

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM IMPLORA DIKALANGAN GENERASI Z (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)”

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Emi Selviatul Hamidah Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM IMPLORA DIKALANGAN GENERASI Z (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)”**. Kuesioner penelitian ini saya tujukan kepada Generasi Z yang pernah menggunakan produk lipcream Implora.

Saya memohon untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini secara teliti dan tepat. Atas kesediaan dan kerja samanya, saya mengucapkan terima kasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama (Opsional) :
- Jenis Kelamin : Perempuan ()
2. Usia : 18-27 Tahun
3. Program Studi :
- Menggunakan Lipcream Implora :
- () Ya () Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda dalam bentuk apapun pada pertanyaan yang menurut Anda paling sesuai dengan apa yang anda rasakan.

Kerangka Skala Likert (1-5) :

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

C. LEMBAR PERNYATAAN

Persepsi Harga (X1)						
Indikator 1 : Harga Produk terjangkau bagi konsumen						
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga Lipcream Implora terjangkau					
2	Harga Lipcream Implora sesuai dengan kemampuan finansial					
Indikator 2 : Harga Sesuai dengan Kualitas Produk						
3.	Harga lipcream Implora sesuai dengan kualitas produk yang di rasakan.					
	Harga lipcream Implora mencerminkan kualitas yang baik.					
Indikator 3 : Harga wajar dibandingkan merek lain yang sejenis.						

7.	Kemasan lipcream Implora menarik terlihat elegan.						
8.	Desain kemasan lipcream Implora sesuai dengan selera						
Indikator 5: Produk memiliki tekstur, aroma, dan hasil akhir yang nyaman serta estetik							
9.	Lipcream Implora memiliki aroma yang khas juga lembut.						
10.	Tekstur dan hasil akhir lipcream Implora terasa nyaman di bibir.						

<i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X3)</i>							
Indikator 1: Frekuensi konsumen memberi ulasan							
1.	Sebagian besar ulasan lipcream implora dimedia sosial bernada positif.						
2.	sering menemukan orang yang membagikan pengalaman mereka tentang lipcream Implora.						
Indikator 2: Kejelasan isi pesan yang disampaikan							
3.	Ulasan yang saya baca mengenai lipcream Implora jelas mudah dipahami.						
4.	Isi ulasan lipcream Implora membantu saya memahami kelebihan kekurangan produk.						
Indikator 3: Nada ulasan (positif, negatif, netral)							
5.	Saya lebih percaya terhadap ulasan positif lipcream Implora daripada negatif.						
6.	Sebagian besar ulasan lipcream implora di media sosial bernada positif						
Indikator 4: Tingkat kepercayaan terhadap sumber ulasan							
7.	Saya mempercayai ulasan dari pengguna yang sudah mencoba lipcream Implora.						
8.	Saya yakin dengan rekomendasi dari influencer, teman di media sosial tentang lipcream Implora						

Keputusan Pembelian (Y)						
Indikator 1: Pengenalan kebutuhan						
1.	Membeli lipcream Implora karena sesuai dengan kebutuhan.					
2.	Saya membutuhkan lipcream yang cocok untuk penggunaan sehari-hari.					
Indikator 2: Pencarian informasi						
3.	Mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli lipcream Implora					
4.	Menonton review di media sosial sebelum membeli lipcream Implora.					
Indikator 3: Evaluasi alternatif						
5.	Membandingkan lipcream Implora dengan merek lain sebelum membeli.					
6.	Menilai kelebihan dan kekurangan lipcream Implora sebelum membeli.					
Indikator 4: Keputusan membeli						
7.	Memutuskan membeli lipcream Implora karena yakin dengan kualitasnya.					
8.	Membeli lipcream Implora karena banyak mendapat rekomendasi positif.					
Indikator 5: Perilaku pasca pembelian						
9.	Merasa puas setelah menggunakan lipcream Implora.					
10.	Berniat membeli kembali lipcream Implora di masa mendatang.					

Lampiran 2. Data Identitas Responden

No.	Nama Responden	Semester	Umur	Program Studi	Menggunakan Lipcream Implora
1.	Laily	7	22 tahun	Akuntansi	Ya
2.	Zayana Laura	7	22 tahun	Akuntansi	Ya
3.	Nafis	7	22 tahun	Akuntansi	Ya
4.	Andin	7	22 tahun	Akuntansi	Ya
5.	Azizah	7	22 tahun	Akuntansi	Ya
6.	Faiza Nur Fais	7	21 tahun	Akuntansi	Ya
7.	Ayu Ardiani	7	21 tahun	Akuntansi	Ya
8.	Nurul Maufiroh	6	21 tahun	Akuntansi	Ya
9.	Dela Febriana	7	22 tahun	Akuntansi	Ya
10.	Renata Arelina	7	23 tahun	Akuntansi	Ya
11.	Lutfiah	7	22 tahun	Ilmu Komunikasi	Ya
12.	Friska Febriana	7	22 tahun	Ilmu Komunikasi	Ya
13.	Veronika	6	20 tahun	Ilmu Komunikasi	Ya
14.	Aliva Syakira	7	21 tahun	Ilmu Komunikasi	Ya
15.	Mahdina Dyah P.	7	22 tahun	Ilmu Komunikasi	Ya
16.	Indra Narum	7	23 tahun	Ilmu Komunikasi	Ya
17.	Dwi Pratiwi	7	21 tahun	Ilmu Komunikasi	Ya

No.	Nama Responden	Semester	Umur	Program Studi	Menggunakan Lipcream Implora
18.	Lintang Ayu Ardiani	7	21 tahun	Manajemen	Ya
19.	Silvy Felysia	7	21 tahun	Manajemen	Ya
20.	Fika Anjani	7	22 tahun	Manajemen	Ya
21.	Noor Ulfa Wardaningrum	7	22 tahun	Manajemen	Ya
22.	Rakhel Kristina Mulia Sari	7	21 tahun	Manajemen	Ya
23.	Cindy	7	21 tahun	Manajemen	Ya
24.	Sofia Nur Ajizah	7	21 tahun	Manajemen	Ya
25.	Amell Cindy	7	22 tahun	Manajemen	Ya
26.	Chabelita Paradis Prayurin	7	24 tahun	Manajemen	Ya
27.	Renita Eka Ferahma	7	20 tahun	Manajemen	Ya
28.	Alfina Nadya	7	21 tahun	Manajemen	Ya
29.	Sofiatus.S	7	22 tahun	Manajemen	Ya
30.	Mareta Dwi Nur Cahyani	7	21 tahun	Manajemen	Ya
31.	Reza Nur Anggraini	7	22 tahun	Manajemen	Ya
32.	Nanda Khonikmatu Isroir	7	23 tahun	Manajemen	Ya
33.	Nadhiva Nurul	7	21 tahun	Manajemen	Ya
34.	Eka Indriani	7	22 tahun	Manajemen	Ya

No.	Nama Responden	Semester	Umur	Program Studi	Menggunakan Lipcream Implora
35.	Linda Dwi Lestari	7	21 tahun	Manajemen	Ya
36.	Amelia Zira	7	21 tahun	Manajemen	Ya
37.	Aurel	7	21 tahun	Manajemen	Ya
38.	Aurelia Oktaviani	7	22 tahun	Manajemen	Ya
39.	Nakila Kamelia	7	21 tahun	Manajemen	Ya
40.	Salsa	7	22 tahun	Manajemen	Ya
41.	Cinta Laura	7	24 tahun	Manajemen	Ya
42.	Amanda Gea	6	20 tahun	Manajemen	Ya
43.	Nana	7	21 tahun	Manajemen	Ya
44.	Nabila Azzahra	7	22 tahun	Manajemen	Ya
45.	Safinatunnajah	7	21 tahun	Manajemen	Ya
46.	Nurul Aisyah	7	21 tahun	Manajemen	Ya
47.	Nadia Putri	7	22 tahun	Manajemen	Ya
48.	Eka Indriani	7	21 tahun	Manajemen	Ya
49.	Silvy	7	21 tahun	Manajemen	Ya
50.	Citra Pradita	7	22 tahun	Manajemen	Ya
51.	Aviningrum	5	20 tahun	Manajemen	Ya
52.	Novita	5	20 tahun	Manajemen	Ya
53.	Elga Rahmawati	7	24 tahun	Manajemen	Ya

No.	Nama Responden	Semester	Umur	Program Studi	Menggunakan Lipcream Implora
54.	Rensevi Ayu	5	20 tahun	Manajemen	Ya
55.	Vera Anggraini	7	22 tahun	Manajemen	Ya
56.	Nela Nahda Akmaliah	7	21 tahun	Manajemen	Ya
57.	Ni Ketut Ayu Puspita Sari	7	22 tahun	Manajemen	Ya
58.	Dea Riska	7	22 tahun	Manajemen	Ya
59.	Dian Isdiyanti	7	22 tahun	Manajemen	Ya
60.	Fricia Salsabrina	7	21 Tahun	Manajemen	Ya
61.	Nafa Hikmatul	7	21 tahun	Manajemen	Ya
62.	Irma Dwi Anggraini	7	21 tahun	Manajemen	Ya
63.	Asryana Fay	7	21 tahun	Manajemen	Ya
64.	Novinda	7	24 tahun	Manajemen	Ya
65.	Jazilah Amalia Putri	7	21 tahun	Manajemen	Ya
66.	Via Shefira	7	21 tahun	Manajemen	Ya
67.	Giselll	7	21 tahun	Manajemen	Ya
68.	Alya	7	21 tahun	Manajemen	Ya
69.	Laila Izatun	7	21 tahun	Manajemen	Ya
70.	Cila	7	21 tahun	Manajemen	Ya
71.	Ferninda Afianti	7	21 tahun	Manajemen	Ya
72.	Riska Amelia	7	22 tahun	Manajemen	Ya

No.	Nama Responden	Semester	Umur	Program Studi	Menggunakan Lipcream Implora
73.	Vina Rahmawati	7	22 tahun	Manajemen	Ya
74.	Firdausin Nurula	7	22 tahun	Manajemen	Ya
75.	Nasa Syafira	7	21 tahun	Manajemen	Ya
76.	Hanin Putri	7	21 tahun	Manajemen	Ya
77.	Dwi Anggraini	7	21 tahun	Manajemen	Ya
78.	Nurma Eka	7	21 tahun	Manajemen	Ya
79.	Aleta	7	22 tahun	Manajemen	Ya
80.	Keysha	7	21 tahun	Psikologi	Ya
81.	Putri Aulia	7	22 tahun	Psikologi	Ya
82.	Aura	7	22 tahun	Psikologi	Ya
83.	Fifi Masruroh	7	24 tahun	Psikologi	Ya
84.	Septia Laura	7	21 tahun	Psikologi	Ya
85.	Indriani Mursyudah	7	22 tahun	Psikologi	Ya
86.	Aura Ningsih	7	21 tahun	Psikologi	Ya
87.	Oktaviana	7	22 tahun	Psikologi	Ya
88.	Putri Dwi Lestari	7	22 tahun	Psikologi	Ya
89.	Amira	7	21 tahun	Psikologi	Ya
90.	Ayudia	7	22 tahun	Psikologi	Ya
91.	Wilda Aninda	7	22 tahun	Psikologi	Ya

No.	Nama Responden	Semester	Umur	Program Studi	Menggunakan Lipcream Implora
92.	Ary Dwi Kumala Sari	7	22 tahun	Sastra Inggris	Ya
93.	Vita	7	22 tahun	Sastra Inggris	Ya
94.	Wulan	7	21 tahun	Sastra Inggris	Ya
95.	Dewi Kusuma Wati	7	22 tahun	Sastra Inggris	Ya
96.	Pustabila	7	22 tahun	Sastra Inggris	Ya

Lampiran 3. Tabulasi Data

Variabel Persepsi Harga (X1)

[illegible]

Resp	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
34.	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3
35.	3	5	4	4	3	4	5	5	5	5
36.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37.	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
38.	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
39.	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
40.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
41.	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
42.	4	4	4	4	5	5	3	5	5	3
43.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44.	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3
45.	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5
46.	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
47.	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5
48.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49.	3	4	4	5	3	4	4	3	4	5
50.	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
51.	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
52.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53.	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
54.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56.	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
57.	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5
58.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
59.	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4
60.	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
61.	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
62.	4	3	4	5	5	4	3	5	5	5
63.	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4
64.	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
65.	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
66.	4	4	4	3	4	2	4	4	5	4
67.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69.	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3

Resp	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
70.	3	5	4	4	3	4	5	5	5	5
71.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73.	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
74.	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
75.	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
76.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
77.	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
78.	4	4	4	4	5	5	3	5	5	3
79.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80.	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3
81.	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5
82.	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
83.	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5
84.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85.	3	4	4	5	3	4	4	3	4	5
86.	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
87.	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
88.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89.	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
90.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92.	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
93.	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5
94.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
95.	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4
96.	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4

Variabel Kualitas Produk (X2)

Resp	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
1.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
3.	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
4.	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4
5.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6.	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
7.	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4
8.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9.	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
10.	3	5	5	5	4	4	4	4	3	5
11.	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
12.	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5
13.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14.	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
15.	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
16.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18.	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4
19.	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
20.	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
21.	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
22.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
23.	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4
24.	5	4	5	5	4	3	5	4	3	3
25.	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
26.	4	4	3	2	4	4	5	4	3	4
27.	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5
28.	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5
29.	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5
30.	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
31.	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
32.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34.	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4

Resp	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
35.	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5
36.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37.	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
38.	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
39.	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4
40.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41.	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
42.	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4
43.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44.	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
45.	3	5	5	5	4	4	4	4	3	5
46.	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
47.	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5
48.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49.	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
50.	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
51.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53.	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4
54.	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
55.	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
56.	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
57.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
58.	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4
59.	5	4	5	5	4	3	5	4	3	3
60.	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
61.	4	4	3	2	4	4	5	4	3	4
62.	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5
63.	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5
64.	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5
65.	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
66.	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
67.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69.	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4
70.	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5

Resp	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
71.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73.	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
74.	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
75.	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4
76.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77.	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
78.	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4
79.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80.	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
81.	3	5	5	5	4	4	4	4	3	5
82.	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
83.	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5
84.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85.	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
86.	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
87.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89.	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4
90.	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
91.	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
92.	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
93.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
94.	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4
95.	5	4	5	5	4	3	5	4	3	3
96.	5	4	5	5	4	3	5	4	3	3

Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X3)

Resp	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
1.	5	5	5	5	5	5	5	5
2.	4	4	5	4	5	5	5	5
3.	4	5	5	4	5	4	5	5
4.	4	5	4	4	4	4	5	4
5.	5	5	5	5	5	5	5	5
6.	5	5	5	5	4	5	5	4
7.	5	4	4	5	5	4	4	4
8.	3	3	3	3	3	3	3	3
9.	5	4	4	3	4	4	3	4
10.	5	4	5	5	5	5	5	3
11.	4	5	5	4	5	5	5	4
12.	5	4	5	5	5	5	5	5
13.	5	5	5	5	5	5	5	5
14.	4	4	5	5	5	5	4	4
15.	4	5	4	5	5	4	4	5
16.	4	4	4	4	4	4	4	4
17.	5	5	5	5	5	5	5	5
18.	4	4	4	4	4	4	4	4
19.	5	5	5	5	5	5	5	5
20.	5	5	5	5	5	5	5	5
21.	4	3	4	4	4	5	4	4
22.	4	4	4	4	4	3	4	4
23.	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	5	5	4	5	4	4	5	4
25.	5	4	4	4	4	5	5	4
26.	5	5	5	5	4	4	4	5
27.	5	4	3	4	5	5	4	4
28.	5	5	4	4	4	4	3	5
29.	5	4	5	5	5	4	5	4
30.	4	5	4	5	4	5	4	5
31.	4	4	4	4	3	4	3	3
32.	5	5	5	5	5	5	5	5
33.	4	4	4	4	4	4	4	4
34.	4	4	5	5	5	3	5	4

Resp	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
35.	3	3	4	4	4	4	5	5
36.	5	5	5	5	5	5	5	5
37.	4	4	5	4	5	5	5	5
38.	4	5	5	4	5	4	5	5
39.	4	5	4	4	4	4	5	4
40.	5	5	5	5	5	5	5	5
41.	5	5	5	5	4	5	5	4
42.	5	4	4	5	5	4	4	4
43.	3	3	3	3	3	3	3	3
44.	5	4	4	3	4	4	3	4
45.	5	4	5	5	5	5	5	3
46.	4	5	5	4	5	5	5	4
47.	5	4	5	5	5	5	5	5
48.	5	5	5	5	5	5	5	5
49.	4	4	5	5	5	5	4	4
50.	4	5	4	5	5	4	4	5
51.	4	4	4	4	4	4	4	4
52.	5	5	5	5	5	5	5	5
53.	4	4	4	4	4	4	4	4
54.	5	5	5	5	5	5	5	5
55.	5	5	5	5	5	5	5	5
56.	4	3	4	4	4	5	4	4
57.	4	4	4	4	4	3	4	4
58.	4	4	4	4	4	4	4	4
59.	5	5	4	5	4	4	5	4
60.	5	4	4	4	4	5	5	4
61.	5	5	5	5	4	4	4	5
62.	5	4	3	4	5	5	4	4
63.	5	5	4	4	4	4	3	5
64.	5	4	5	5	5	4	5	4
65.	4	5	4	5	4	5	4	5
66.	4	4	4	4	3	4	3	3
67.	5	5	5	5	5	5	5	5
68.	4	4	4	4	4	4	4	4
69.	4	4	5	5	5	3	5	4
70.	3	3	4	4	4	4	5	5

Resp	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
71.	5	5	5	5	5	5	5	5
72.	5	5	5	5	5	5	5	5
73.	4	4	5	4	5	5	5	5
74.	4	5	5	4	5	4	5	5
75.	4	5	4	4	4	4	5	4
76.	5	5	5	5	5	5	5	5
77.	5	5	5	5	4	5	5	4
78.	5	4	4	5	5	4	4	4
79.	3	3	3	3	3	3	3	3
80.	5	4	4	3	4	4	3	4
81.	5	4	5	5	5	5	5	3
82.	4	5	5	4	5	5	5	4
83.	5	4	5	5	5	5	5	5
84.	5	5	5	5	5	5	5	5
85.	4	4	5	5	5	5	4	4
86.	4	5	4	5	5	4	4	5
87.	4	4	4	4	4	4	4	4
88.	5	5	5	5	5	5	5	5
89.	4	4	4	4	4	4	4	4
90.	5	5	5	5	5	5	5	5
91.	5	5	5	5	5	5	5	5
92.	4	3	4	4	4	5	4	4
93.	4	4	4	4	4	3	4	4
94.	4	4	4	4	4	4	4	4
95.	5	5	4	5	4	4	5	4
96.	5	5	4	5	4	4	5	4

Keputusan Pembelian (Y)

Resp	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	Y2.8	Y2.9	Y2.10
1.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
3.	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
4.	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
5.	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
6.	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
7.	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
8.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9.	4	3	4	3	4	3	4	5	5	3
10.	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5
11.	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
12.	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14.	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4
15.	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
16.	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
17.	3	4	5	5	4	3	4	4	3	3
18.	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
19.	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
20.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21.	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5
22.	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
23.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
25.	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
26.	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
27.	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5
28.	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5
29.	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
30.	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
31.	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4
32.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34.	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4

Resp	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	Y2.8	Y2.9	Y2.10
35.	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3
36.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37.	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
38.	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
39.	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
40.	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
41.	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
42.	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
43.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44.	4	3	4	3	4	3	4	5	5	3
45.	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5
46.	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
47.	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
48.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49.	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4
50.	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
51.	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
52.	3	4	5	5	4	3	4	4	3	3
53.	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
54.	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
55.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56.	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5
57.	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
58.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
60.	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
61.	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
62.	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5
63.	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5
64.	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
65.	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
66.	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4
67.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69.	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4
70.	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3

Resp	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	Y2.8	Y2.9	Y2.10
71.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73.	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
74.	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
75.	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
76.	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
77.	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
78.	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
79.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80.	4	3	4	3	4	3	4	5	5	3
81.	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5
82.	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
83.	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
84.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85.	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4
86.	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
87.	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
88.	3	4	5	5	4	3	4	4	3	3
89.	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
90.	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
91.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92.	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5
93.	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
94.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
96.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

Lampiran 4. Deskripsi Data

Variabel Persepsi Harga (X1)

Descriptive Statistics

	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Error Std. Error	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic
X1.1	96	2	3	5	405	4,22	,065	,636	,404
X1.2	96	2	3	5	418	4,35	,075	,740	,547
X1.3	96	2	3	5	409	4,26	,058	,567	,321
X1.4	96	2	3	5	417	4,34	,068	,662	,438
X1.5	96	2	3	5	410	4,27	,075	,732	,536
X1.6	96	3	2	5	409	4,26	,080	,785	,616
X1.7	96	2	3	5	412	4,29	,071	,695	,482
X1.8	96	2	3	5	422	4,40	,067	,657	,431
X1.9	96	2	3	5	441	4,59	,062	,608	,370
X1.10	96	2	3	5	420	4,38	,074	,729	,532
X1	96	20	30	50	4163	43,36	,490	4,799	23,034
Valid N (listwise)	96								

Variabel Kualitas Produk (X2)

Descriptive Statistics

	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Error Std. Error	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic
X2.1	96	2	3	5	402	4,19	,068	,670	,449
X2.2	96	2	3	5	423	4,41	,057	,554	,307
X2.3	96	3	2	5	393	4,09	,084	,822	,675
X2.4	96	3	2	5	396	4,13	,093	,909	,826
X2.5	96	2	3	5	400	4,17	,072	,706	,498
X2.6	96	2	3	5	425	4,43	,071	,692	,479
X2.7	96	2	3	5	426	4,44	,057	,558	,312
X2.8	96	2	3	5	416	4,33	,060	,592	,351
X2.9	96	2	3	5	408	4,25	,073	,711	,505
X2.10	96	2	3	5	419	4,36	,063	,618	,381
X2	96	20	30	50	4108	42,79	,471	4,616	21,304
Valid N (listwise)	96								

Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X3)*

Descriptive Statistics

	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Error	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic
X3.1	96	2	3	5	429	4,47	,061	,597	,357
X3.2	96	2	3	5	422	4,40	,065	,640	,410
X3.3	96	2	3	5	427	4,45	,061	,596	,355
X3.4	96	2	3	5	429	4,47	,063	,615	,378
X3.5	96	2	3	5	430	4,48	,061	,598	,357
X3.6	96	2	3	5	424	4,42	,066	,643	,414
X3.7	96	2	3	5	428	4,46	,069	,679	,461
X3.8	96	2	3	5	417	4,34	,064	,630	,396
X3	96	16	24	40	3406	35,48	,383	3,750	14,063
Valid N (listwise)	96								

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Descriptive Statistics

	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Error	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic
Y1.1	96	2	3	5	410	4,27	,069	,672	,452
Y1.2	96	2	3	5	420	4,37	,065	,637	,405
Y1.3	96	2	3	5	423	4,41	,069	,674	,454
Y1.4	96	2	3	5	424	4,42	,062	,610	,372
Y1.5	96	2	3	5	409	4,26	,065	,637	,405
Y1.6	96	2	3	5	425	4,43	,075	,736	,542
Y1.7	96	2	3	5	416	4,33	,062	,610	,372
Y1.8	96	2	3	5	417	4,34	,061	,595	,354
Y1.9	96	2	3	5	414	4,31	,072	,701	,491
Y1.10	96	2	3	5	423	4,41	,070	,689	,475
Y1	96	20	30	50	4181	43,55	,449	4,401	19,366
Valid N (listwise)	96								

Lampiran 5. Hasil Olah Data

Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,371**	,629**	,345**	,640**	,496**	,450**	,496**	,477**	,434**	,750**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	,371**	1	,406**	,351**	,249*	,275**	,391**	,402**	,417**	,356**	,601**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	,015	,007	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	,629**	,406**	1	,573**	,513**	,343**	,661**	,569**	,585**	,602**	,816**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	,345**	,351**	,573**	1	,132	,434**	,695**	,362**	,429**	,646**	,699**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		,201	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	,640**	,249*	,513**	,132	1	,517**	,174	,628**	,533**	,261*	,657**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,015	<,001	,201		<,001	,090	<,001	<,001	,010	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	,496**	,275**	,343**	,434**	,517**	1	,265**	,370**	,422**	,379**	,651**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,007	<,001	<,001	<,001		,009	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	,450**	,391**	,661**	,695**	,174	,265**	1	,367**	,483**	,634**	,716**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	,090	,009		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	,496**	,402**	,569**	,362**	,628**	,370**	,367**	1	,512**	,346**	,709**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson Correlation	,477**	,417**	,585**	,429**	,533**	,422**	,483**	,512**	1	,561**	,758**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.10	Pearson Correlation	,434**	,356**	,602**	,646**	,261*	,379**	,634**	,346**	,561**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	,010	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1	Pearson Correlation	,750**	,601**	,816**	,699**	,657**	,651**	,716**	,709**	,758**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,218*	,312**	,359**	,490**	,257*	,454**	,371**	,365**	,316**	,612**
	Sig. (2-tailed)		,033	,002	<,001	<,001	,012	<,001	<,001	<,001	,002	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	,218*	1	,447**	,400**	,471**	,311**	,134	,513**	,434**	,424**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,033		<,001	<,001	<,001	,002	,193	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	,312**	,447**	1	,816**	,354**	,281**	,277**	,368**	,374**	,409**	,727**
	Sig. (2-tailed)	,002	<,001		<,001	<,001	,006	,006	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	,359**	,400**	,816**	1	,295**	,249*	,264**	,195	,326**	,405**	,686**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		,003	,014	,009	,056	,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	,490**	,471**	,354**	,295**	1	,435**	,294**	,319**	,441**	,294**	,650**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,003		<,001	,004	,002	<,001	,004	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	,257*	,311**	,281**	,249*	,435**	1	,465**	,625**	,615**	,666**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,012	,002	,006	,014	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.7	Pearson Correlation	,454**	,134	,277**	,264**	,294**	,465**	1	,509**	,252*	,326**	,567**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,193	,006	,009	,004	<,001		<,001	,013	,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.8	Pearson Correlation	,371**	,513**	,368**	,195	,319**	,625**	,509**	1	,450**	,499**	,688**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,056	,002	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.9	Pearson Correlation	,365**	,434**	,374**	,326**	,441**	,615**	,252*	,450**	1	,605**	,719**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,001	<,001	<,001	,013	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.10	Pearson Correlation	,316**	,424**	,409**	,405**	,294**	,666**	,326**	,499**	,605**	1	,725**
	Sig. (2-tailed)	,002	<,001	<,001	<,001	,004	<,001	,001	<,001	<,001		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2	Pearson Correlation	,612**	,634**	,727**	,686**	,650**	,710**	,567**	,688**	,719**	,725**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Uji Validitas Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X3)

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,528**	,439**	,571**	,455**	,500**	,347**	,295**	,683**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	,004	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	,528**	1	,496**	,540**	,407**	,336**	,450**	,547**	,718**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	,439**	,496**	1	,628**	,691**	,551**	,684**	,483**	,826**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	,571**	,540**	,628**	1	,614**	,459**	,589**	,422**	,801**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	,455**	,407**	,691**	,614**	1	,543**	,620**	,537**	,807**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.6	Pearson Correlation	,500**	,336**	,551**	,459**	,543**	1	,498**	,396**	,715**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.7	Pearson Correlation	,347**	,450**	,684**	,589**	,620**	,498**	1	,415**	,772**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.8	Pearson Correlation	,295**	,547**	,483**	,422**	,537**	,396**	,415**	1	,683**
	Sig. (2-tailed)	,004	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3	Pearson Correlation	,683**	,718**	,826**	,801**	,807**	,715**	,772**	,683**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Uji Validitas Variabel 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
Y1.1	Pearson Correlation	1	,473**	,359**	,492**	,375**	,508**	,394**	,396**	,623**	,555**	,778**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.2	Pearson Correlation	,473**	1	,353**	,461**	,276**	,463**	,380**	,351**	,207*	,537**	,669**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	,006	<,001	<,001	<,001	,044	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.3	Pearson Correlation	,359**	,353**	1	,429**	,487**	,304**	,179	,304**	,241*	,366**	,601**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	,003	,081	,003	,018	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.4	Pearson Correlation	,492**	,461**	,429**	1	,287**	,443**	,274**	,181	,234*	,394**	,623**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		,005	<,001	,007	,077	,022	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.5	Pearson Correlation	,375**	,276**	,487**	,287**	1	,591**	,479**	,289**	,193	,476**	,666**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,006	<,001	,005		<,001	<,001	,004	,059	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.6	Pearson Correlation	,508**	,463**	,304**	,443**	,591**	1	,406**	,238*	,330**	,546**	,732**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,003	<,001	<,001		<,001	,020	,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.7	Pearson Correlation	,394**	,380**	,179	,274**	,479**	,406**	1	,290**	,443**	,551**	,652**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,081	,007	<,001	<,001		,004	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.8	Pearson Correlation	,396**	,351**	,304**	,181	,289**	,238*	,290**	1	,346**	,374**	,554**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,003	,077	,004	,020	,004		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.9	Pearson Correlation	,623**	,207*	,241*	,234*	,193	,330**	,443**	,346**	1	,454**	,616**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,044	,018	,022	,059	,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1.10	Pearson Correlation	,555**	,537**	,366**	,394**	,476**	,546**	,551**	,374**	,454**	1	,789**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y1	Pearson Correlation	,778**	,669**	,601**	,623**	,666**	,732**	,652**	,554**	,616**	,789**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Lampiran 6. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	10

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	10

Uji Reliabilitas Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	8

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	10

Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,33971189	
Most Extreme Differences	Absolute	,185	
	Positive	,153	
	Negative	-,185	
Test Statistic			,185
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			<,001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,000	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,000
		Upper Bound	,000

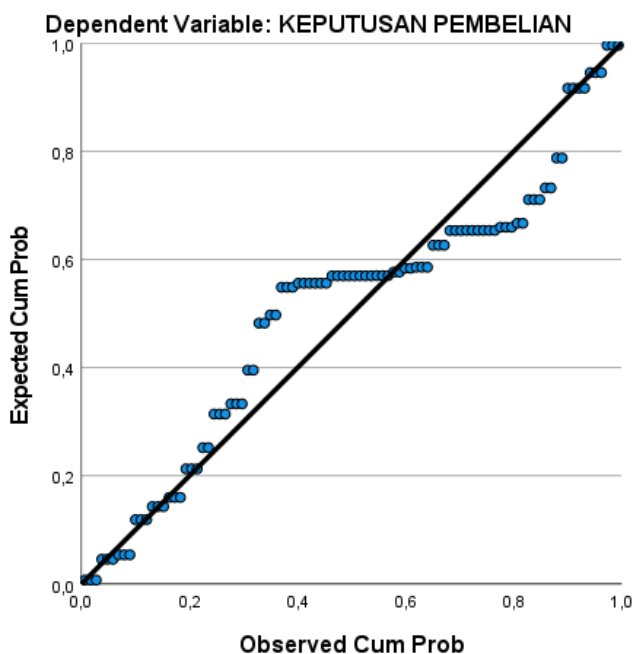
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

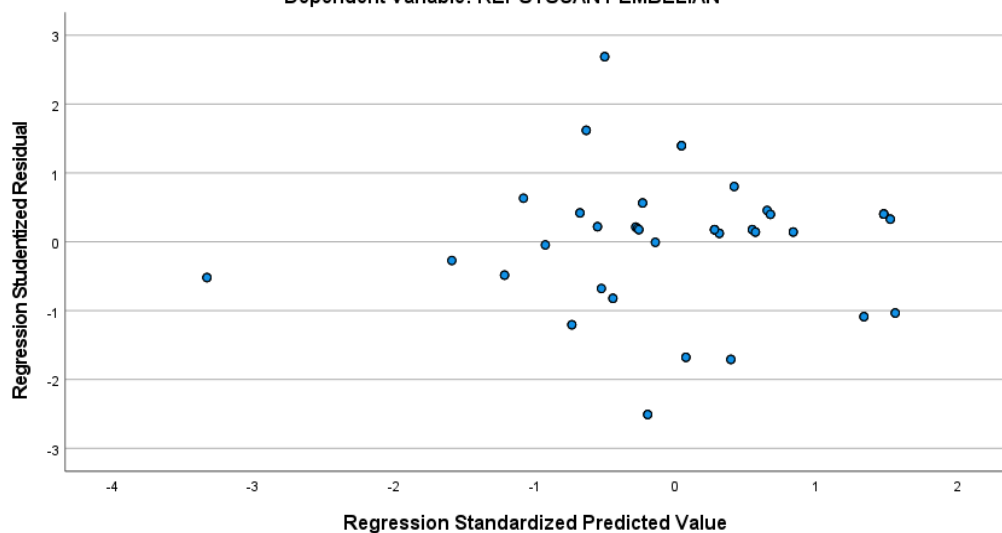
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,288	2,627		1,632	,106		
	PERSEPSI HARGA	,523	,064	,571	8,239	<,001	,640	1,563
	KUALITAS PRODUK	-,044	,093	-,046	-,467	,642	,320	3,122
	E-WOM	,519	,107	,443	4,855	<,001	,370	2,705

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Lampiran 9. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN



Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,288	2,627		1,632	,106
	PERSEPSI HARGA	,523	,064	,571	8,239	<,001
	KUALITAS PRODUK	-,044	,093	-,046	-,467	,642
	E-WOM	,519	,107	,443	4,855	<,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Lampiran 11. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,717	,708	2,37755

a. Predictors: (Constant), E-WOM, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK

Lampiran 12. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,288	2,627		1,632	,106
	PERSEPSI HARGA	,523	,064	,571	8,239	<,001
	KUALITAS PRODUK	-,044	,093	-,046	-,467	,642
	E-WOM	,519	,107	,443	4,855	<,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Lampiran 13. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1319,686	3	439,895	77,820	<,001 ^b
	Residual	520,054	92	5,653		
	Total	1839,740	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), E-WOM, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK

Lampiran 14. Hasil Turnitin



Lampiran 15. LOA



COMMUNITY OF RESEARCH LABORATORY SURABAYA
DEPARTEMEN PENERBITAN

GEMAH RIPAH: JURNAL PENELITIAN BISNIS

Jl. Nginden Intan Timur XV. No. 11 Surabaya, Indonesia

<https://www.aksiologi.org/index.php/gemahripah/index>; e-mail: jurnalgemahripah@gmail.com



GEMAH RIPAH: Jurnal Penelitian Bisnis

5/04/2025/#2515

L.o.A

02/12/2025

Kepada

EMI SELVIATUL HAMIDAH,

emiisilvia20@gmail.com;

RUDY SANTOSO,

yaabaru@gmail.com;

Di

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

INDONESIA

Sehubungan dengan naskah artikel ilmiah yang saudara kirimkan ke redaksi jurnal GEMAH RIPAH, maka dengan ini redaksi informasikan bahwa naskah anda telah diproses untuk publikasi di Jurnal GEMAH RIPAH. Redaksi sangat mengapresiasi kontribusi naskah anda ke jurnal GEMAH RIPAH. Dan redaksi telah mengambil keputusan mengenai pengajuan naskah berjudul: **"PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM IMPLORA DI KALANGAN GENERASI Z (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)"**, yang diterbitkan pada bulan Desember Tahun 2025: Volume 5, No. 04 (2025).

Dengan keputusan redaksi adalah: **"DITERIMA"**

Hormat kami,

Editor in Chief,

Mohamad Roisul Basyar

GEMAH RIPAH: Jurnal Penelitian Bisnis

<https://aksiologi.org/index.php/gemahripah/index>



Lampiran 16. 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 : fcb@untag-sby.ac.id

 SEMESTER
 Gasal/ Genap
 2025 / 2026

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

 Nama Mahasiswa / NBI : Emi Selviatul Hamidah / 123456789
 Nama Pembimbing : Drs. Ec. Rudy Santoso, MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi harga kualitas produk dan electronic word of mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Implora dikalangan Generasi Z
 Mulai Program Skripsi : Semester 6 / Thn. Ak. 25-26 Selesai Bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	15/9/25		Konsultasi judul	
2	16/9/2025		Judul ACC	
3	6/10/25		Konsultasi proposal	
4	5/10/25		perbaikan 1-11	
5	8/10/25		perbaikan 1-11	
6	8/10/25		ACC	
7	15/11/25		I-V Rev	
8	28/11/25		I-V Rev	
9	1/12/25		I-V ACC	

Perpanjang I

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kajar : _____

Surabaya, 09-12-25

(Nama dan tanda tangan Pembimbing)