

HARGA (X1)

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Harga yang ditawarkan penjual di Shopee bervariasi dan sangat terjangkau					
2.	Harga produk yang dijual pada Shopee sesuai dengan kualitas produk yang diberikan					
3.	Harga produk di Shopee lebih murah dibandingkan dengan produk yang berada di <i>marketplace</i> lain					
4	Harga produk di Shopee sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

KUALITAS PRODUK (X2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Pengelompokkan produk di shopee memudahkan saya untuk mencari apa yang saya inginkan.					
2.	Deskripsi suatu produk di shopee sangat detail dan mudah untuk dipahami					
3.	Fitur pada aplikasi shopee sangat lengkap dan memudahkan saya dalam menggunakannya.					
4.	Produk di shopee memiliki daya tahan yang sesuai dengan yang di deskripsikan.					
5.	Tampilan produk yang ada di aplikasi Shopee sesuai dengan produk yang diterima oleh konsumen					

PROMOSI (X3)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Promosi Shopee sering diadakan melalui iklan di media sosial					
2.	Shopee memiliki <i>brand ambassador</i> yang mampu mempromosikan dengan baik					
3.	Voucher promosi pada shopee hanya dapat digunakan pada hari tertentu					
4.	Para penjual di shopee sering mengadakan promo atau potongan harga yang menarik untuk konsumen dan diberitahukan melalui pesan pribadi bagi pengikutnya.					
5.	Shopee selalu mengadakan <i>event-event</i> setiap memasuki bulan baru					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Shopee menyediakan banyak pilihan jenis produk sehingga saya tertarik untuk membeli karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Dari berbagai <i>e-commerce</i> yang ada, saya lebih cocok dan nyaman menggunakan aplikasi Shopee.					
3.	Shopee menyediakan berbagai macam ekspedisi pengiriman sehingga memudahkan konsumen untuk memilih dan menyesuaikan pengiriman yang diinginkan.					
4.	Terkadang saya membeli produk di Shopee lebih dari satu produk					
5.	Saya cukup sering dan rutin membeli produk di Shopee.					

Lampiran Identitas Responden

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah (orang)	Prosentase
Laki-laki	37	38,5%
Perempuan	59	61,5%
Jumlah	96	100%

Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah (orang)	Prosentase
18 – 20 tahun	15	16%
21 – 23 tahun	40	41%
24 – 26 tahun	36	37%
27 – 30 tahun	5	6%
Jumlah	96	100%

Lampiran Analisis Data

Tingkat Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	96
Kuesioner yang kembali	96
Presentase respon rate	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0
Total Kuesioner yang dianalisis	96

Lampiran Data Frekuensi Responden

Persepsi Variabel Harga

Persepsi Responden	Frekuensi dan Prosentase							
	X1.1		X1.2		X1.3		X1.4	
	F	%	F	%	F	%	F	%
STS (1)	2	2%	1	1%	1	1%	2	2%
TS (2)	4	4%	5	5%	2	2%	0	0%
N (3)	9	9%	23	24%	10	10%	20	21%
S (4)	60	63%	42	44%	30	31%	45	47%
SS (5)	21	22%	25	26%	53	55%	29	30%
Jumlah	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%

Persepsi Variabel Kualitas Produk

Persepsi Responden	Frekuensi dan Prosentase									
	X2.1		X2.2		X2.3		X2.4		X2.5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
STS (1)	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%	0	0%
TS (2)	1	1%	3	3%	4	4%	1	1%	2	2%

N (3)	6	6%	13	14%	18	19%	20	21%	29	30%
S (4)	36	38%	50	52%	45	47%	45	47%	39	41%
SS (5)	53	55%	29	30%	29	30%	29	30%	26	27%
Jumlah	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%

Persepsi Variabel Promosi

Persepsi Responden	Frekuensi dan Prosentase									
	X3.1		X3.2		X3.3		X3.4		X3.5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
STS (1)	4	4%	1	1%	0	0%	4	4%	0	0%
TS (2)	0	0%	1	1%	3	3%	1	1%	4	4%
N (3)	22	23%	19	20%	17	18%	23	24%	18	19%
S (4)	38	40%	47	49%	33	34%	42	44%	45	47%
SS (5)	32	33%	28	29%	43	45%	26	27%	29	30%
Jumlah	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%

Persepsi Variabel keputusan pembelian

Persepsi Responden	Frekuensi dan Prosentase									
	Y1		Y2		Y3		Y4		Y5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
STS (1)	2	2%	2	2%	2	2%	1	1%	3	3%
TS (2)	1	1%	3	3%	3	3%	3	3%	0	0%
N (3)	9	9%	16	17%	15	16%	22	23%	8	8%
S (4)	33	34%	34	35%	41	43%	44	46%	64	67%
SS (5)	51	53%	41	43%	35	36%	26	27%	21	22%
Jumlah	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%

Lampiran Uji Validitas

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	.209*	.098	.235*	.564**
	Sig. (2-tailed)		.041	.342	.021	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.209*	1	.470**	.185	.665**
	Sig. (2-tailed)	.041		.000	.071	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.098	.470**	1	.179	.591**
	Sig. (2-tailed)					

	Sig. (2-tailed)	.342	.000		.080	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.235*	.185	.179	1	.588**
	Sig. (2-tailed)	.021	.071	.080		.000
	N	96	96	96	96	96
Harga	Pearson Correlation	.564**	.665**	.591**	.588**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).						

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kualitas_Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	.209*	.362**	.336**	.279**	.588**
	Sig. (2-tailed)		.041	.000	.001	.006	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.209*	1	.268**	.221*	.392**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.041		.008	.031	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.362**	.268**	1	.463**	.578**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.336**	.221*	.463**	1	.584**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.001	.031	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.279**	.392**	.578**	.584**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	.588**	.602**	.765**	.745**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).							

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.410**	.287**	.436**	.120	.674**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.242	.000
	N	96	96	96	96	96	96

X3.2	Pearson Correlation	.410**	1	.254*	.227*	.210*	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.026	.040	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.287**	.254*	1	.457**	.343**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.005	.013		.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.436**	.227*	.457**	1	.745**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.026	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.120	.210*	.343**	.745**	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.242	.040	.001	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Promosi	Pearson Correlation	.674**	.588**	.669**	.838**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).							

Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Keputusan_Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.549**	.445**	.473**	.521**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.549**	1	.376**	.479**	.630**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.445**	.376**	1	.642**	.611**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.473**	.479**	.642**	1	.649**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	.521**	.630**	.611**	.649**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96

Kepuasan _Pem belian	Pearson Correlation	.753**	.773**	.777**	.814**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

Lampiran Uji Reliabilitas

Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.730	5

Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	6

Promosi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	6

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	6

Lampiran Uji Linearitas

Harga (X1) => Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	557.345	1	557.345	93.175	.000 ^b
	Residual	562.280	94	5.982		
	Total	1119.625	95			
a. Dependent Variable: Total Y						
b. Predictors: (Constant), Total X1						

Kualitas Produk (X2) => Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	600.745	1	600.745	108.831	.000 ^b
	Residual	518.880	94	5.520		
	Total	1119.625	95			
a. Dependent Variable: Total Y						
b. Predictors: (Constant), Total X2						

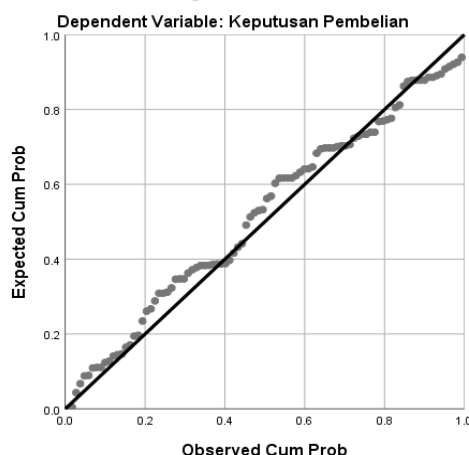
Promosi (X3) => Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	606.656	1	606.656	111.168	.000 ^b
	Residual	512.969	94	5.457		
	Total	1119.625	95			
a. Dependent Variable: Total Y						
b. Predictors: (Constant), Total X3						

Lampiran Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.85590469
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.060
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

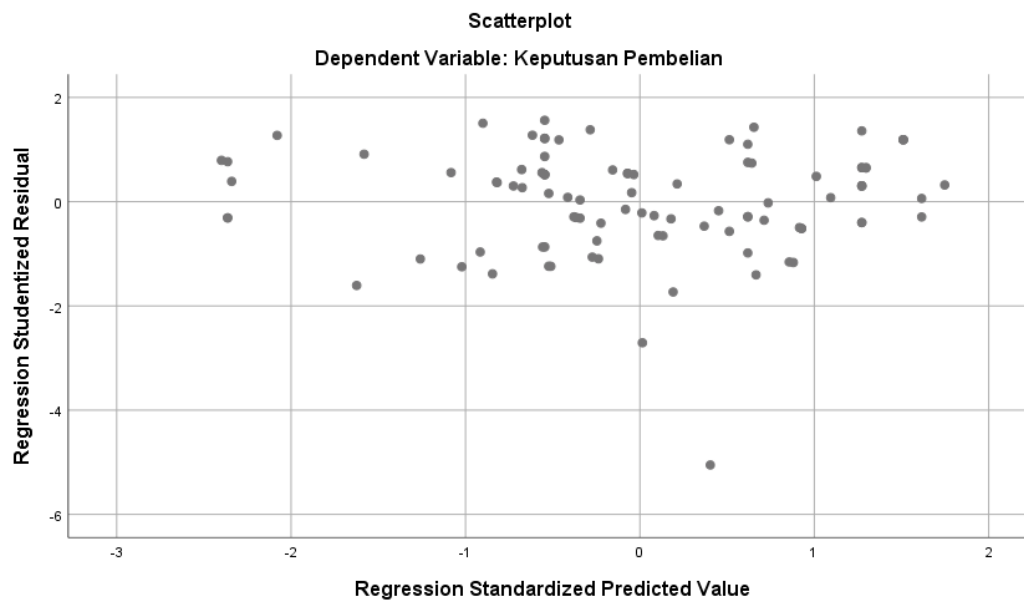
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.446	2.242
	Kualitas Produk	.284	3.520
	Promosi	.391	2.560
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			

Lampiran Uji Heteroskedastisitas



Lampiran Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.574 ^a	.329	.307	2.902	1.651
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Promosi					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Lampiran Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.546	1.649		-.937	.351

