

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Lembar Kuesioner

#### KUISIONER PENELITIAN

#### **Pengaruh Harga, *Content Marketing*, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fast Fashion* Di *E-Commerce* Shopee**

**Kepada Yth.**

**Pembeli produk fast fashion di e-commerce shopee**

**Di tempat,**

Dengan hormat,

Dengan ini saya,

Nama : Fransisca Kurnia Damayanti

NPM : 20420142

Mahasiswa semester akhir program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Wijaya Kusuma Surabaya. Dengan adanya penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Harga, *Content Marketing*, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fast Fashion* Di *E-Commerce* Shopee**” saya mohon kesedian bapak/ibu untuk membantu dan memberikan tanggapan berkaitan dengan keadaan yang sebenarnya mengenai pernyataan-pernyataan yang terlampir di kuisisioner ini, guna untuk memperoleh data yang saya butuhkan dalam proses penyusunan skripsi dan saya jaga kerahasiannya.

Saya ucapkan terimakasih atas kesediaan waktu dan bantuannya telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Hormat saya,

Fransisca Kurnia Damayanti

## KUISIONER

Berilah tanda (V) pada kolom yang telah disediakan dan sesuai dengan jawaban anda :

1. Apakah anda aktif menggunakan *e-commerce* shopee dalam tiga bulan terakhir ?  
( bulan September 2023 sampai dengan bulan Desember 2023).  
(  ) Ya                      (  ) Tidak
2. Apakah anda memiliki keterarikan pada produk *fast fashion di e-commerce* shopee dan melakukan pembelian dalam waktu dekat? (bulan September 2023 sampai dengan bulan Desember 2023)  
(  ) Ya                      (  ) Tidak

### **Pengaruh Harga, *Content Marketing*, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fast Fashion Di E-Commerce* Shopee**

#### **I. Identitas Responden**

Nama :

Jenis Kelamin : a. (  ) Perempuan    b. (  ) Laki-Laki

Umur : a (  )

#### **II. Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda check list (V) pada jawaban pernyataan yang sesuai keadaan sebenarnya dengan bapak/ibu :

Sangat Setuju                      (SS) = 5

Setuju                                      (S) = 4

Cukup Setuju                      (CS) = 3

Tidak Setuju                      (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju                      (STS) = 1

#### **III. Pertanyaan-pertanyaan :**

### Variabel Harga (X1)

No	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
<b>Kemudahan atau Keterjangkauan Harga</b>						
1.	Harga produk <i>fast fashion</i> di <i>e-commerce</i> shopee terjangkau.					
<b>Kesesuaian harga dengan kualitas produk <i>fast fashion</i></b>						
2.	Harga yang ditawarkan pada produk <i>fast fashion</i> di <i>e-commerce</i> shopee sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.					
<b>Persaingan harga</b>						
3.	Harga yang ditawarkan antar produk <i>fast fashion</i> di <i>e-commerce</i> shopee cukup kompetitif.					
<b>Kesesuaian harga dengan manfaat</b>						
4.	Harga yang ditawarkan produk <i>fast fashion</i> di <i>e-commerce</i> shopee sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
<b>Harga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan</b>						
5.	Harga yang ditawarkan produk <i>fast fashion</i> lebih menarik dibandingkan produk lainnya, sehingga mempengaruhi saya untuk memutuskan membeli produk <i>fast fashion</i> di <i>e-commerce</i> shopee					

### Variabel Content Marketing (X2)

No	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
<b>Reader Cognition</b>						
1.	Informasi yang disampaikan melalui konten pemasaran mudah saya pahami dan mudah diingat.					
<b>Sharing Motivation</b>						

2.	konten pemasaran produk <i>fast fashion</i> di <i>e-commerce</i> shopee sudah memberikan informasi yang jelas dan berhubungan dengan produk yang ditawarkan.					
<b>Persuasion</b>						
3.	Konten pemasaran pada <i>e-commerce</i> shopee telah mempengaruhi pandangan serta sikap terhadap produk <i>fast fashion</i> . (konten berupa foto maupun video)					
<b>Decision Making</b>						
4.	Adanya informasi yang diberikan melalui konten pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan saya dalam membeli produk <i>fast fashion</i> .					
<b>Life Factors</b>						
5.	Konten pemasaran yang ditampilkan berhubungan dengan kehidupan saya					

### Variabel e-WOM (X3)

No	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
<b>Platform Assistance</b>						
1.	Banyaknya jumlah komentar yang terdapat pada ulasan <i>e-commerce</i> shopee terutama pada produk <i>fast fashion</i> . Menjadikan saya lebih percaya terhadap <i>e-commerce</i> shopee.					
<b>Venting Negative Feelings</b>						
2.	Ketika saya mendapatkan pengalaman negatif, saya akan memberikan ulasan yang sehubungan dengan yang saya alami. Guna untuk mengurangi terjadinya kerugian atau pengalaman negatif yang dapat muncul lagi nantinya.					
<b>Concern For Other Consumer</b>						

3.	Apabila saya mengalami pengalaman positif mengenai produk <i>fast fashion</i> . Maka saya akan berbagi mengenai hal tersebut melalui kolom ulasan yang tersedia.					
<b><i>Extraversion / Positive Self-Enhancement</i></b>						
4.	Saya menggunakan media sosial untuk berbagi foto/video/cerita mengenai produk <i>fast fashion</i> yang saya beli di <i>e-commerce</i> shopee.					
<b><i>Helping The Company</i></b>						
5.	Ulasan yang diberikan oleh para konsumen dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan citra dan pelayanan perusahaan					
<b><i>Advice Seeking</i></b>						
6.	Cenderung mencari rekomendasi atau pendapat dari orang lain sebelum membuat keputusan pembelian					

### Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
<b>Kesesuaian Produk Fast Fashion</b>						
1.	Produk <i>fast fashion</i> yang ditawarkan sesuai dengan harapan atau permintaan yang saya inginkan					
<b>Kesesuaian Merek</b>						
2.	Merek dapat mencerminkan standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen.					
<b>Kesesuaian Penyalur atau Distribusi</b>						
3.	Ketersediaan stok secara luas mengenai produk <i>fast fashion</i> mempengaruhi keputusan pembelian					
<b>Waktu Pembelian</b>						
4.	Adanya suatu trend tertentu dapat mempengaruhi saya dalam pengambilan keputusan pembelian					
<b>Jumlah Pembelian</b>						

5.	Saya membeli sejumlah produk <i>fast fashion</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya					
----	--	--	--	--	--	--

## Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

### 1. Tabulasi Data Kuisioner

#### Harga (X<sub>1</sub>)

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

37	5	5	5	5	5	25
38	4	4	4	4	4	20
39	5	3	3	4	4	19
40	5	4	5	4	5	23
41	3	4	4	4	4	19
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	4	4	22
44	5	3	3	3	5	19
45	4	3	5	3	2	17
46	5	5	5	4	5	24
47	2	4	3	3	3	15
48	5	5	5	4	5	24
49	4	3	3	3	2	15
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	5	25
53	5	4	5	5	5	24
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	3	3	4	4	18
57	5	5	5	5	5	25
58	4	4	4	3	4	19
59	4	4	3	4	4	19
60	4	3	4	4	4	19
61	4	4	5	4	4	21
62	5	5	5	5	5	25
63	3	2	4	3	4	16
64	3	3	4	3	2	15
65	4	4	5	5	5	23
66	5	4	4	4	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	5	4	3	4	4	20
69	5	4	5	4	3	21
70	3	5	2	3	3	16
71	5	5	5	4	4	23
72	5	3	3	3	4	18
73	5	4	2	3	5	19
74	4	4	4	4	4	20
75	5	4	4	5	5	23
76	5	4	4	4	4	21
77	5	4	4	4	3	20
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	5	4	5	22
80	5	4	5	4	5	23
81	4	4	4	3	5	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	3	4	4	4	20
84	5	4	4	4	5	22

85	4	4	4	4	4	20
86	5	5	4	5	5	24
87	5	5	5	5	5	25
88	3	3	3	4	4	17
89	5	5	4	4	3	21
90	4	4	4	4	4	20
91	3	4	4	3	4	18
92	3	3	3	4	4	17
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	5	4	4	21
95	5	4	5	5	5	24
96	4	4	4	4	4	20
97	5	4	4	4	4	21
98	4	4	5	4	4	21
99	4	4	4	4	4	20
100	3	4	4	3	4	18
101	3	3	5	3	2	16
102	4	3	4	4	4	19
103	5	4	4	5	4	22
104	5	3	5	4	4	21
105	5	3	4	3	5	20

*Content Marketing (X<sub>2</sub>)*

<b>Responden</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>X2.5</b>	<b>Total</b>
1	5	5	4	4	5	23
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	4	24
5	3	3	4	4	3	17
6	3	3	3	3	2	14
7	4	5	5	5	4	23
8	4	3	4	4	3	18
9	3	3	3	3	3	15
10	4	5	4	5	4	22
11	4	3	3	4	2	16
12	4	4	3	4	3	18
13	5	4	4	5	4	22
14	4	3	3	4	3	17
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	3	4	3	17
17	5	5	5	5	3	23
18	3	3	3	3	3	15
19	5	4	4	4	4	21
20	5	5	5	5	5	25
21	4	3	3	4	3	17
22	4	4	5	4	5	22



23	5	5	4	5	5	24
24	4	5	5	5	5	24
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	3	4	4	19
27	4	4	4	5	4	21
28	4	4	3	4	4	19
29	4	4	4	4	4	20
30	4	5	4	5	4	22
31	5	5	5	5	2	22
32	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	4	20
34	1	1	1	1	1	5
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	4	20
37	5	5	5	5	5	25
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	4	4	3	17
40	5	5	4	4	4	22
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	5	4	5	5	23
44	5	5	5	5	5	25
45	4	4	5	5	4	22
46	5	5	5	5	4	24
47	3	3	4	3	2	15
48	4	5	5	5	5	24
49	3	3	2	2	3	13
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	5	5	5	23
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	3	5	5	3	20
57	5	5	5	5	4	24
58	5	4	3	5	4	21
59	4	3	3	3	3	16
60	4	3	3	3	3	16
61	3	4	4	3	4	18
62	5	5	5	5	5	25
63	4	3	4	5	3	19
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	5	3	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	5	4	4	3	3	19
70	4	4	4	4	3	19

71	4	4	4	5	3	20
72	4	3	4	5	5	21
73	4	3	2	5	4	18
74	5	5	5	4	4	23
75	4	3	5	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	3	19
78	4	4	4	4	4	20
79	3	4	4	4	3	18
80	5	4	4	5	5	23
81	5	4	3	4	3	19
82	5	5	4	4	4	22
83	3	5	4	5	3	20
84	5	4	4	5	4	22
85	4	4	4	4	4	20
86	5	5	4	5	5	24
87	5	5	5	5	5	25
88	3	4	3	4	2	16
89	4	5	5	4	3	21
90	3	3	4	3	4	17
91	3	4	3	3	3	16
92	2	2	3	4	3	14
93	4	4	4	5	4	21
94	5	4	4	5	5	23
95	5	5	5	5	4	24
96	4	4	4	4	3	19
97	5	4	4	4	3	20
98	4	4	3	5	3	19
99	4	4	4	4	3	19
100	3	4	4	4	2	17
101	3	2	5	1	2	13
102	4	4	4	4	4	20
103	4	3	3	5	1	16
104	4	4	4	5	5	22
105	5	4	4	4	2	19

**E-WOM (X<sub>3</sub>)**

<b>Responden</b>	<b>X3. 1</b>	<b>X3. 2</b>	<b>X3. 3</b>	<b>X3. 4</b>	<b>X3. 5</b>	<b>X3. 6</b>	<b>Total</b>
1	4	5	4	4	4	4	25
2	5	4	5	5	5	5	29
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	3	4	5	3	23
6	3	4	4	3	5	4	23
7	5	5	5	3	5	5	28
8	5	3	5	3	5	5	26

9	4	4	4	3	4	4	23
10	5	4	4	4	4	4	25
11	4	3	3	3	3	3	19
12	4	5	5	4	4	5	27
13	4	5	5	5	5	5	29
14	3	5	5	3	5	5	26
15	3	4	4	4	4	4	23
16	4	5	5	3	5	5	27
17	5	4	5	4	5	4	27
18	4	4	4	3	4	4	23
19	4	5	4	3	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	4	4	3	4	25
22	3	5	5	5	4	4	26
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	2	5	5	27
26	5	3	3	2	4	5	22
27	5	4	5	4	5	5	28
28	4	4	4	2	5	4	23
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	4	4	5	4	4	26
31	5	5	1	1	5	3	20
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	4	3	4	4	23
34	1	1	1	1	1	1	6
35	5	5	5	4	5	5	29
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	3	5	4	5	5	27
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	3	5	3	23
40	5	4	5	5	4	5	28
41	5	5	5	5	5	5	30
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	5	5	5	5	29
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	2	5	5	27
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	3	5	4	27
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	3	4	3	4	2	20
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	4	4	3	5	5	26
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	3	5	5	28
56	4	4	4	4	4	4	24

57	5	5	5	5	5	5	30
58	4	3	5	3	4	4	23
59	4	4	3	3	4	5	23
60	3	3	3	2	5	3	19
61	4	4	5	4	5	4	26
62	5	5	5	5	5	5	30
63	3	5	4	3	5	4	24
64	5	5	4	2	5	5	26
65	5	3	4	3	5	5	25
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	3	3	22
69	4	4	4	3	3	3	21
70	4	5	5	3	4	5	26
71	4	5	5	2	5	4	25
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	4	2	5	4	4	24
74	5	5	5	2	5	4	26
75	5	5	4	3	5	5	27
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	5	1	5	3	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	5	5	2	4	5	26
80	5	5	5	4	5	5	29
81	4	5	3	2	5	5	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	3	5	5	25
84	4	5	5	4	4	5	27
85	5	3	3	4	5	5	25
86	5	4	5	3	4	5	26
87	5	5	5	5	5	5	30
88	3	5	5	4	4	4	25
89	5	4	5	5	5	5	29
90	4	4	4	4	3	3	22
91	4	3	3	2	3	3	18
92	5	5	5	3	4	5	27
93	5	5	5	5	5	4	29
94	4	5	4	5	4	4	26
95	5	5	5	5	5	5	30
96	3	5	3	2	4	3	20
97	5	5	5	4	5	5	29
98	4	5	5	2	5	5	26
99	4	4	4	3	4	4	23
100	5	5	5	5	5	5	30
101	3	5	5	3	5	5	26
102	5	3	3	3	5	5	24
103	5	5	5	4	5	5	29
104	5	5	5	5	5	2	27

105	3	3	3	3	3	3	18
106	2	5	5	4	4	4	24
107	5	1	5	3	5	4	23
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	5	4	4	5	5	27
110	4	4	4	4	4	4	24
111	4	4	4	3	4	3	22
112	5	5	5	3	5	4	27
113	5	4	5	3	5	4	26
114	5	5	5	1	5	5	26
115	5	3	3	3	3	4	21
116	4	5	5	3	5	5	27
117	5	3	3	1	4	4	20
118	4	5	4	4	5	4	26
119	5	5	3	3	5	5	26
120	3	3	3	3	4	4	20
	5	5	4	4	5	4	27

**Lampiran 3 Uji Validitas Harga (X<sub>1</sub>)**

**Correlations**

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.461**	.443**	.578**	.611**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x1.2	Pearson Correlation	.461**	1	.526**	.640**	.515**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x1.3	Pearson Correlation	.443**	.526**	1	.587**	.431**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x1.4	Pearson Correlation	.578**	.640**	.587**	1	.596**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x1.5	Pearson Correlation	.611**	.515**	.431**	.596**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105

x1	Pearson	.782**	.786**	.750**	.851**	.802**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

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

#### Lampiran 4 Uji Validitas Content Marketing (X<sub>2</sub>)

##### Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2
x2.1	Pearson	1	.705**	.544**	.626**	.555**	.826**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x2.2	Pearson	.705**	1	.656**	.646**	.616**	.879**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x2.3	Pearson	.544**	.656**	1	.513**	.535**	.785**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x2.4	Pearson	.626**	.646**	.513**	1	.544**	.807**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
x2.5	Pearson	.555**	.616**	.535**	.544**	1	.809**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
x2	Pearson	.826**	.879**	.785**	.807**	.809**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

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

## Lampiran 5 Uji Validitas E-WOM (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.354**	.426**	.339**	.533**	.547**	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x3.2	Pearson Correlation	.354**	1	.571**	.264**	.499**	.450**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x3.3	Pearson Correlation	.426**	.571**	1	.431**	.501**	.566**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x3.4	Pearson Correlation	.339**	.264**	.431**	1	.198*	.327**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000		.043	.001	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x3.5	Pearson Correlation	.533**	.499**	.501**	.198*	1	.597**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.043		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x3.6	Pearson Correlation	.547**	.450**	.566**	.327**	.597**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x3	Pearson Correlation	.712**	.699**	.802**	.644**	.725**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105

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

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

## Lampiran 6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		y1.1	y1.2	Y1.3	y1.4	y1.5	y1
y1.1	Pearson	1	.579**	.533**	.553**	.413**	.795**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
y1.2	Pearson	.579**	1	.446**	.333**	.503**	.727**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
Y1.3	Pearson	.533**	.446**	1	.571**	.441**	.788**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
y1.4	Pearson	.553**	.333**	.571**	1	.450**	.779**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
y1.5	Pearson	.413**	.503**	.441**	.450**	1	.735**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
y1	Pearson	.795**	.727**	.788**	.779**	.735**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

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

## Lampiran 7 Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	105	100.0

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



### Uji Reliabilitas Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	5

### Uji Reliabilitas Content Marketing (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	5

### Uji E-WOM (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	6

### Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	5

### Lampiran 8 Uji Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.800	.794	1.46932

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

### Lampiran 9 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.092	1.099		.084	.933
	x1	.382	.076	.370	5.049	.000
	x2	.375	.073	.397	5.144	.000
	x3	.200	.056	.223	3.568	.001

a. Dependent Variable: y1

### Lampiran 10 Uji T

Model		t
1	(Constant)	.084
	x1	5.049
	x2	5.144
	x3	3.568

### Lampiran 11 Uji Dominan

Model		Standardized Coefficients
		Beta
1	(Constant)	
	x1	.370
	x2	.397
	x3	.223