

LAMPIRAN 1

KUISIONER

Lampiran 1. 1 Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

Pengaruh Live Streaming Shopping, Price Discount Dan Kepercayaan

Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

Wijaya Kusuma Surabaya)

Perkenalkan saya Agnes Ciecilia, Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi). Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan saudara/I yang terhormat untuk membantu mengisi kuisisioner penelitian ini. Semua data yang diberikan dijamin kerahasiaanya dan hanya akan digunakan dalam penelitian ini.

Kriteria responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Merupakan Mahasiswa Aktif Tahun 2020-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
2. Memiliki akun E-commerce dan aktif menggunakan E-commerce
3. Mengikuti atau memfollow akun E-commerce @SKINTIFIC Official Shop
4. Pernah menonton Live Streaming Shopping Skintific
5. Pernah melakukan pembelian produk Skintific melalui Live Streaming Shopping

Jika anda memenuhi kriteria tersebut, mohon sekiranya untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. Atas bantuan saudara/I saya ucapkan terima kasih.

A. Screening

1. Apakah anda merupakan Mahasiswa Aktif Tahun 2020-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma?
 - YA, jika YA, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
 - TIDAK, jika TIDAK, cukup berhenti sampai disini. Terima kasih.
2. Apakah anda memiliki akun E-commerce dan aktif menggunakan E-commerce ?
 - YA, jika YA, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
 - TIDAK, jika TIDAK, cukup berhenti sampai disini. Terima kasih.
3. Apakah anda sudah pernah menonton Live Streaming Shopping Skintific ?
 - YA, jika YA, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
 - TIDAK, jika TIDAK, cukup berhenti sampai disini. Terima kasih.
4. Dimana anda menonton live streaming shopping Skintific ?
 - Shopee
 - Tokopedia
 - Lazada
 - Situs belanja online lainnya

5. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk Skintific melalui

Live Streaming Shopping ?

- YA, jika YA, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
- TIDAK, jika TIDAK, cukup berhenti sampai disini. Terima kasih.

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - 18-20 Tahun
 - 21-23 Tahun
 - 24-26 Tahun
 - >26 Tahun
4. Progam Studi :
 - Akuntansi
 - Manajemen
 - Ekonomi Pembangunan
5. Angkatan :
 - 2020
 - 2021

C. Petunjuk Pengisian

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan. Baca dan pahami setiap pernyataan dengan seksama, kemudian berikan respon Saudara dengan cara memberikan jawaban sesuai pengukuran skala skor yang ada dibawah ini :

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. PERNYATAAN PENELITIAN

LIVE STREAMING SHOPPING (X1)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Kredibilitas Streamer (Streamer's Credibility)					
1.	Streamer Skintific memiliki kredibilitas yang dapat dipercaya penonton atau konsumen.				
Kekayaan Media (Media Richness)					
2.	Saat menonton live streaming shopping Skintific saya dapat berkomunikasi langsung dengan streamer.				
Interaksi (Interactivity)					
3.	Aktivitas live streaming shopping Skintific selalu disiarkan pada waktu yang tepat.				

Price Discount (X2)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Besarnya Potongan Harga					
1.	Jumlah potongan harga produk Skintific pada saat live streaming shopping cukup besar, sehingga saya memutuskan untuk membeli.				
Massa Potongan Harga					
2.	Saya merasa jangka waktu potongan harga produk Skintific di live streaming shopping tidak kurang.				
Jenis Produk Yang Mendapatkan Potongan Harga					
3.	Skintific sering memberikan diskon pada produk unggulannya.				

Kepercayaan Konsumen (X3)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Kemampuan (Ability)					
1.	Proses pengiriman produk Skintific selalu tepat waktu kepada konsumen.				
Niat Baik (Benevolence)					
2.	Skintific memberikan keamanan kepada konsumen dalam bertransaksi.				
Integritas (Integrity)					
3.	Skintific selalu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya.				

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Kemantapan Membeli					
1.	Saya memutuskan membeli produk Skintific karena saya sudah mantap dengan produk tersebut.				
Memutuskan Membeli Karena Merk Yang Paling Disukai					
2.	Saya membeli produk Skintific karena saya percaya dengan merk tersebut.				
Membeli Karena Sesuai Dengan Keinginan dan Kebutuhan					
3.	Saya membeli produk Skintific karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.				
Rekomendasi					
4.	Saya membeli produk Skintific karena mendapat rekomendasi dari orang lain.				

LAMPIRAN 2

TABULASI DAN

OUTPUT SPSS

Lampiran 2. 1 Tabulasi

Variabel Live Streaming Shopping (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X2.3	Total X1
1	3	3	3	9
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	3	3	3	9
5	4	3	4	11
6	3	3	3	9
7	3	3	3	9
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	4	3	4	11
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	3	3	1	7
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	3	4	11
17	3	4	3	10
18	4	4	3	11
19	3	4	3	10
20	4	4	4	12
21	4	4	3	11
22	4	3	3	10
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	3	3	3	9
26	3	4	4	11
27	4	4	4	12
28	2	2	2	6
29	3	3	3	9
30	4	4	4	12
31	4	1	4	9
32	3	4	3	10
33	3	4	4	11
34	4	4	4	12
35	3	3	3	9
36	3	2	3	8
37	3	2	3	8
38	3	4	3	10

39	4	3	3	10
40	3	3	3	9
41	3	3	3	9
42	3	4	4	11
43	3	3	2	8
44	4	3	3	10
45	4	4	4	12
46	3	3	4	10
47	4	4	2	10
48	3	4	3	10
49	4	4	4	12
50	3	4	4	11
51	3	3	3	9
52	3	4	4	11
53	3	3	3	9
54	3	4	2	9
55	4	4	3	11
56	3	2	2	7
57	3	3	3	9
58	3	3	3	9
59	3	3	3	9
60	3	4	3	10
61	3	3	4	10
62	3	4	4	11
63	2	4	2	8
64	4	4	4	12
65	4	4	3	11
66	3	3	3	9
67	4	4	4	12
68	3	3	3	9
69	4	4	3	11
70	4	3	3	10
71	4	4	4	12
72	3	3	3	9
73	3	3	3	9
74	4	4	4	12
75	4	3	3	10
76	4	3	4	11
77	3	3	3	9
78	3	4	3	10
79	4	4	4	12
80	3	3	3	9
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12

83	3	3	2	8
84	4	3	3	10
85	3	3	3	9
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	4	4	3	11
89	4	4	4	12
90	4	4	3	11
91	4	3	3	10
92	4	4	4	12
93	4	4	4	12
94	4	3	4	11
95	3	3	3	9
96	4	4	4	12
97	4	4	3	11
98	3	3	3	9
99	3	3	3	9
100	3	4	4	11
101	3	3	3	9
102	4	4	3	11

Variabel Price Discount (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
1	3	3	3	9
2	4	3	3	10
3	4	4	4	12
4	4	3	4	11
5	3	3	3	9
6	4	3	3	10
7	4	3	3	10
8	4	4	4	12
9	3	4	3	10
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	3	2	2	7
14	4	4	4	12
15	4	3	4	11
16	4	3	4	11

17	2	2	2	6
18	3	3	4	10
19	2	2	3	7
20	3	3	2	8
21	3	3	3	9
22	4	3	3	10
23	4	4	4	12
24	4	4	3	11
25	3	3	4	10
26	4	3	4	11
27	4	3	3	10
28	3	3	3	9
29	4	4	4	12
30	4	3	4	11
31	3	3	2	8
32	3	3	4	10
33	4	2	3	9
34	4	4	4	12
35	4	3	4	11
36	4	2	3	9
37	3	3	2	8
38	3	3	4	10
39	3	3	3	9
40	3	3	3	9
41	3	3	3	9
42	3	3	3	9
43	4	1	3	8
44	4	3	4	11
45	3	3	4	10
46	4	3	4	11
47	4	1	4	9
48	3	3	4	10
49	3	3	3	9
50	4	3	4	11
51	3	3	3	9
52	4	4	4	12
53	4	3	3	10
54	4	3	4	11
55	4	4	4	12

56	3	3	2	8
57	4	3	3	10
58	2	2	3	7
59	4	3	4	11
60	4	3	4	11
61	3	3	3	9
62	3	3	3	9
63	3	3	4	10
64	4	4	4	12
65	4	2	3	9
66	3	3	3	9
67	3	3	3	9
68	3	3	3	9
69	3	3	4	10
70	4	3	3	10
71	3	3	4	10
72	4	3	4	11
73	3	3	3	9
74	2	2	4	8
75	3	3	3	9
76	4	4	4	12
77	3	3	3	9
78	3	3	4	10
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	4	2	3	9
84	4	3	4	11
85	3	3	3	9
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	3	3	3	9
89	3	4	4	11
90	3	3	4	10
91	2	3	3	8
92	4	4	4	12
93	4	4	3	11
94	4	4	4	12

95	3	3	3	9
96	4	4	4	12
97	4	3	4	11
98	2	2	2	6
99	3	2	3	8
100	4	3	4	11
101	3	3	3	9
102	4	4	3	11

Variabel Kepercayaan Konsumen (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
1	4	3	3	10
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	3	3	4	10
5	3	3	3	9
6	3	3	4	10
7	3	3	3	9
8	3	3	3	9
9	3	4	4	11
10	3	3	4	10
11	4	4	4	12
12	3	4	4	11
13	1	4	3	8
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	3	3	3	9
19	2	3	3	8
20	4	4	3	11
21	4	4	4	12
22	4	3	3	10
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	4	4	3	11
26	4	4	4	12

27	3	4	4	11
28	3	2	2	7
29	4	4	4	12
30	4	4	4	12
31	4	4	4	12
32	3	3	3	9
33	3	3	3	9
34	4	4	4	12
35	4	4	4	12
36	3	4	3	10
37	2	3	2	7
38	3	3	3	9
39	3	4	4	11
40	3	3	3	9
41	3	3	3	9
42	3	3	3	9
43	3	3	3	9
44	3	3	3	9
45	4	4	4	12
46	4	4	3	11
47	2	3	4	9
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	3	4	11
51	3	3	3	9
52	3	3	3	9
53	3	3	3	9
54	4	3	4	11
55	3	3	3	9
56	2	3	3	8
57	3	3	3	9
58	3	3	3	9
59	3	3	3	9
60	3	4	4	11
61	4	3	4	11
62	3	4	4	11
63	3	3	3	9
64	4	4	4	12
65	3	4	3	10

66	3	3	3	9
67	3	3	3	9
68	3	3	3	9
69	4	4	4	12
70	3	4	4	11
71	4	4	4	12
72	3	3	3	9
73	3	3	3	9
74	4	4	4	12
75	3	3	3	9
76	4	3	3	10
77	3	3	3	9
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	3	3	3	9
82	4	4	4	12
83	3	3	4	10
84	3	4	4	11
85	3	3	3	9
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	4	4	4	12
89	4	4	4	12
90	3	3	4	10
91	2	4	4	10
92	4	4	4	12
93	3	3	3	9
94	4	4	4	12
95	3	3	3	9
96	4	4	4	12
97	4	4	4	12
98	3	3	3	9
99	3	3	3	9
100	3	4	4	11
101	3	3	3	9
102	3	4	3	10

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	4	3	3	3	13
2	3	4	4	4	15
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	3	15
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	3	15
7	3	3	3	3	12
8	4	3	3	4	14
9	4	4	3	3	14
10	4	3	3	4	14
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	3	2	3	1	9
14	4	4	4	4	16
15	3	4	4	4	15
16	4	4	4	4	16
17	3	4	4	4	15
18	4	4	3	4	15
19	3	3	3	3	12
20	4	4	4	4	16
21	3	3	3	4	13
22	4	4	4	3	15
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	3	3	3	3	12
26	4	3	4	3	14
27	4	4	4	4	16
28	3	3	3	3	12
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	4	3	3	14
32	3	3	4	3	13
33	4	4	4	3	15
34	4	4	4	4	16
35	3	3	4	3	13
36	3	3	3	1	10

37	3	2	1	2	8
38	3	3	3	4	13
39	3	4	4	4	15
40	3	3	3	3	12
41	3	3	3	3	12
42	4	4	4	4	16
43	3	1	3	2	9
44	3	4	4	4	15
45	4	4	4	4	16
46	3	4	4	4	15
47	4	4	4	1	13
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	3	15
51	3	3	3	2	11
52	3	4	3	3	13
53	4	3	3	3	13
54	3	3	4	4	14
55	4	4	4	3	15
56	3	3	3	3	12
57	2	2	2	3	9
58	2	1	1	1	5
59	3	3	3	3	12
60	4	4	3	4	15
61	3	3	3	3	12
62	4	4	4	3	15
63	2	3	3	3	11
64	4	4	4	4	16
65	3	3	4	2	12
66	3	3	3	3	12
67	3	3	3	3	12
68	4	4	4	3	15
69	4	4	4	3	15
70	4	3	4	4	15
71	4	4	4	2	14
72	3	3	3	4	13
73	3	3	3	3	12
74	3	3	4	1	11
75	3	3	3	3	12

76	3	4	4	3	14
77	3	3	3	4	13
78	3	3	3	3	12
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	3	4	4	4	15
82	4	4	4	4	16
83	3	3	4	4	14
84	4	4	3	3	14
85	3	3	3	3	12
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	3	3	3	3	12
91	4	4	4	3	15
92	4	4	4	4	16
93	4	3	3	3	13
94	4	4	4	4	16
95	3	3	3	3	12
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	3	15
98	4	4	4	4	16
99	3	3	3	3	12
100	4	4	4	4	16
101	3	3	3	3	12
102	4	4	4	3	15

Lampiran 2. 2 Hasil Output data SPSS

Uji Validitas

Live Streaming Shopping (X1)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.381**	.529**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102
x1.2	Pearson Correlation	.381**	1	.393**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
x1.3	Pearson Correlation	.529**	.393**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
x1	Pearson Correlation	.783**	.758**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

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

Price Discount (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.397**	.480**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102
x2.2	Pearson Correlation	.397**	1	.424**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
x2.3	Pearson Correlation	.480**	.424**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
x2	Pearson Correlation	.784**	.783**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

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

Kepercayaan Konsumen (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.500**	.531**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102
x3.2	Pearson Correlation	.500**	1	.702**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
x3.3	Pearson Correlation	.531**	.702**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
x3	Pearson Correlation	.822**	.851**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

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

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y
y1	Pearson Correlation	1	.689**	.580**	.381**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102
y2	Pearson Correlation	.689**	1	.761**	.547**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102
y3	Pearson Correlation	.580**	.761**	1	.448**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102
y4	Pearson Correlation	.381**	.547**	.448**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102
y	Pearson Correlation	.778**	.905**	.837**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

	N	%
Valid	102	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	102	100.0

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

Live Streaming Shopping (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	3

Price Discount (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	3

Kepercayaan Konsumen (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	3

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	4

Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3, x2, x1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.488	1.53812

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	234.737	3	78.246	33.073	.000 ^b
Residual	231.851	98	2.366		
Total	466.588	101			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	.860	1.321		.651	.516			
x1	.458	.142	.306	3.224	.002	.616	.310	.230
x2	.313	.121	.218	2.587	.011	.519	.253	.184
x3	.497	.137	.330	3.617	.000	.611	.343	.258