
96.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97.	4	5	4	4	4	4	3	4	32
98.	4	4	4	4	4	4	3	4	31
99.	4	5	4	4	3	3	4	5	32
100.	4	4	3	4	4	4	4	4	31

No	KEPUTUSAN PEMBELIAN												Var Y
	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y1. 9	Y1. 10	Y1. 11	Y1. 12	
1.	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	53
2.	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	41
3.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	47
4.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
5.	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	48
6.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7.	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	49
8.	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	49
9.	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	51
10.	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	52
11.	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	49
12.	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	49
13.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
14.	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	47
15.	5	4	3	3	4	5	3	4	4	5	4	4	48
16.	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4	3	46
17.	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	50
18.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	5	46
19.	4	2	5	2	4	2	3	3	4	5	4	5	43
20.	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	49

21.	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	47
22.	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	49
23.	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	3	4	42
24.	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	48
25.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
26.	4	5	4	2	4	4	2	5	4	5	5	4	48
27.	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	48
28.	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	45
29.	3	5	4	5	2	4	3	4	5	4	5	4	48
30.	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	49
31.	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	48
32.	4	4	5	4	4	3	2	4	5	4	4	4	47
33.	2	4	5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	44
34.	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	49
35.	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	49
36.	3	5	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5	52
37.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38.	5	5	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	53
39.	5	3	3	4	2	4	5	3	4	3	5	3	44
40.	5	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	5	48
41.	4	5	4	3	4	5	4	3	4	2	4	5	47
42.	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	54
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44.	3	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	45
45.	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	56
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47.	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	2	5	51
48.	5	4	2	3	3	2	4	4	3	4	5	4	43
49.	5	5	4	5	5	4	5	3	5	3	5	2	51
50.	4	5	4	3	5	3	4	5	3	3	4	3	46
51.	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	42
52.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
53.	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	54
54.	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	46

55.	3	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	45
56.	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	56
57.	4	4	5	4	3	4	4	5	3	5	4	4	49
58.	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	2	5	51
59.	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	56
60.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
61.	4	5	4	3	5	3	4	5	3	3	4	3	46
62.	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	42
63.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
65.	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	57
66.	4	5	4	2	4	3	4	5	3	4	3	3	44
67.	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	52
68.	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	45
69.	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	5	5	49
70.	4	5	4	4	5	4	2	4	3	4	4	4	47
71.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
72.	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	52
73.	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	52
74.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
75.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
76.	4	5	4	5	3	2	4	5	5	5	4	5	51
77.	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	54
78.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
79.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
80.	3	3	4	4	5	4	4	4	4	2	3	3	43
81.	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	50
82.	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
83.	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	48
84.	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	49
85.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
86.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
88.	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	48

89.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
90.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
91.	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	48
92.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
93.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
94.	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	49
95.	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	51
96.	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	50
97.	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	52
98.	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	49
99.	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	48
100.	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	47

Lampiran 1.3 Hasil Uji SPSS

Hasil Uji Validitas Ulasan Pelanggan *Online* (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1_Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.181	.072	.184	-.018	.078	.142	.060	-.077	.150	.352**
	Sig. (2-tailed)		.071	.479	.068	.861	.440	.159	.556	.443	.136	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.181	1	-.023	.154	.010	.213*	.030	-.002	-.142	.119	.314**
	Sig. (2-tailed)	.071		.817	.126	.919	.033	.768	.982	.160	.238	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.072	-.023	1	.226*	.363**	.241*	.335**	.287**	.388**	.273**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.479	.817		.023	<.001	.016	<.001	.004	<.001	.006	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.184	.154	.226*	1	.229*	.254*	.217*	.198*	.279**	.230*	.584**
	Sig. (2-tailed)	.068	.126	.023		.022	.011	.030	.048	.005	.021	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	-.018	.010	.363**	.229*	1	.349**	.343**	.337**	.219*	.255*	.598**
	Sig. (2-tailed)	.861	.919	<.001	.022		<.001	<.001	<.001	.029	.010	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.078	.213*	.241*	.254*	.349**	1	.215*	.255*	.306**	.163	.608**
	Sig. (2-tailed)	.440	.033	.016	.011	<.001		.032	.010	.002	.106	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.142	.030	.335**	.217*	.343**	.215*	1	.270**	.320**	.180	.590**
	Sig. (2-tailed)	.159	.768	<.001	.030	<.001	.032		.007	.001	.073	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.060	-.002	.287**	.198*	.337**	.255*	.270**	1	.087	.270**	.524**
	Sig. (2-tailed)	.556	.982	.004	.048	<.001	.010	.007		.390	.007	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	-.077	-.142	.388**	.279**	.219*	.306**	.320**	.087	1	-.027	.463**
	Sig. (2-tailed)	.443	.160	<.001	.005	.029	.002	.001	.390		.791	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.150	.119	.273**	.230*	.255*	.163	.180	.270**	-.027	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.136	.238	.006	.021	.010	.106	.073	.007	.791		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_Total	Pearson Correlation	.352**	.314**	.600**	.584**	.598**	.608**	.590**	.524**	.463**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	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).

Hasil Uji Validitas *Promosi Penjualan* (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2_Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.390**	.257**	.245*	.320**	.365**	.658**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.010	.014	.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.390**	1	.256*	.354**	.467**	.477**	.754**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.010	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.257**	.256*	1	.381**	.302**	.230*	.615**
	Sig. (2-tailed)	.010	.010		<.001	.002	.021	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.245*	.354**	.381**	1	.182	.247*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.014	<.001	<.001		.070	.013	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.320**	.467**	.302**	.182	1	.162	.635**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.002	.070		.106	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.365**	.477**	.230*	.247*	.162	1	.628**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.021	.013	.106		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2_Total	Pearson Correlation	.658**	.754**	.615**	.618**	.635**	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	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).

Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3)

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3_Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.271**	.379**	.272**	.346**	.300**	.395**	.301**	.657**
	Sig. (2-tailed)		.006	<.001	.006	<.001	.002	<.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.271**	1	.236*	.287**	.254*	.216*	.326**	.294**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.006		.018	.004	.011	.031	<.001	.003	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.379**	.236*	1	.347**	.389**	.378**	.264**	.321**	.676**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.018		<.001	<.001	<.001	.008	.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.272**	.287**	.347**	1	.269**	.305**	.338**	.205*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.006	.004	<.001		.007	.002	<.001	.041	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.346**	.254*	.389**	.269**	1	.301**	.380**	.206*	.644**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.011	<.001	.007		.002	<.001	.040	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.300**	.216*	.378**	.305**	.301**	1	.141	.272**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.002	.031	<.001	.002	.002		.161	.006	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.395**	.326**	.264**	.338**	.380**	.141	1	-.002	.591**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.008	<.001	<.001	.161		.984	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.301**	.294**	.321**	.205*	.206*	.272**	-.002	1	.521**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.001	.041	.040	.006	.984		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_Total	Pearson Correlation	.657**	.594**	.676**	.628**	.644**	.584**	.591**	.521**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	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).

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations												
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Y1_Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.234*	.031	.336**	.216*	.293**	.306**	.351**	.305**	.421**	.429**	.214*	.565**
	Sig. (2-tailed)		.019	.762	<.001	.031	.003	.002	<.001	.002	<.001	<.001	.032	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.234*	1	.292**	.385**	.294**	.250*	.352**	.288**	.293**	.266**	.269**	.324**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.019		.003	<.001	.003	.012	<.001	.004	.003	.008	.007	.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.031	.292**	1	.191	.298**	.195	.249*	.234*	.344**	.159	.441**	.328**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.762	.003		.058	.003	.052	.012	.019	<.001	.114	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.336**	.385**	.191	1	.276**	.448**	.416**	.264**	.329**	.323**	.263**	.363**	.648**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.058		.006	<.001	<.001	.008	<.001	.001	.008	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.216*	.294**	.298**	.276**	1	.291**	.155	.389**	.146	.278**	.279**	.160	.535**
	Sig. (2-tailed)	.031	.003	.003	.006		.003	.123	<.001	.146	.005	.005	.111	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.293**	.250*	.195	.448**	.291**	1	.341**	.319**	.289**	.232*	.187	.375**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.003	.012	.052	<.001	.003		<.001	.001	.004	.020	.063	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	.306**	.362**	.249*	.416**	.155	.341**	1	.209*	.365**	.161	.342**	.226*	.587**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.012	<.001	.123	<.001		.037	<.001	.110	<.001	.024	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.8	Pearson Correlation	.351**	.288**	.234*	.264**	.389**	.319**	.209*	1	.237*	.501**	.296**	.263**	.607**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	.019	.008	<.001	.001	.037		.018	<.001	.003	.008	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.9	Pearson Correlation	.305**	.293**	.344**	.329**	.146	.289**	.365**	.237*	1	.303**	.321**	.382**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	<.001	<.001	.146	.004	<.001	.018		.002	.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.10	Pearson Correlation	.421**	.266**	.159	.323**	.278*	.232*	.161	.501**	.393**	1	.394**	.524**	.632**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.008	.114	.001	.006	.020	.110	<.001	.002		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.11	Pearson Correlation	.429**	.269**	.441**	.263**	.279**	.187	.342**	.296**	.321**	.394**	1	.262**	.617**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.007	<.001	.008	.005	.063	<.001	.003	.001	<.001		.008	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.12	Pearson Correlation	.214*	.324**	.328*	.363**	.160	.375**	.226*	.263**	.382**	.524**	.262**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.032	.001	<.001	<.001	.111	<.001	.024	.008	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1_Total	Pearson Correlation	.565**	.594**	.529**	.648**	.535**	.602**	.587**	.607**	.605**	.632**	.617**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	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).

Hasil Uji Reliabilitas Ulasan Pelanggan *Online* (X1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.728	.729	6

Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.728	.729	6

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.761	.762	8

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.833	.834	12

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.12283900	
Most Extreme Differences	Absolute	.071	
	Positive	.071	
	Negative	-.040	
Test Statistic			.071
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.238	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.227
		Upper Bound	.249

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

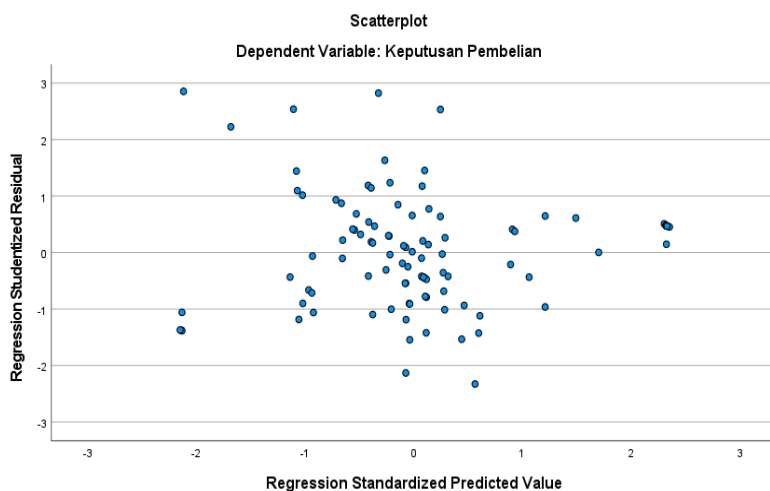
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.331	4.372		2.821	.006		
	Ulasan Pelanggan Online	.012	.081	.009	.144	.886	.998	1.002
	Promosi Penjualan	.700	.131	.430	5.326	<.001	.586	1.706
	Persepsi Harga	.619	.111	.449	5.562	<.001	.587	1.703

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heteroskedasitas



Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.331	4.372		2.821	.006
	Ulasan Pelanggan Online	.012	.081	.009	.144	.886
	Promosi Penjualan	.700	.131	.430	5.326	<.001
	Persepsi Harga	.619	.111	.449	5.562	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.633	.622	3.171

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Ulasan Pelanggan Online, Promosi Penjualan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.331	4.372		2.821	.006
	Ulasan Pelanggan Online	.012	.081	.009	.144	.886
	Promosi Penjualan	.700	.131	.430	5.326	<.001
	Persepsi Harga	.619	.111	.449	5.562	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1667.530	3	555.843	55.270	<.001 ^b
	Residual	965.460	96	10.057		
	Total	2632.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Ulasan Pelanggan Online, Promosi Penjualan

Hasil Analisis Deskripsi Variabel Ulasan Pelanggan Online (X1)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.12	4.29	4.01	3.98	3.84	3.84	3.80	3.97	3.66	4.10
Percentiles	10	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
	90	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X2)

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.02	4.04	4.04	3.94	3.98	4.00
Percentiles	10	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
	90	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

Hasil Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X3)

[illegible]

Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

[illegible]

Lampiran 1.4 Surat Izin Penelitian



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

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)
PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (S1)
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)

TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Ext 140, 141, E-mail: feb@untag-sby.ac.id

Nomor : 3494/K/FEB/XI/2023
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Ijin Untuk
Mengadakan Penelitian**

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 : SHOFI NUR AZIZAH
N. P. M : 1212000010
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Alamat : Ds. Penambangan RT. 05/RW. 01, Balongbendo, Sidoarjo
Telp./HP. 085843791499

Guna melakukan penelitian pada :

MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul
"PENGAGRUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, SALES PROMOTION DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE "SHOPEE" (STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)"

Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 14 Nopember 2023



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

Lampiran 1.5 Kartu Bimbingan Skripsi



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

SEMESTER
~~Gasal~~ / Genap
2023 , 2024

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI




Nama Mahasiswa / NBI : Shafi Mur Azrah

Nama Pembimbing : Drs. M. Suyanto MM

Judul Skripsi : Pengaruh Online Customer review, Sales promotion dan persepsi Marga terhadap keputusan pembelian pada marketplace "shoppe" (studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Mulai Program Skripsi : Semester 7 Thn. Ak. Selesai Bimbingan Tanggal:

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	15/9-23	Proposal	Revisi	<i>[Signature]</i>
2	25/9-23	Proposal	Revisi	<i>[Signature]</i>
3	9/10-23	Proposal	Revisi	<i>[Signature]</i>
4	19/10-23	Proposal	Ace	<i>[Signature]</i>
5	14/11-23	Bab I, II, III	Revisi	<i>[Signature]</i>
6	21/11-23	Bab I, II, III	Ace	<i>[Signature]</i>
7	4/12-23	Bab IV, V	Revisi	<i>[Signature]</i>
8	19/12-23	Bab IV, V	Revisi	<i>[Signature]</i>
9	23/12-23	Bab IV, V	Revisi	<i>[Signature]</i>
10	2/1-24	Bab IV, V	Revisi	<i>[Signature]</i>
11	4/1-24	Bab IV, V	Ace	<i>[Signature]</i>

Perpanjangan I

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kajur : _____

Surabaya, 4 Januari 2024

[Signature]
Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 1.6 Bukti Turnitin

PENGARUH ULASAN PELANGGAN ONLINE, PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE "SHOPEE"

ORIGINALITY REPORT

18%	19%	14%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	brainy.feb.unpas.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
3	jurnal.stibsa.ac.id Internet Source	1%
4	publishing-widyagama.ac.id Internet Source	1%
5	repository.unja.ac.id Internet Source	1%
6	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
7	unimuda.e-journal.id Internet Source	1%
8	ijabo.a3i.or.id Internet Source	1%

9	repository.unsimar.ac.id Internet Source	1%
10	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
11	ejurnal.seminar-id.com Internet Source	1%
12	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
13	repofeb.undip.ac.id Internet Source	1%
14	ejournal.stein.ac.id Internet Source	1%
15	journal.ilmudata.co.id Internet Source	1%
16	stiealwashliyahsibolga.ac.id Internet Source	1%
17	repository.stie-aub.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes Off
 Exclude bibliography Off

Exclude matches < 22 words