

Lampiran 1

Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE MELALUI SHOPEE DI SURABAYA BARAT

Kepada Yth. Responden

Perkenalkan saya Isabela Cindi Claudia Syukur, NPM 20420129 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam rangka memenuhi Tugas Akhir yaitu Skripsi, saat ini saya melakukan penelitian mengenai” pengaruh *live streaming*, *online customer review*, dan *price discount* terhadap keputusan pembelian pada produk the originote melalui shopee “(Penelitian pada Masyarakat Surabaya Barat)". Adapun Kriteria untuk memenuhi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdomisili di Wilayah surabaya Barat
2. Pernah membeli produk the originote di *E-commerce* shopee
3. Terbiasa menggunakan *E-Commerce* shopee 4.berusia17tahunkeatas

Demi tercapainya tujuan penelitian, saya mohon kepada seluruh masyarakat surabaya barat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Semua informasi yang diperoleh dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan tidak ada pengaruh dari pihak manapun.

Demikian atas kerjasama dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN**1. PETUNJUK PENGISIAN**

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang dipilih.

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 17-25
 - b. 26-35
 - c. 35-45
 - d. 46-55
 - e. 56-65
 - f. >65
4. Pekerjaan Responden
 - a. Mahasiswa
 - b. Kariawan swasta
 - c. Wirausaha
 - d. Pegawai Negeri
 - e. Lain-lain
5. Domisili
 - a. Benowo
 - b. Pakal
 - c. Asemrowo
 - d. Sukomanunggal
 - e. Tandes
 - f. Sambikrep
 - g. Lakarsantri
6. Pendapatan Responden
 - a. <Rp.1.000.000

- b. Rp. 1.000.000 – 2.000.000
- c. Rp. 2.000.000 – 3.000.000
- d. Rp. 3.000.000 – 4.000.000
- e. < Rp. 4.000.000

1. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda checklist (√) untuk setiap jawaban dari pernyataan yang paling tepat menurut Anda dengan cara memberikan jawaban sesuai pengukuran skala skor:

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

PERNYATAAN PENELITIAN

LIVE STREAMING (XI)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	<i>Live streaming</i> di shopee memiliki kredibilitas yang dapat dipercaya penonton atau konsumen				
2	Saat menonton <i>live streaming</i> di shopee saya dapat berkomunikasi langsung dengan streamer				
3	Aktivitas <i>live streaming</i> di shopee selalu disiarkan pada waktu yang tepat				

ONLINE CUSTOMER REVIEW (X2)

1	Melihat <i>online customer review</i> membuat saya tertarik membeli produk “the originote” di shopee				
2	Saya mempercayai pendapat / ulasan <i>online customer review</i> yang ada di shopee, sebelum membeli produk “the originote”				
3	<i>Online customer review</i> di shopee membagikan informasi atau pengalaman konsumen yang telah menggunakan produk “the originote”				

PRICE DISCOUNT (X3)

1	Jumlah potongan harga produk “the originote” di shopee cukup besar, sehingga saya memutuskan untuk membeli				
2	Saya merasa jangka waktu potongan harga produk “the originote” di shopee tidak kurang				
3	Selalu ada potongan harga pada jenis produk “the originote” yang saya inginkan di shopee				

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

1	Saya memutuskan membeli produk The Originote karena saya sudah mantap dengan produk tersebut				
2	Saya memutuskan untuk membeli produk the originote karena saya percaya dengan merk tersebut				
3	Saya membeli produk The Originote karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya				
4	Saya membeli produk The Originote karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain				

Lampiran 2
Tabulasi Data Dan Output

Hasil Olah Data Sps

Variabel *Live Streaming* (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	Total
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
2	2	2	6
4	4	3	11
4	4	4	12
3	4	3	10
3	3	3	9
2	3	3	8
4	4	4	12
4	3	3	10
3	3	4	10
3	3	3	9
3	4	2	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	2	9
3	4	3	10
3	3	3	9
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
3	4	4	11
3	3	3	9
4	4	3	11
4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
3	2	3	8
4	4	4	12
3	3	2	8
2	3	3	8
4	4	4	12

1	1	1	3
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
3	4	3	10
4	3	4	11
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	2	8
4	4	4	12
2	2	2	6
4	2	3	9
3	3	3	9
1	1	1	3
3	3	2	8
1	1	1	3
1	2	1	4
3	3	3	9
3	3	2	8
3	3	3	9
4	4	4	12
1	1	2	4
4	3	2	9
3	4	4	11
3	3	2	8
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
3	3	4	10
3	4	4	11
4	4	3	11
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	2	9
3	3	2	8
3	3	3	9
4	3	4	11
3	2	2	7
3	3	4	10
3	3	3	9
4	3	3	10

Variabel Online Customer Review (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	Total
4	3	4	11
3	3	3	9
3	3	3	9
1	1	1	3
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	3	11
4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	3	11
3	3	3	9
4	4	4	12
3	4	4	11
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
2	3	3	8
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	4	10
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
2	4	4	10
3	2	1	6
2	3	3	8
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	4	4	11
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12

4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
2	3	4	9
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	4	11
3	3	3	9
2	2	2	6
3	3	3	9
1	1	1	3
1	1	1	3
3	3	3	9
3	4	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
2	2	2	6
2	4	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
3	4	3	10
4	4	4	12
4	3	4	11
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	4	10
3	4	4	11
3	2	3	8
4	3	3	10
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	3	11
3	3	4	10
4	3	3	10

Variabel Price Discount(X3)

X3.1	X3.2	X3.3	Total
3	4	4	11
3	3	3	9
3	3	3	9
2	2	1	5
3	3	2	8
4	4	4	12
4	3	4	11
2	2	3	7
4	3	3	10
3	3	3	9
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
3	4	3	10
3	3	4	10
4	3	3	10
4	4	3	11
4	3	4	11
3	2	3	8
3	3	3	9
4	3	4	11
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	4	11
4	4	4	12
3	2	2	7
4	3	3	10
4	4	4	12
1	1	3	5
3	2	2	7
4	3	3	10
3	3	3	9
3	3	3	9
3	4	4	11
3	2	3	8
3	3	3	9
3	3	3	9
3	2	2	7
3	2	2	7
4	4	4	12
3	3	2	8
4	4	4	12

4	4	2	10
3	2	3	8
4	3	3	10
3	3	3	9
2	2	3	7
3	3	3	9
3	3	3	9
4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	2	8
3	3	3	9
1	1	1	3
1	1	4	6
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
3	2	2	7
4	2	3	9
3	2	3	8
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	4	3	10
3	3	2	8
4	3	4	11
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
2	3	3	8
3	3	3	9
4	3	4	11
3	3	3	9
3	3	4	10
3	4	3	10
3	4	3	10

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Total
3	4	3	4	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
1	2	1	1	5
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	3	4	14
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	4	3	4	15
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
3	3	3	4	13
4	4	4	3	15
2	2	3	3	10
2	4	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
3	3	3	2	11
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
1	2	4	1	8
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
3	2	3	4	12
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
2	3	4	4	13
4	4	4	4	16

3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
3	4	4	4	15
3	4	4	3	14
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
1	1	1	1	4
3	3	3	3	12
1	1	1	1	4
1	1	1	1	4
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	1	2	2	8
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	4	3	4	14
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
2	3	2	2	9
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	4	3	3	14
3	4	4	4	15
4	4	3	3	14

Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	LiveStreaming
X1.1	Pearson Correlation	1	.744**	.679**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88
X1.2	Pearson Correlation	.744**	1	.703**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88
X1.3	Pearson Correlation	.679**	.703**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88
LiveStreaming	Pearson Correlation	.899**	.905**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	OnlineCustomer Review
X2.1	Pearson Correlation	1	.715**	.658**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88
X2.2	Pearson Correlation	.715**	1	.803**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88
X2.3	Pearson Correlation	.658**	.803**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88
OnlineCustomerReview	Pearson Correlation	.878**	.927**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	PriceDiscount
X3.1	Pearson Correlation	1	.671**	.491**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88
X3.2	Pearson Correlation	.671**	1	.538**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88
X3.3	Pearson Correlation	.491**	.538**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88
PriceDiscount	Pearson Correlation	.852**	.878**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	KeputusanPe mbelian
Y1	Pearson Correlation	1	.781**	.732**	.692**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y2	Pearson Correlation	.781**	1	.756**	.723**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y3	Pearson Correlation	.732**	.756**	1	.695**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y4	Pearson Correlation	.692**	.723**	.695**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88
KeputusanPembelian	Pearson Correlation	.897**	.913**	.888**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88

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

Hasil Uji Reliabilitas**Scale: ALL VARIABLES****case processing summary**

	N	%
Valid	88	100.0
Cases Excluded ^a	0	0
Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.879	3

Scale: ALL VARIABLES**case processing summary**

	N	%
Valid Cases	88	100.0
Excluded ^a	0	0
Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.887	3

Hasil uji Reabilitas**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

	N	%
Valid Cases	88	100.0
Excluded ^a	0	0
Total	88	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.797	3

Hasil Uji Reabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid Cases	88	100.0
Excluded ^a	0	0
Total	88	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.915	4

Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Live Streaming	88	3.00	12.00	9.4432	2.09465
Online Customer Riview	88	3.00	12.00	9.8864	1.99097
Price Discount	88	3.00	12.00	9.4318	1.80545
Keputusan Pembelian	88	4.00	16.00	13.0114	2.73964

Valid N (listwise)	88			
--------------------	----	--	--	--

Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Price Discount, Live Streaming, Online Customer Rview ^b		.Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Uji Koefisien Determinan Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.816	.809	1.19647

sumber: olah data Spss

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	532.739	3	177.580	124.048	.000 ^b
Residual	120.250	84	1.432		
Total	652.989	87			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

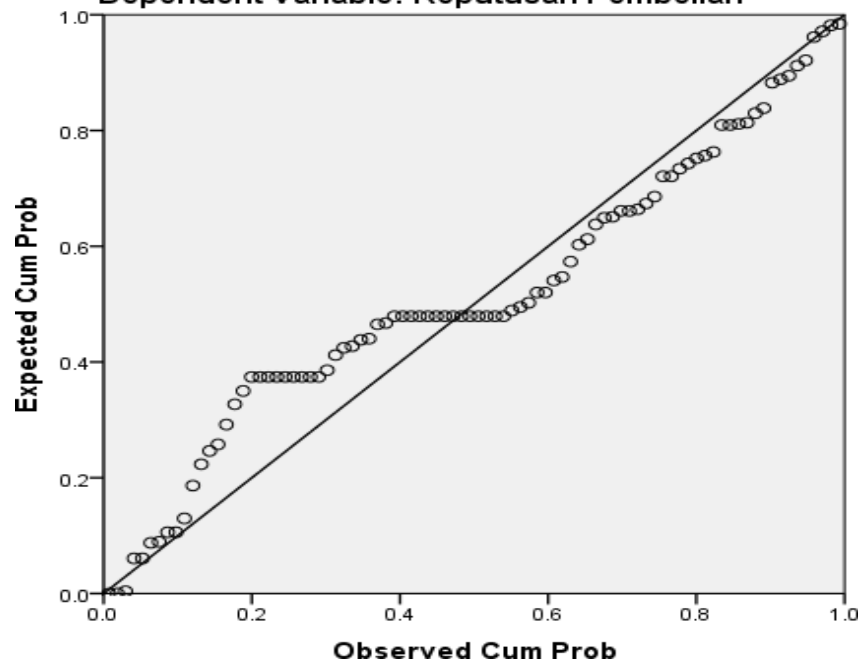
b. Predictors: (Constant), Price Discount, Live Streaming, Online Customer Rview

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.900	.743		-1.211	.229
Live Streaming 1	.123	.085	.094	1.451	.151
Online Customer Rview	.716	.099	.520	7.233	.000
Price Discount	.602	.096	.397	6.251	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Asumsi Klaisik Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Uji Multikolinearitas

Coefficients

Model	Colinearity statistic	
	Tolerance	VIF
<i>Live streaming</i>	0,523	1,912
<i>Online Customer Review</i>	0,424	2,359
<i>Price Discont</i>	0,545	1,836
ssa.variabel dependen: keputusan pembelian		

Sumber: olah data Spss

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

