

Lampiran 01. Kuesioner Penelitian



**KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada program Studi Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Marketplace* Shopee di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Pengikut Twitter *Ohmybeautybank*)”**.

Melalui surat ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner terlampir. Data yang saya kumpulkan adalah murni untuk tujuan penelitian dan diperlakukan secara konfidensial. Atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 18 Desember 2021

Peneliti

Anita Soraya
NIM. 1817041113

A. Identitas Responden

Responden diharap menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut dengan mengisi bagian yang kosong atau memberi tanda (✓) pada jawaban yang tersedia.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Usia : <17 Tahun 21-25 Tahun
 17-20 Tahun > 25 Tahun
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Wirausaha
 Karyawan Lainnya...
5. Berapa kali dalam sebulan Anda melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee?
: 1-3 kali 7-9 kali
 4-6 kali > 10 kali
6. Jenis atau kategori barang yang dibeli pada *marketplace* Shopee
 Kosmetik Elektronik
 Skincare Lainnya...
 fashion (pakaian, sepatu, dll)
7. Apakah Anda pengguna *marketplace* Shopee dan pengikut aktif akun Twitter @ohmybeautybank?
 IYA TIDAK

Jika anda menjawab IYA, silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab TIDAK silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner.

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. ST : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

C. Daftar Pernyataan

1. *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Dengan membaca ulasan atau <i>review</i> produk dari konsumen lain pada akun Twitter <i>@ohmybeautybank</i> , dapat membantu untuk memastikan saya membeli produk yang tepat.					
2.	Sebelum membeli suatu produk, terlebih dahulu saya mengumpulkan informasi <i>review</i> produk dari konsumen lain pada akun Twitter <i>@ohmybeautybank</i> .					
3.	Melakukan konsultasi pada akun Twitter <i>@ohmybeautybank</i> dapat membantu saya memilih produk yang tepat untuk dibeli.					
4.	Timbul rasa tidak percaya diri akan pilihan saya, dan khawatir produk yang dibeli tidak sesuai, jika saya tidak mencari informasi atau membaca <i>review</i> pada akun Twitter <i>@ohmybeautybank</i> sebelum saya membeli produk secara <i>online</i> melalui <i>marketplace</i> .					
5.	Saya menjadi percaya diri saat membeli produk melalui <i>marketplace</i> , setelah saya mengetahui informasi suatu produk dengan membaca <i>review</i> konsumen lain pada akun Twitter <i>@ohmybeautybank</i> .					

2. Kemudahan Transaksi

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Aplikasi <i>marketplace</i> Shopee mudah diakses, memudahkan saya dalam mencari dan memesan produk yang diinginkan.					

2.	Saya dapat dengan mudah menggunakan dan mengoperasikan aplikasi belanja <i>marketplace</i> Shopee saat melakukan transaksi belanja.					
3.	Proses transaksi pembayaran pada <i>marketplace</i> Shopee mudah dilakukan.					
4.	Metode pembayaran yang disediakan <i>marketplace</i> Shopee beragam, sehingga saya dapat bertransaksi secara mudah dan fleksibel.					

3. Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya dapat membeli secara tiba-tiba produk yang saya inginkan.					
2.	Dalam berbelanja, saya mudah terpengaruh oleh adanya penawaran menarik seperti gratis ongkir, diskon, <i>cashback</i> , dsb.					
3.	Saya membeli produk secara berlebihan dan kurang berguna bagi saya hanya untuk memuaskan rasa ingin dan kesenangan semata.					

Lampiran 02. Data Kuesioner

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>						Kemudahan Transaksi					Perilaku Konsumtif			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TX2	Y1	Y2	Y3	TY
1	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	20	4	5	4	13
2	5	4	4	3	3	19	4	3	4	4	15	4	4	3	11
3	5	4	3	3	3	18	5	5	5	5	20	4	4	3	11
4	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	3	3	3	9
5	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	15
6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15
7	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	20	5	4	4	13
8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15
9	4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	20	4	4	5	13
10	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	18	4	5	4	13
11	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	3	3	3	9
12	5	5	4	4	5	23	4	5	4	5	18	5	4	3	12
13	4	3	3	4	4	18	4	4	5	4	17	3	4	3	10
14	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	18	4	3	4	11
15	5	4	4	4	5	22	4	4	5	5	18	4	5	5	14
16	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20	5	5	4	14
17	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20	4	5	4	13
18	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	20	5	5	4	14
19	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	20	4	5	4	13
20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	3	4	3	10
21	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	4	3	3	10

22	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	19	4	4	4	12
23	4	4	4	3	4	19	5	5	5	5	20	4	4	3	11
24	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	17	3	3	4	10
25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20	5	4	4	13
26	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	19	4	5	4	13
27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
28	4	3	4	3	4	18	4	4	3	4	15	3	3	3	9
29	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	16	4	3	3	10
30	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	19	4	5	4	13
31	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	20	5	4	4	13
32	4	4	3	3	4	18	4	4	4	5	17	3	3	3	9
33	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	15
34	4	3	3	4	4	18	4	4	5	5	18	3	4	3	10
35	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	14
36	4	5	4	4	5	22	4	4	5	5	18	4	3	3	10
37	4	4	4	3	4	19	4	5	4	5	18	4	4	3	11
38	3	4	4	3	4	18	4	3	4	3	14	3	4	3	10
39	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19	5	4	4	13
40	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	20	4	5	4	13
41	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16	4	4	4	12
42	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	18	4	5	4	13
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	4	13
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	5	4	13
45	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	20	4	5	4	13

46	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	15
47	4	3	4	3	4	18	5	5	4	5	19	5	4	4	13
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	5	4	13
49	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	3	4	3	10
50	5	5	4	4	5	23	5	4	4	5	18	5	4	4	13
51	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	3	11
52	4	5	5	5	4	23	5	5	4	4	18	3	5	3	11
53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	3	3	9
54	5	5	5	3	3	21	5	5	3	3	16	3	5	3	11
55	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	14	3	4	3	10
56	4	3	4	3	4	18	4	4	5	5	18	4	3	3	10
57	5	5	3	3	3	19	5	5	5	5	20	5	5	3	13
58	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	17	4	5	4	13
59	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	17	5	4	4	13
60	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	5	4	13
61	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	20	4	4	4	12
62	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	16	3	3	3	9
63	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	14
64	5	4	4	4	5	22	4	5	5	5	19	4	5	4	13
65	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	4	4	4	12
66	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	11
67	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	19	4	5	4	13
68	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	14	3	4	3	10
69	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	15	4	3	3	10

70	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	18	4	5	3	12
71	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	18	5	3	4	12
72	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	20	5	5	3	13
73	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	18	4	5	5	14
74	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	14
75	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	3	13
76	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	18	4	5	5	14
77	4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	20	4	4	3	11
78	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20	4	4	4	12
79	5	3	5	3	5	21	5	5	5	5	20	4	5	4	13
80	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	20	5	5	4	14
81	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	18	4	4	3	11
82	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	18	5	4	3	12
83	4	4	4	3	4	19	5	4	4	5	18	4	4	3	11
84	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	4	13
85	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	4	3	4	11
86	4	3	4	3	3	17	5	4	4	4	17	4	3	3	10
87	5	3	5	4	4	21	5	5	5	5	20	5	5	4	14
88	5	4	4	4	4	21	5	5	4	5	19	4	5	4	13
89	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	17	4	5	4	13
90	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	18	5	5	4	14
91	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	17	4	5	4	13
92	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	19	5	5	4	14
93	4	4	4	4	5	21	3	5	3	3	14	3	3	3	9

94	4	4	3	3	5	19	4	3	4	4	15	3	4	3	10
95	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	18	4	5	4	13
96	5	5	4	4	5	22	5	5	5	5	20	4	5	4	13
97	3	4	4	4	4	19	4	5	4	5	18	3	5	4	12
98	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	15	4	3	3	11
99	5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	19	4	5	4	13
100	4	5	4	5	5	23	4	4	5	5	18	4	5	4	13



Lampiran 0.3. Hasil Output SPSS

1. Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mouth* (X₁)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.459**	.432**	.427**	.380**	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.459**	1	.410**	.609**	.419**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.432**	.410**	1	.510**	.431**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.427**	.609**	.510**	1	.575**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.380**	.419**	.431**	.575**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TX1	Pearson Correlation	.690**	.778**	.728**	.841**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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



2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Electronic Word of Mouth* (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	5

3. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Transaksi (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.533**	.517**	.448**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.533**	1	.471**	.429**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.517**	.471**	1	.654**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.448**	.429**	.654**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TX2	Pearson Correlation	.782**	.753**	.836**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Transaksi (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	4

5. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.351**	.467**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.351**	1	.526**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.467**	.526**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TY	Pearson Correlation	.762**	.801**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.702	3

7. Hasil Uji Normalitas

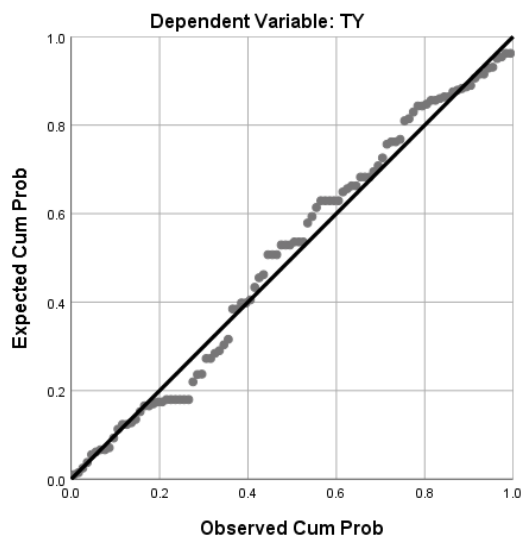
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00020116
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.928
Asymp. Sig. (2-tailed)		.356

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



8. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.710	1.100		-1.554	.123		
	TX1	.315	.051	.465	6.147	.000	.674	1.483
	TX2	.388	.069	.428	5.665	.000	.674	1.483

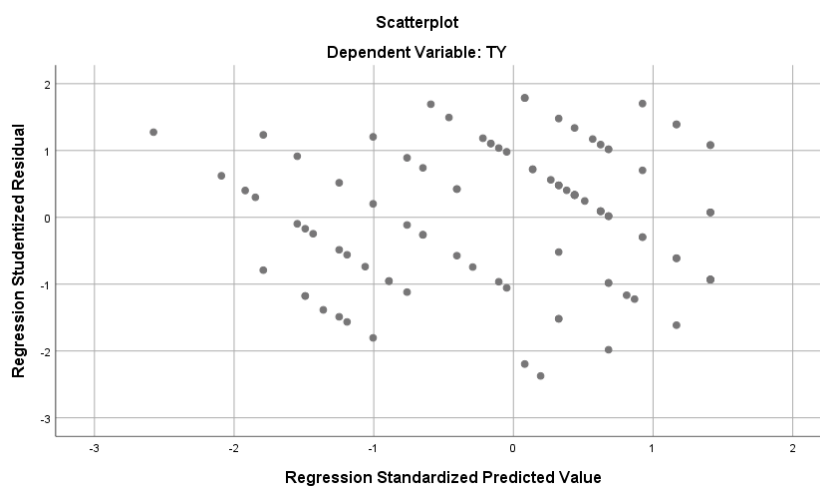
a. Dependent Variable: TY

9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.950	.592		1.606	.112
	TX1	.005	.028	.022	.182	.856
	TX2	-.012	.037	-.040	-.325	.746

a. Dependent Variable: Abs_Res



10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.791 ^a	.626	.619	1.010	.626	81.271	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165.960	2	82.980	81.271	.000 ^b
	Residual	99.040	97	1.021		
	Total	265.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-1.710	1.100		-1.554	.123			
	X1	.315	.051	.465	6.147	.000	.709	.529	.382
	X2	.388	.069	.428	5.665	.000	.693	.499	.352

a. Dependent Variable: Y

11. Uji Data Deskripsi Responden

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	2	2.0	2.0	2.0
	Wanita	98	98.0	98.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 17 Tahun	4	4.0	4.0	4.0
	17-20 Tahun	50	50.0	50.0	54.0
	21-25 Tahun	42	42.0	42.0	96.0
	> 25 Tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	84	84.0	84.0	84.0
	Karyawan	11	11.0	11.0	95.0
	Wirausaha	2	2.0	2.0	97.0
	Lainnya	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Intensitas_Belanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 kali	62	62.0	62.0	62.0
	4-6 kali	27	27.0	27.0	89.0
	7-9 kali	4	4.0	4.0	93.0
	> 10 kali	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kategori_Barang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kosmetik	8	8.0	8.0	8.0
	Skincare	48	48.0	48.0	56.0
	Fashion (pakaian, sepatu, dll)	35	35.0	35.0	91.0
	Elektronik	1	1.0	1.0	92.0
	Lainnya	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

RIWAYAT HIDUP



Anita Soraya, lahir di Singaraja pada tanggal 27 Agustus 2000. Penulis lahir dari pasangan suami istri Khoirul Huda dan Sri Wiasmini. Penulis memiliki saudara laki-laki yang bernama Hananta Nugroho. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis beralamat tinggal di Desa Pengulon, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di MIN Patas dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan sekolah di MTsN Patas dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2018, penulis lulus dari MAN Patas jurusan MIPA, dan melanjutkan pendidikan ke Universitas Pendidikan Ganesha jurusan Manajemen.

Pada semester akhir tahun 2022 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Marketplace* Shopee di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Pengikut Twitter *Ohmybeautybank*)”. Selanjutnya mulai tahun 2022 sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswi jurusan Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.

