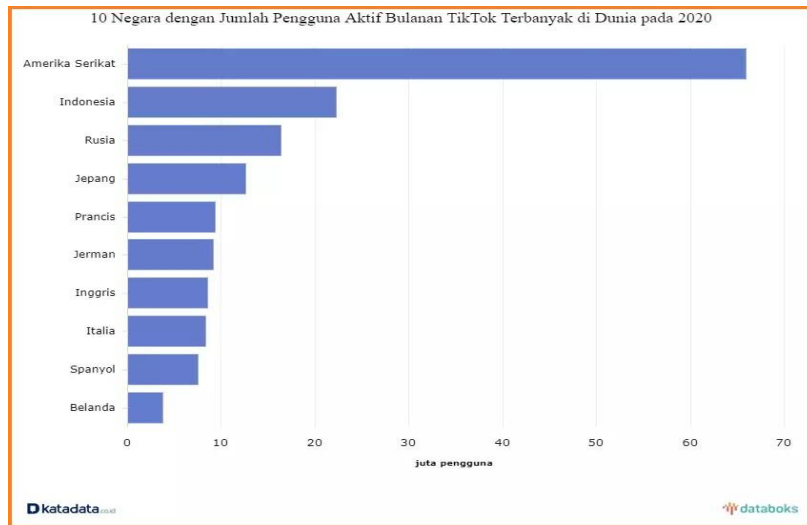


Lampiran 0 1. Data pengguna aplikasi TikTok Terbanyak di Dunia Tahun 2020



Lampiran 0 2. Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830
E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuisisioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan Skripsi, saya Indra Cahya Pratama mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, dengan ini bermaksud melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE* DI *PLATFORM* TIKTOK *SHOP***". Tujuan dilakukannya penelitian ini pada dasarnya sebagian dari penyelesaian tugas akhir. Data yang telah diisi dalam kuisisioner ini sepenuhnya adalah untuk kepentingan penelitian, sehingga tanggapan responden akan dijaga kerahasiaannya.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak serta berkenan mengisi beberapa pernyataan yang telah terlampir pada kuisisioner ini. Kontribusi saudara/i sangat berarti dalam kesuksesan serta penyelesaian penelitian ini. Jawaban saudara/i akan sangat membantu serta berguna bagi peneliti. Untuk itu, atas perhatian, kesediaan, dan partisipasinya saya selaku peneliti mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya.

Singaraja, 7 Februari 2023

Hormat saya,

Peneliti

Indra Cahya Pratama

NIM. 1917041139

1. Identitas Responden

(Beri tanda \surd pada kotak jawaban)

- 1) Nama :
- 2) Usia :
- 3) Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
- 4) Apakah anda mengetahui tentang adanya *TikTok Shop* ?
 - Ya
 - Tidak
- 5) Apakah anda pernah/sedang menggunakan *TikTok Shop* ?
 - Ya
 - Tidak
- 6) Apakah anda pernah menggunakan minimal 2 kali terhadap aplikasi *TikTok Shop* ?
 - Ya
 - Tidak

2. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

- 1) Sebelum memberikan tanggapan atau menjawab, dimohon untuk membaca isi kuisisioner terlebih dahulu.
- 2) Setiap pertanyaan terdapat 5 jawaban, dalam memberikan tanggapan atau jawaban, dimohon untuk memilih salah satu jawaban yang dirasa sesuai dengan apa yang dirasakan.
- 3) Dalam memberikan tanggapan maupun jawaban mengenai daftar pernyataan yang peneliti siapkan, tidak ada jawaban yang di anggap salah.
- 4) Pilihan jawaban :

- SS	: Sangat Setuju	- TS	: Tidak Setuju
- S	: Setuju	- STS	: Sangat Tidak Setuju
- N	: Netral		

Draft Pernyataan Kuisioner

A. Keputusan Belanja

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memutuskan menggunakan TikTok <i>Shop</i> karena memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk.					
2	Saya memutuskan menggunakan TikTok <i>Shop</i> karena merek yang sudah dikenal dan ternama.					
3	Saya memutuskan menggunakan TikTok <i>Shop</i> karena barang yang dijual sesuai dengan harapan saya.					
4	Saya menggunakan TikTok <i>Shop</i> karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain.					

B. Citra Merek

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memilih menggunakan TikTok <i>Shop</i> karena memiliki citra yang baik.					
2	Saya memilih menggunakan TikTok <i>Shop</i> karena banyak digunakan oleh masyarakat luas.					
3	Saya memilih menggunakan TikTok <i>Shop</i> karena memberikan jaminan untuk para penggunanya.					

C. *Electronic Word of Mouth*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memilih berbelanja di TikTok <i>Shop</i> karena mendapatkan <i>review</i> dari penggunanya.					
2	Saya memilih berbelanja di TikTok <i>Shop</i> karena mengandung pesan rekomendasi dari penggunanya.					
3	Saya memilih berbelanja di TikTok <i>Shop</i> karena banyaknya jumlah <i>review</i> positif dari penggunanya.					

Lampiran 0 3. Tabulasi Data Responden

1. Keputusan Belanja

No	Keputusan Belanja				
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
1	4	4	4	4	16
2	4	5	5	5	19
3	4	5	4	4	17
4	4	4	4	4	16
5	4	5	4	4	17
6	4	5	5	4	18
7	4	4	4	4	16
8	3	4	5	4	16
9	3	3	3	3	12
10	3	3	2	3	11
11	5	5	5	5	20
12	3	4	4	3	14
13	5	5	5	5	20
14	4	5	4	5	18
15	3	3	3	4	13
16	3	3	3	3	12

17	3	4	5	5	17
18	4	5	5	5	19
19	5	5	5	5	20
20	4	5	4	4	17
21	5	5	5	5	20
22	4	5	5	5	19
23	5	5	4	5	19
24	3	5	4	4	16
25	4	3	3	3	13
26	4	5	5	5	19
27	4	4	4	4	16
28	3	4	4	4	15
29	4	5	5	5	19
30	5	5	5	5	20
31	4	4	4	4	16
32	5	5	4	4	18
33	4	4	4	3	15
34	4	4	4	4	16
35	4	5	4	4	17
36	5	4	4	4	17
37	4	4	4	4	16
38	5	4	3	4	16
39	3	4	3	4	14
40	2	3	3	4	12
41	5	5	5	5	20
42	4	3	3	3	13
43	5	5	5	5	20
44	4	4	4	3	15
45	3	5	4	5	17
46	2	3	3	3	11
47	5	4	3	5	17
48	5	4	4	4	17
49	5	5	5	5	20
50	4	5	4	4	17
51	5	5	5	4	19
52	5	4	4	4	17
53	4	5	5	4	18
54	4	4	3	3	14
55	3	4	4	4	15
56	5	5	4	5	19
57	4	4	4	4	16

58	4	4	3	4	15
59	5	5	4	5	19
60	5	4	5	4	18
61	5	5	4	4	18
62	4	5	5	5	19
63	5	3	4	5	17
64	4	4	5	5	18
65	5	5	4	4	18
66	5	5	5	5	20
67	4	5	5	5	19
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	4	5	4	5	18
71	4	5	5	5	19
72	5	5	5	5	20
73	5	5	4	4	18
74	5	5	4	5	19
75	4	4	4	4	16
76	4	5	5	5	19
77	4	5	5	5	19
78	4	4	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	4	4	4	5	17
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	4	5	5	5	19
84	4	5	4	5	18
85	4	5	5	5	19
86	4	4	5	5	18
87	4	5	5	5	19
88	4	5	5	5	19
89	5	5	5	5	20
90	5	5	5	5	20
91	5	4	4	4	17
92	4	4	4	3	15
93	4	5	5	5	19
94	4	4	4	4	16
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	4	19
99	5	5	5	4	19
100	5	5	5	5	20

2. Citra Merek

No	Citra Merek			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1
1	4	4	5	13
2	5	5	5	15
3	4	4	4	12
4	4	5	4	13
5	5	5	5	15
6	5	5	4	14
7	4	5	4	13
8	5	5	4	14
9	4	4	4	12
10	3	3	3	9
11	5	5	5	15
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	5	5	4	14
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	5	5	5	15
19	5	5	4	14
20	5	5	3	13
21	5	5	5	15
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	4	5	4	13
25	3	4	4	11
26	5	5	4	14
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	5	5	5	15
30	5	5	4	14
31	4	3	5	12
32	5	4	4	13
33	3	3	4	10
34	4	4	4	12
35	5	4	4	13
36	4	3	4	11
37	4	4	3	11

38	4	3	3	10
39	4	4	2	10
40	3	4	3	10
41	5	4	4	13
42	4	3	3	10
43	5	5	5	15
44	5	3	4	12
45	4	5	3	12
46	4	3	3	10
47	5	5	5	15
48	4	4	5	13
49	5	5	5	15
50	4	4	4	12
51	5	4	2	11
52	4	4	5	13
53	5	3	4	12
54	4	3	4	11
55	4	4	3	11
56	4	5	2	11
57	3	4	4	11
58	4	4	4	12
59	5	5	4	14
60	4	4	3	11
61	5	5	4	14
62	5	4	4	13
63	3	4	4	11
64	3	4	4	11
65	3	4	4	11
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	5	5	5	15
69	5	5	5	15
70	4	4	5	13
71	5	5	5	15
72	4	5	4	13
73	4	4	4	12
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	5	5	15
81	5	5	5	15



82	5	5	5	15
83	5	5	5	15
84	4	4	5	13
85	5	5	5	15
86	5	5	5	15
87	5	5	5	15
88	5	5	5	15
89	5	5	5	15
90	5	5	5	15
91	4	4	5	13
92	4	5	4	13
93	5	5	5	15
94	4	4	4	12
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	4	4	4	12
99	4	4	5	13
100	5	5	5	15

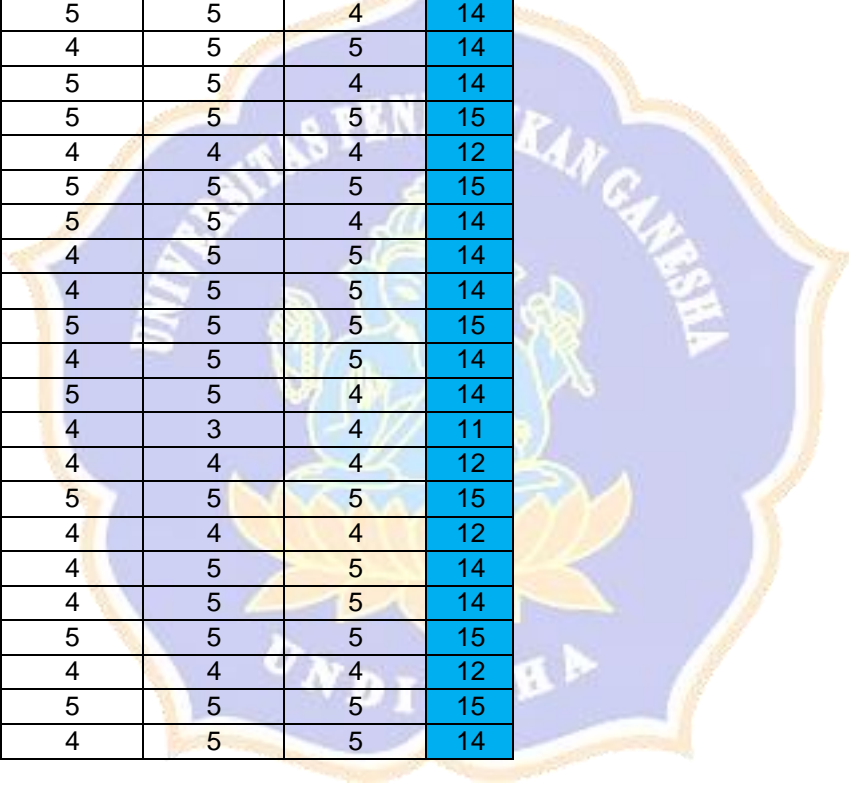
3. Electronic Word of Mouth

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>			
	X2.1	X2.2	X3.3	X2
1	4	4	4	12
2	5	4	5	14
3	4	4	4	12
4	4	4	5	13
5	4	4	4	12
6	5	4	4	13
7	4	3	4	11
8	4	3	3	10
9	4	2	3	9
10	3	3	3	9
11	5	5	5	15
12	3	3	3	9
13	5	5	5	15
14	4	4	4	12
15	5	3	5	13
16	3	3	3	9
17	5	5	5	15
18	5	5	4	14
19	5	5	5	15
20	3	4	5	12

21	5	2	5	12
22	5	5	5	15
23	5	4	5	14
24	4	4	4	12
25	4	3	4	11
26	5	2	5	12
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	5	5	5	15
30	4	3	5	12
31	4	4	4	12
32	5	5	4	14
33	4	3	4	11
34	5	4	4	13
35	4	5	4	13
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	3	3	2	8
39	2	3	3	8
40	3	3	3	9
41	5	5	5	15
42	3	4	4	11
43	5	5	5	15
44	4	4	4	12
45	4	5	4	13
46	3	4	4	11
47	5	4	5	14
48	5	4	4	13
49	5	5	5	15
50	4	5	2	11
51	5	5	5	15
52	5	4	5	14
53	5	5	5	15
54	4	3	4	11
55	3	3	3	9
56	5	5	5	15
57	4	2	4	10
58	4	3	4	11
59	5	5	5	15
60	4	4	4	12
61	5	5	4	14



62	5	4	4	13
63	4	4	4	12
64	3	4	5	12
65	4	5	5	14
66	5	5	5	15
67	5	4	5	14
68	5	5	5	15
69	5	5	5	15
70	5	4	4	13
71	4	5	5	14
72	4	5	5	14
73	5	5	5	15
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	4	5	5	14
77	5	5	5	15
78	5	4	4	13
79	5	5	4	14
80	4	5	5	14
81	5	5	4	14
82	5	5	5	15
83	4	4	4	12
84	5	5	5	15
85	5	5	4	14
86	4	5	5	14
87	4	5	5	14
88	5	5	5	15
89	4	5	5	14
90	5	5	4	14
91	4	3	4	11
92	4	4	4	12
93	5	5	5	15
94	4	4	4	12
95	4	5	5	14
96	4	5	5	14
97	5	5	5	15
98	4	4	4	12
99	5	5	5	15
100	4	5	5	14



Lampiran 0 4. Deskripsi Data Responden

1. Usia

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	9	9.0	9.0	9.0
2.00	87	87.0	87.0	96.0
3.00	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	47	47.0	47.0	47.0
2.00	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 0 5. Hasil Uji Instrumen Kuesioner

Sampel Kecil

1. Uji Validitas

Keputusan Belanja (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.641**	.516**	.642**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30

Y2	Pearson Correlation	.641**	1	.778**	.775**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.516**	.778**	1	.806**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.642**	.775**	.806**	1	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.787**	.912**	.891**	.918**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Citra Merek (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.836**	.512**	.916**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.836**	1	.451*	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.512**	.451*	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.004	.012		.000
	N	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.916**	.882**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Electronic Word of Mouth (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.373*	.675**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.042	.000	.000

	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.373*	1	.398*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.042		.029	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.675**	.398*	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029		.000
	N	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.811**	.779**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Sampel Besar

1. Uji Validitas

Variabel Keputusan Belanja (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y	
	Pearson Correlation	1	.518	.440	.434	.733
Y1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.518**	1	.721**	.665**	.872**
Y2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.440**	.721**	1	.689**	.862**
Y3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.434**	.665**	.689**	1	.838**
Y4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.733**	.872**	.862**	.838**	1
Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----

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

Variabel Citra Merek (X1) Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1
Pearson Correlation	1	.627**	.473**	.831**
X1.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
Pearson Correlation	.627**	1	.464**	.834**
X1.2 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
Pearson Correlation	.473**	.464**	1	.808**
X1.3 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
Pearson Correlation	.831**	.834**	.808**	1
X1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100

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

Variabel *Electronic Word of Mouth* (X2) Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2
Pearson Correlation	1	.458**	.556**	.800**
X2.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
Pearson Correlation	.458**	1	.505**	.827**
X2.2 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
Pearson Correlation	.556**	.505**	1	.826**
X2.3 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.800**	.827**	.826**	1
X2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

Sampel Kecil

Variabel Keputusan Belanja (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	4

Variabel Citra Merek (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	3

Variabel *Electronic Word of Mouth* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	3

Sampel Besar

Variabel Keputusan Belanja (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

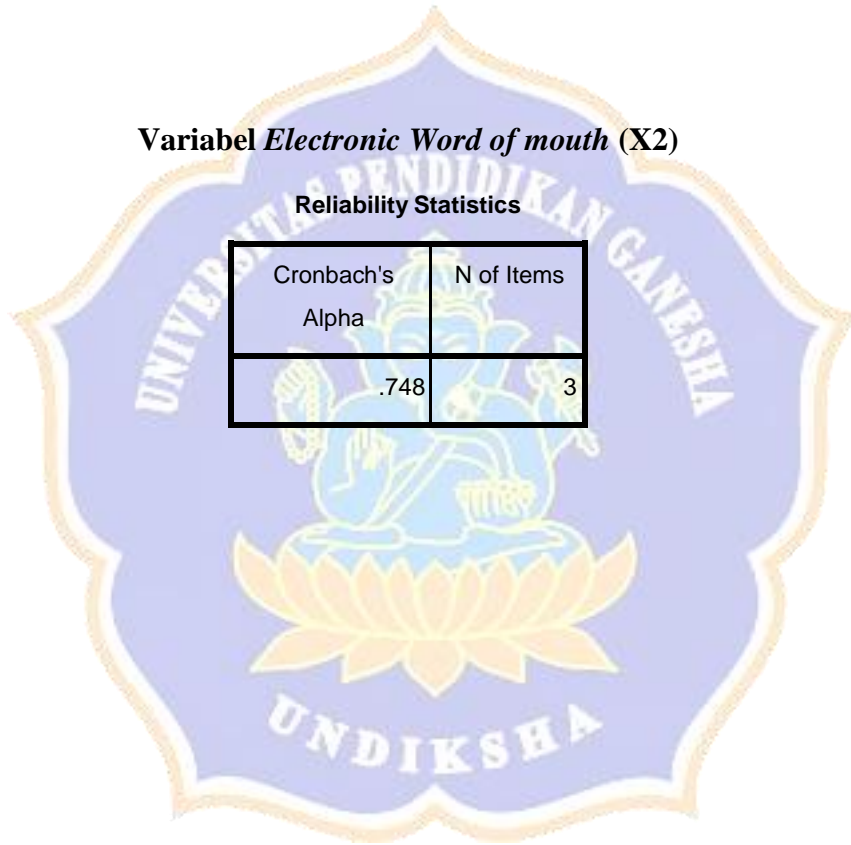
.842	4
------	---

Variabel Citra Merek (X1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	3

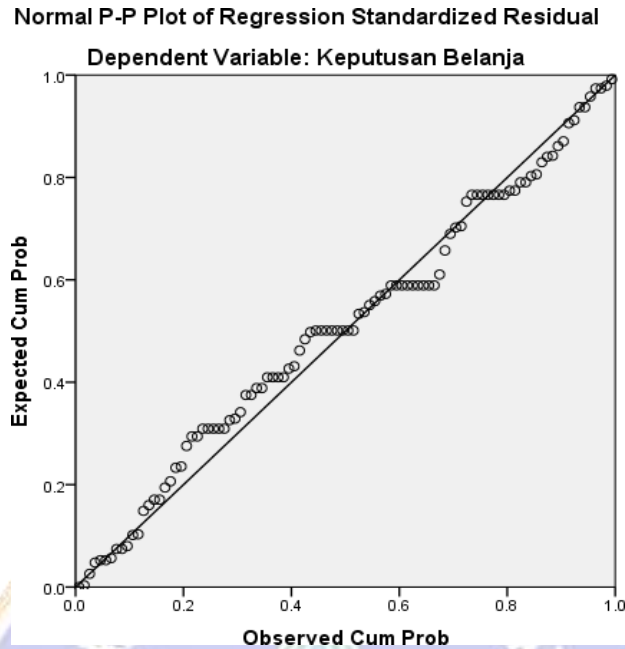
Variabel *Electronic Word of mouth* (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	3



**Lampiran 0 6. Hasil Uji Asumsi Klasik dari Variabel Citra Merek (X1),
Electronic Word of Mouth(X2) dan Keputusan Belanja (Y)**

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36829348
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.080
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

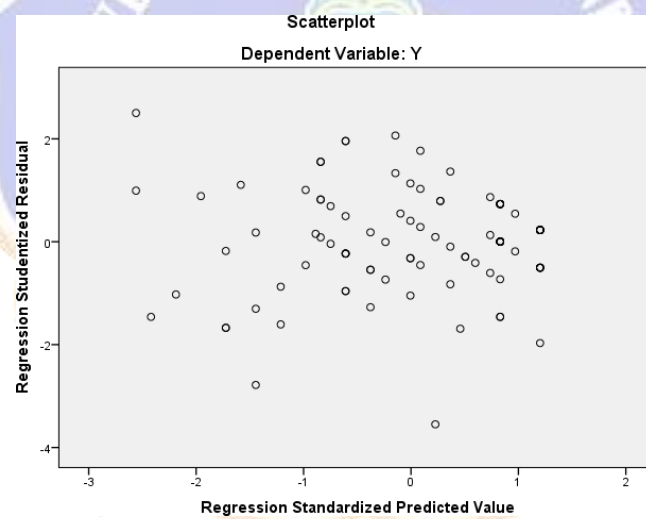
2. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	2.824	1.130		2.499	.014					
1 X1	.432	.108	.321	4.005	.000	.690	.377	.241	.561	1.781
X2	.692	.100	.556	6.935	.000	.769	.576	.417	.561	1.781

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 0 7. Hasil Analisi Regresi Linear Berganda, Pengaruh Citra Merek dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Belanja

1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.806 ^a	.649	.642	1.38233	.649	89.856	2	97	.000	1.768

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

2. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	343.400	2	171.700	89.856	.000 ^b
	Residual	185.350	97	1.911		
	Total	528.750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

3. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

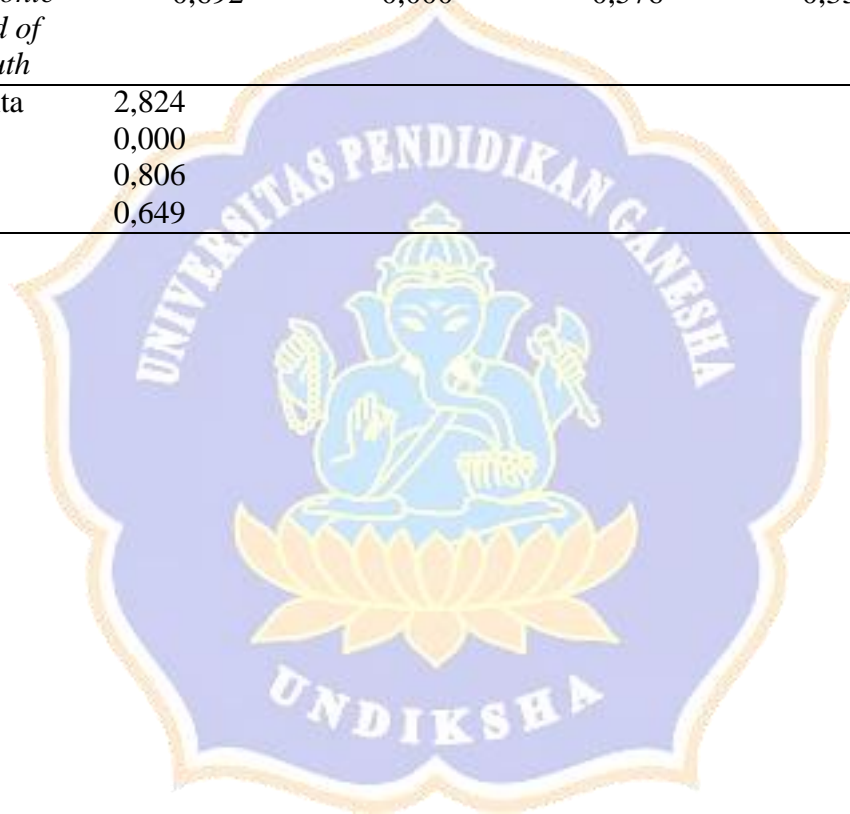
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.824	1.130		2.499	.014					

X1	.432	.108	.321	4.005	.000	.690	.377	.241	.561	1.781
X2	.692	.100	.556	6.935	.000	.769	.576	.417	.561	1.781

a. Dependent Variable: Y

Ringkasan Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien	Sig	Koefisien Kolerasi	R ²
Citra Merek	0,432	0,000	0,377	0,142
<i>Electronic Word of Mouth</i>	0,692	0,000	0,576	0,331
Konstanta	2,824			
Sig. F	0,000			
R	0,806			
R ²	0,649			



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Indra Cahya Pratama, mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. Lahir di Sukamaju pada tanggal 22 Juni 2001 dari pasangan I Wayan Terang dan Alm. Ni Ketut Tini, juga memiliki saudara perempuan bernama Dwi Candra Paramita dan Tri Buana Dewi. Penulis berasal dari Desa Sukamaju, Kecamatan Lunyuk, Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Sebelumnya penulis menempuh pendidikan di SD Negeri Sukamaju dan lulus pada tahun 2013, yang selanjutnya melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Lunyuk dan lulus pada tahun 2016, lalu menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Lunyuk dan lulus di tahun 2019. Pada tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Pendidikan Ganesha.

Saat sebelum dan sesudah menjadi mahasiswa penulis aktif dalam berbisnis, bisnis yang di tekuni penulis yaitu bergerak di bidang distributor Makanan dan Minuman. Selain itu penulis juga pernah mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Bali. Penulis juga saat ini menekuni bidang investasi di pasar modal yaitu saham.

