



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 01. Data 5 Besar Pengunjung Marketplace di Indonesia tahun 2021-2022.

Nama <i>Marketplace</i>	Q2-2021	Q3-2021	Q4-2021	Q1-2022	Q2-2022
Shopee	126.7 %	134.3%	138.7%	132.7%	131.2%
Tokopedia	147.7%	158.1%	157.4%	157.2%	158.3%
Bukalapak	29.4%	30.1%	25.7%	23%	21.3%
Lazada	27.6%	27.9%	28.1%	24.6%	26.6%
Blibli	18.4%	16.3%	15.6%	16.3%	19.7%

Sumber: *Iprice.co.id*



Lampiran 02. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Online Customer Review, Harga, dan Minat Beli.

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *online customer review*.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban N diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
 - a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah Responden
 - b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 5

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 5 \times 1 = 25$

Skor Terendah = $1 \times 5 \times 1 = 5$

Interval = Skor Tertinggi – Skor Terendah = 25-5 = 4

Interval

5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
21-25	Sangat Tinggi
16-20	Tinggi
11-15	Sedang
6-10	Rendah
1-5	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Harga.

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal harga.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban N diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
 - a) Skor Tertinggi = $\frac{\text{nilai tertinggi} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{jumlah Responden}}$
 - b) Skor Terendah = $\frac{\text{nilai terendah} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{jumlah responden}}$

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 1

$$\text{Skor Tertinggi} = 5 \times 4 \times 1 = 20$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 4 \times 1 = 4$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{20-4}{5} = 3,2 = 3$$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
17-20	Sangat Tinggi
13-16	Tinggi
9-12	Sedang
5-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Minat Beli.

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal minat beli.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban N diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1

a) $\text{Skor Tertinggi} = \text{nilai tertinggi} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{jumlah Responden}$

b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 1 = 20$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 1 = 4$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{20-4}{5} = 3,2 = 3$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
17-20	Sangat Tinggi
13-16	Tinggi
9-12	Sedang
5-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal *Online Customer Review* Secara Total.

101-150	Sedang
51-100	Rendah
1-50	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Harga Secara Total.

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *online customer review*.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban N diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1

a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah Responden

b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 10 = 200$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 10 = 40$

responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 10 = 200$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 10 = 40$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{200-40}{5} = 32$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
161-200	Sangat Tinggi
121-160	Tinggi
88-120	Sedang
41-87	Rendah
1-40	Sangat Rendah

Lampiran 03. Kuesioner Penelitian



**KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/I
Hal. Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada program Studi Strata 1 Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Online Customer Review* dan Harga terhadap Minat Beli pada *Marketplace* Shopee di kabupaten Buleleng**”.

Maka saya harapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berkenan berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner terlampir. Data yang saya kumpulkan merupakan murni untuk tujuan penelitian dan diperlakukan secara konfidensial. Demikian saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu/saudara/I mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 10 Juni 2023
Peneliti

Komang Suastari
NIM. 1917041099

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Online Customer Review* dan Harga terhadap Minat Beli pada *Marketplace Shopee*

Identitas Responden

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

1. Nama :
2. Usia :tahun
3. Alamat :
4. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
5. Pekerjaan :
6. Penghasilan (Uang Saku) per bulan :
 - Rp.500.000-1.500.000
 - Rp.2.000.000-3.500.000
 - 4.000.000-5.000.000
7. Telah mendownload aplikasi Shopee dalam 1 tahun terakhir?
 IYA TIDAK
8. Sudah Berapa kali menggunakan aplikasi Shopee untuk melihat *review* produk?
 - 1-2 kali
 - 3-4 kali
 - 4-6 kali

silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, dengan memberikan tanda centang (v) pada setiap pernyataan yang sesuai dengan penilaian yang berkaitan dengan sikap anda terhadap minat beli pada *marketplace* Shopee.

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. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. R : Ragu-Ragu
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Daftar Pernyataan

Online Customer Review

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	<i>Online Customer Review (X₁)</i>	5	4	3	2	1
1	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan produk dengan sumber <i>review</i> yang terpercaya.					
2	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan produk dengan pendapat yang berkualitas dari konsumen sebelumnya.					
3	<i>Marketplace</i> <i>Shopee</i> menyediakan produk dengan <i>review</i> yang positif dari konsumen sebelumnya.					

4	<i>Online Customer Review</i> dapat memberikan manfaat dalam membangun kepercayaan konsumen.					
5	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan produk yang memiliki jumlah <i>review</i> yang lebih banyak.					

Harga

No	Pernyataan Harga (X_2)	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan berbagai produk dengan harga yang terjangkau.					
2	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan berbagai produk yang sesuai antara harga dengan kualitas produk.					
3	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan berbagai produk dengan harga yang mampu bersaing dengan <i>marketplace</i> lain.					
4	<i>Marketplace</i> Shopee menyediakan berbagai produk yang sesuai antara harga dengan manfaat produksi.					

Minat Beli

No	Pernyataan Minat Beli (Y)	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya berniat untuk membeli produk pada <i>marketplace</i> Shopee					
2	Saya akan merekomendasikan untuk membeli produk pada <i>marketplace</i> Shopee kepada teman dan keluarga.					

3	Saya lebih tertarik untuk membeli produk pada <i>marketplace</i> Shopee dibandingkan dengan <i>marketplace</i> lain.					
4	Saya selalu mencari informasi produk yang diminati pada <i>marketplace</i> Shopee.					



Lampiran 04. Deskripsi Data Responden

Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	42	32%
2	Perempuan	88	68%
Total		130 orang	100%

Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-22 tahun	86 orang	66%
2	23-30 tahun	25 orang	19%
3	31-45 tahun	14 orang	11%
4	46- 55 tahun	5 orang	4%
Total		130 orang	100%

Hasil Kuesioner Berdasarkan Pekerjaan, Penghasilan, dan Volume

Penggunaan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
	N=130	100%
Pekerjaan:		
Mahasiswa	62 orang	48%
Karyawan Swasta	45 orang	34%
Pegawai Kontrak	23 orang	18%
Penghasilan:		
Rp. 500.000- 1.500.000	83 orang	64%

Rp. 2.000.000-3.500.000	30 orang	23%
Rp. 4.000.000- 5.000.000	17 orang	13%
Volume Penggunaan Aplikasi:		
1-2 kali	14 orang	11%
3-4 kali	32 orang	24%
5-6 kali	84 orang	65%



Lampiran 05. Hasil Kuesioner Pernyataan Responden Variabel Online

Customer Review, Harga dan Minat Beli

No	X1 (<i>Online Customer Review</i>)					Total	No	X2 (Harga)				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	4	4	4	4	20	1	4	5	4	4	17
2	5	4	4	4	4	21	2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	4	16
4	4	5	3	4	4	20	4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	5	25	6	5	5	4	4	18
7	3	3	3	3	3	15	7	3	3	3	3	12
8	4	3	5	5	5	22	8	4	4	4	4	16
9	4	4	5	4	5	22	9	4	4	4	4	16
10	5	4	5	4	5	23	10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	4	20	11	4	4	4	4	16
12	4	4	5	4	5	22	12	5	5	5	4	19
13	4	4	3	5	5	21	13	4	5	4	5	18
14	5	4	5	4	4	22	14	5	4	4	4	17
15	3	3	3	3	3	15	15	5	5	4	5	19
16	4	4	5	5	5	23	16	4	5	4	5	18
17	4	5	5	4	4	22	17	4	5	5	4	18
18	4	4	5	5	5	23	18	4	4	4	4	16
19	5	5	4	5	5	24	19	5	4	4	5	18
20	4	4	5	4	4	21	20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	4	20	21	5	4	4	4	17

22	3	3	3	3	3	15	22	3	3	3	3	12
23	5	5	4	4	5	23	23	3	3	3	3	12
24	4	4	4	4	4	20	24	4	5	4	5	18
25	4	5	5	5	5	24	25	4	5	5	4	18
26	5	5	4	5	5	24	26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	4	4	23	27	4	4	4	4	16
28	5	4	5	5	5	24	28	5	5	5	4	19
20	5	5	4	4	4	22	20	3	3	3	3	12
30	5	5	5	5	5	25	30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	5	25	31	5	5	5	5	20
32	5	4	4	5	5	23	32	5	5	5	4	19
33	4	4	5	5	4	22	33	4	4	3	5	16
34	5	4	5	4	4	22	34	5	4	4	5	18
35	4	4	4	3	4	19	35	4	5	4	5	18
36	5	5	5	5	4	24	36	5	5	4	4	18
37	4	4	5	5	5	23	37	5	4	5	5	19
38	5	5	5	5	5	25	38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	4	20	39	5	5	4	5	19
40	4	4	5	5	5	23	40	5	5	5	5	20
41	5	4	5	5	5	24	41	5	5	5	4	19
42	5	4	4	4	4	21	42	5	4	4	5	18
43	4	4	4	5	4	21	43	5	4	4	5	18
44	5	4	4	4	5	22	44	5	5	4	4	18
No	X1 (<i>Online Customer Review</i>)					Total	No	X2 (<i>Harga</i>)				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
45	5	4	5	5	5	24	45	4	5	3	5	17

46	5	4	5	5	5	24	46	5	5	4	4	18
47	5	5	5	5	4	24	47	4	5	4	4	17
48	3	3	3	3	3	15	48	3	3	3	3	12
49	5	5	4	4	4	22	49	5	5	4	4	18
50	5	3	4	4	3	19	50	5	4	4	4	17
51	4	4	5	5	4	22	51	5	4	4	4	17
52	4	4	4	3	3	18	52	5	5	4	4	18
53	4	5	4	4	4	21	53	5	4	4	5	18
54	5	5	5	4	4	23	54	5	4	4	5	18
55	5	5	5	5	5	25	55	5	4	4	4	17
56	4	4	4	4	4	20	56	4	4	5	4	17
57	4	4	5	4	4	21	57	5	5	4	5	19
58	5	5	4	4	4	22	58	4	5	3	5	17
59	4	5	4	4	5	22	59	4	5	4	4	17
60	4	4	4	4	4	20	60	4	5	4	4	17
61	3	3	3	3	3	15	61	3	3	3	3	12
62	5	5	5	5	5	25	62	5	4	4	5	18
63	5	4	5	4	4	22	63	5	4	4	4	17
64	5	5	5	4	5	24	64	5	5	4	5	19
65	4	4	5	4	5	22	65	5	5	5	5	20
66	4	4	5	4	4	21	66	4	5	4	5	18
67	5	4	4	4	5	22	67	5	5	5	4	19
68	4	4	5	5	5	23	68	4	5	5	4	18
69	4	5	4	4	4	21	69	4	5	5	5	19
70	5	5	5	5	5	25	70	5	5	5	5	20
71	4	4	4	4	5	21	71	4	4	3	4	15

72	4	4	4	4	4	20	72	4	5	5	4	18
73	4	4	5	4	4	21	73	5	4	4	4	17
74	4	4	5	5	4	22	74	4	5	4	5	18
75	4	4	5	5	4	22	75	4	4	4	4	16
76	5	4	5	4	5	23	76	4	5	4	4	17
77	4	4	5	5	4	22	77	4	5	5	4	18
78	5	4	5	4	4	22	78	4	4	4	5	17
79	5	4	5	4	4	22	79	5	4	4	4	17
80	3	3	3	3	3	15	80	3	3	3	3	12
81	4	4	5	4	4	21	81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	5	21	82	4	5	4	4	17
83	4	4	4	5	4	21	83	4	4	5	4	17
84	4	4	5	4	4	21	84	5	4	4	4	17
85	4	4	4	4	4	20	85	4	4	4	4	16
86	5	4	4	5	4	22	86	4	4	5	5	18
87	5	4	5	4	4	22	87	5	5	4	4	18
88	4	4	4	4	5	21	88	4	4	4	4	16
89	3	3	3	3	3	15	89	3	3	3	3	12
90	4	4	4	5	4	21	90	4	4	5	4	17
91	4	5	4	4	4	21	91	4	4	4	4	16
92	5	4	5	4	4	22	92	5	4	4	5	18
93	4	4	5	4	5	22	93	4	4	4	4	16
No	X1 (<i>Online Customer Review</i>)					Total	No	X2 (<i>Harga</i>)				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
94	4	4	5	4	4	21	94	5	4	4	4	17
95	5	4	5	4	4	22	95	5	4	4	4	17

96	4	4	4	4	5	21	96	4	4	4	5	17
97	4	4	4	5	5	22	97	4	4	3	4	15
98	5	5	5	5	5	25	98	5	5	5	5	20
99	4	4	5	4	4	21	99	4	5	5	4	18
100	4	4	4	4	5	21	100	4	4	4	4	16
101	4	4	5	5	4	22	101	4	4	4	4	16
102	5	4	4	4	4	21	102	5	4	4	4	17
103	5	4	5	4	4	22	103	5	4	4	5	18
104	3	3	3	3	3	15	104	3	3	3	3	12
105	4	4	5	4	4	21	105	5	4	4	5	18
106	5	4	5	4	4	22	106	4	4	4	4	16
107	4	4	5	5	4	22	107	5	4	4	4	17
108	4	4	5	5	5	23	108	4	5	5	4	18
109	5	4	4	4	4	21	109	5	4	4	4	17
110	5	4	4	4	4	21	110	5	4	4	4	17
111	5	4	4	4	4	21	111	5	4	4	4	17
112	4	4	5	4	4	21	112	4	4	4	4	16
113	3	3	3	3	3	15	113	3	3	3	3	12
114	5	4	5	5	4	23	114	5	4	4	5	18
115	4	4	5	4	5	22	115	4	5	5	5	19
116	4	4	5	4	4	21	116	4	4	4	4	16
117	4	5	4	4	4	21	117	4	4	4	4	16
118	4	4	5	4	4	21	118	5	4	4	4	17
119	5	4	4	5	5	23	119	5	5	5	4	19
120	5	4	4	4	4	21	120	5	4	4	4	17
121	4	4	4	4	4	20	121	5	4	5	4	18

122	5	4	5	4	4	22	122	4	5	5	4	18
123	5	4	5	4	5	23	123	5	5	5	5	20
124	5	4	5	5	4	23	124	5	4	4	5	18
125	5	5	5	5	5	25	125	5	5	5	5	20
126	5	4	4	4	4	21	126	4	5	4	4	17
127	5	4	5	4	5	23	127	4	4	4	4	16
128	5	4	4	4	4	21	128	5	4	5	4	18
129	4	4	5	4	4	21	129	5	4	4	4	17
130	4	4	4	4	5	21	130	4	4	5	4	17

No	Y (Minat Beli)				Total	No	Y (Minat Beli)				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4			Y1	Y2	Y3	Y4	
1	5	4	4	5	18	46	5	4	4	5	18
2	4	4	3	5	16	47	4	5	5	4	18
3	4	3	4	4	15	48	3	3	3	3	12
4	5	4	4	5	18	49	4	4	5	4	17
5	4	3	3	4	14	50	4	4	4	4	16
6	5	4	4	5	18	51	5	4	4	5	18
7	3	3	3	3	12	52	5	4	5	4	18
8	4	3	3	4	14	53	5	4	4	5	18
9	4	4	4	4	16	54	5	5	5	5	20
10	5	4	4	5	18	55	5	4	4	5	18
11	5	4	4	4	17	56	4	5	4	4	17
12	4	4	5	4	17	57	5	4	4	4	17
13	4	5	4	5	18	58	5	5	5	5	20
14	5	4	4	5	18	59	5	4	4	4	17

15	4	5	5	5	19	60	5	4	4	5	18
16	5	5	4	5	19	61	3	3	3	3	12
17	5	4	4	5	18	62	5	4	5	5	19
18	4	4	4	4	16	63	5	4	5	5	19
19	5	4	5	5	19	64	5	4	5	5	19
20	5	5	4	5	19	65	5	4	4	5	18
21	4	4	4	4	16	66	4	4	4	4	16
22	3	3	3	3	12	67	5	4	4	5	18
23	4	5	4	5	18	68	4	4	4	5	17
24	5	5	4	5	19	69	5	4	4	5	18
25	4	4	5	5	18	70	5	5	5	5	20
26	5	4	4	5	18	71	4	5	4	4	17
27	5	5	4	4	18	72	4	4	4	4	16
28	5	4	4	5	18	73	4	4	4	4	16
29	5	5	5	4	19	74	4	4	5	4	17
30	5	4	4	5	18	75	5	4	4	4	17
31	5	5	5	5	20	76	4	4	4	4	16
32	5	4	4	4	17	77	4	4	5	4	17
33	4	5	5	5	19	78	4	4	4	4	16
34	5	5	5	5	20	79	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20	80	3	3	3	3	12
36	5	4	4	5	18	81	4	4	4	5	17
37	4	5	5	5	19	82	5	4	4	5	18
38	5	5	5	5	20	83	5	4	4	4	17
39	4	4	5	5	18	84	4	4	4	4	16
40	5	4	3	4	16	85	4	4	4	4	16

41	5	4	5	5	19	86	4	4	4	4	16
42	5	4	4	5	18	87	5	4	4	5	18
43	4	5	4	5	18	88	5	4	4	5	18
44	5	4	4	5	18	89	3	3	3	3	12
45	5	5	5	4	19	90	5	4	4	4	17

No	Y (Minat Beli)				Total	No	Y (Minat Beli)				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4			Y1	Y2	Y3	Y4	
91	4	4	4	4	16	111	5	4	4	5	18
92	5	4	4	5	18	112	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16	113	3	3	3	3	12
94	5	4	4	4	17	114	5	4	4	5	18
95	5	4	4	5	18	115	5	4	5	5	19
96	4	5	4	4	17	116	5	4	4	4	17
97	4	4	4	4	16	117	4	4	5	4	17
98	5	5	5	5	20	118	5	4	4	4	17
99	5	4	4	4	17	119	5	4	5	5	19
100	4	4	5	4	17	120	5	4	5	5	19
101	4	4	4	4	16	121	5	4	5	5	19
102	5	4	4	4	17	122	5	4	4	5	18
103	5	4	4	4	17	123	4	4	4	5	17
104	3	3	3	3	12	124	4	4	4	4	16
105	5	5	5	4	19	125	5	5	5	5	20
106	4	4	4	4	16	126	5	4	4	4	17
107	4	4	4	4	16	127	4	4	4	4	16
108	5	4	5	5	19	128	4	4	4	4	16

109	5	4	4	4	17	129	5	4	4	4	17
110	5	4	4	4	17	130	4	4	4	5	17

**Lampiran 06. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Validitas
dan Reliabilitas Variabel *Online Customer Review*, *Harga*,
*Minat Beli***

1. Uji Validitas

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Online Customer Review
X1.1	Pearson Correlation	1	.525**	.454**	.428**	.420**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	130	130	130	130	130	130
X1.2	Pearson Correlation	.525**	1	.351**	.446**	.466**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	130	130	130	130	130	130
X1.3	Pearson Correlation	.454**	.351**	1	.529**	.453**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	130	130	130	130	130	130
X1.4	Pearson	.428**	.446**	.529**	1	.611**	.796**

	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	130	130	130	130	130	130
X1.5	Pearson Correlation	.420**	.466**	.453**	.611**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	130	130	130	130	130	130
Online Customer Review	Pearson Correlation	.746**	.719**	.749**	.796**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	130	130	130	130	130	130
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)							

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.416**	.449**	.530**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	130	130	130	130	130
X2.2	Pearson Correlation	.416**	1	.593**	.526**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	130	130	130	130	130
X2.3	Pearson Correlation	.449**	.593**	1	.375**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	130	130	130	130	130

X2.4	Pearson Correlation	.530**	.526**	.375**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	130	130	130	130	130
Harga	Pearson Correlation	.771**	.811**	.773**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	130	130	130	130	130

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

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Minat Beli
Y1	Pearson Correlation	1	.399**	.405**	.634**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	130	130	130	130	130
Y2	Pearson Correlation	.399**	1	.600**	.479**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	130	130	130	130	130
Y3	Pearson Correlation	.405**	.600**	1	.470**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	130	130	130	130	130
Y4	Pearson Correlation	.634**	.479**	.470**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	130	130	130	130	130
Minat Beli	Pearson Correlation	.786**	.766**	.777**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

	N	130	130	130	130	130
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

2. Uji Reliabilitas

a) Online customer Review

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.814	5

b) Harga

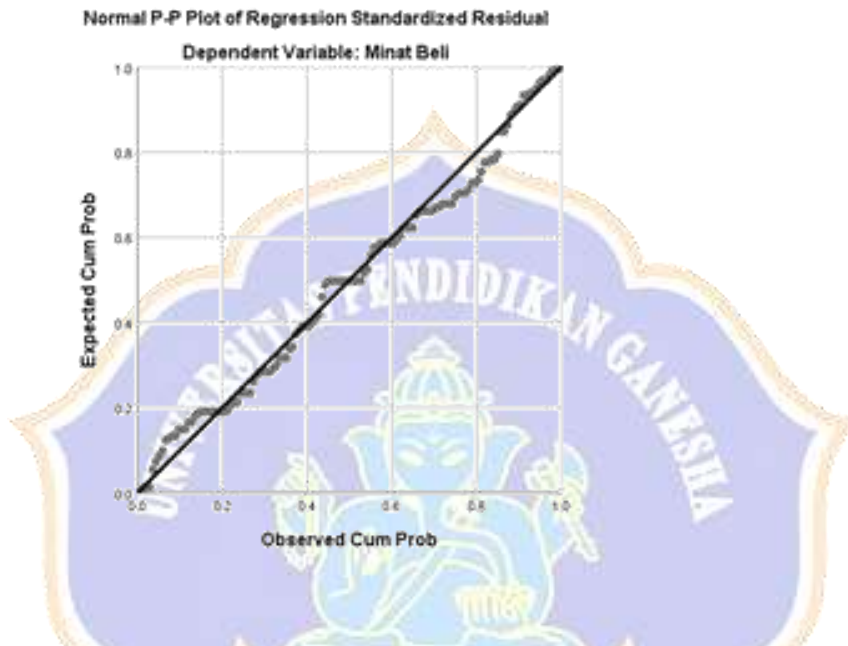
Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.788	4

c) Minat Beli

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.797	4

Lampiran 07. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Asumsi
 Klasik Variabel *Online Customer Review*, Harga, Minat Beli

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25783611
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.060
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097 ^c

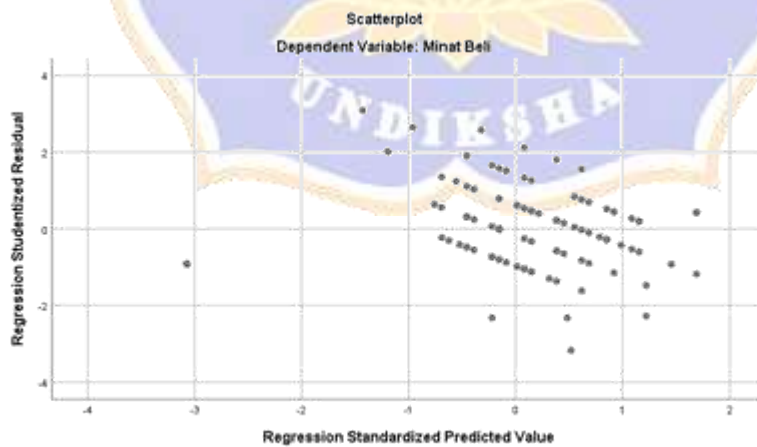
a Test distribution is Normal.
b Calculated from data.
c Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolenaritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	<i>Online Customer Review</i>	.997	1.003
	Harga	.997	1.003

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

3. Uji Heterokedastisitas



4. Uji Heterokedastisitas (Glejser)

Coefficients ^a					
Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	2.092	.726		2.880	.005
<i>Online customer review</i>	-.044	.040	-.124	-1.103	.272
Harga	-.011	.047	-.026	-.236	.814

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 08. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi (R^2), Uji Hipotesis Variabel Online Customer Review, Harga, Minat Beli

1. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	3.578	1.148		3.117	0,002
Online customer review	0,313	0,062	0,390	5.018	0,000
Harga	0,403	0,075	0,418	5.376	0,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

2. Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.728a	.530	.522	1.268	

a Predictors: (Constant), Harga, Online Customer Review

b Dependent Variable: Minat Beli

3. Uji Hipotesis

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.117	.002
	Online Customer Review	5.018	.000

	Harga	5.376	.000
a. Dependent Variable: Minat Beli			

ANOVA ^a					
Model	<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig
Regression	229.872	2	114.936	71.519	0,000 ^b
Residual	204.098	127	1.607		
Total	433.969	129			
a. Dependent Variable: Minat Beli					
b. Predictors: (Constant), Harga, Online Customer Review					

