

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830
Email : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i Pelanggan Blibli.com

Di tempat

Hal: Pengisian Kuisisioner

Dengan Hormat,

Bapak/Ibu, Saudara/i Pelanggan Blibli.com, sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan untuk menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha, saya mohon dengan hormat kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini secara sukarela. Kuisisioner ini bertujuan memperoleh data yang digunakan untuk mengetahui “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli melalui *Brand Image* sebagai variabel mediasi”. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk tujuan akademik dan akan dipergunakan secara konfidensial. Diharapkan agar Bapak/Ibu Saudara/i berkenan untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Dimas Fadhilah Aprilian Santosa

NIM. 1717041103

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli melalui *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi pada *e-commerce* Blibli.com”

Petunjuk Pengisian

1. Pernyataan di bawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka menyusun TAS (Tugas Akhir Skripsi).
2. Isilah data pribadi anda terlebih dahulu.
3. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan dan jawablah yang paling sesuai dengan keadaan dan pendapat anda.
4. Berilah tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang anda kehendaki pada kolom yang telah tersedia.

Keterangan

Keterangan	Arti	Angka
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pernah melakukan pembelian produk di Blibli.com

Pernah

Tidak

Pengguna media sosial instagram

Iya

Tidak

Butir Pertanyaan

1. *Electronic Word of Mouth*

No.	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Bantuan Platform						
1	Platform membantu saya sebagai tempat yang efektif untuk mendapatkan informasi mengenai Blibli.com					
Kepedulian terhadap konsumen lain						
2	Konsumen dapat peduli dengan rekomendasi yang berkaitan dengan Blibli.com					
Intensif Ekonomi						
3	Dampak ekonomi didapatkan ketika mendapatkan informasi di internet mengenai Blibli.com					
Membantu Perusahaan						
4	Blibli.com terbantu ketika konsumen dapat merasakan kesediaan orang lain membuat ulasan produk					
Mengekspresikan emotikon positif						
5	Melalui internet saya mendapatkan informasi mengenai ulasan positif konsumen pengguna Blibli.com					
Melampiaskan perasaan negatif						
6	Saya pernah membaca testimoni dari pengguna Blibli.com di internet yang menunjukkan ketidakpuasan					
Manfaat Sosial						
7	Saya memperoleh informasi Blibli.com melalui media sosial					
Mencari Informasi						
8	Saya mencari informasi melalui internet mengenai Blibli.com					

2. *Brand Image*

No.	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Kekuatan Asosiasi Merek						
9	Blibli.com memiliki kekuatan citra merek yang baik sebagai <i>e-commerce</i>					
Keunggulan Asosiasi Merek						
10	Blibli.com memiliki daya saing dan keunggulan sebagai <i>e-commerce</i>					
Keunikan Asosiasi Merek						
11	Blibli.com memiliki keunikan tersendiri sebagai <i>e-commerce</i>					

3. Minat Beli

No.	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Minat transaksional						
12	Saya memiliki minat bertransaksi terhadap Blibli.com					
Minat referensial						
13	Saya akan memberikan testimoni positif mengenai Blibli.com					
Minat preferensial						
14	Saya lebih berminat Blibli.com dibandingkan <i>brand</i> yang lain					
Minat eksploratif						
15	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai Blibli.com					



LAMPIRAN 2: HASIL DATA ORDINAL PERNYATAAN RESPONDEN SAMPEL KECIL

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
1	5	4	5	4	4	4	4	5	35	4	5	5	14	5	5	5	4	19
2	4	4	4	5	4	4	5	5	35	5	4	4	13	5	4	4	4	17
3	4	5	4	4	5	4	5	5	36	4	5	4	13	5	4	4	4	17
4	3	2	3	3	3	3	2	3	22	3	3	3	9	2	2	2	3	9
5	5	5	5	4	5	5	4	5	38	5	5	4	14	5	4	4	4	17
6	5	5	5	5	4	5	5	4	38	4	4	5	13	5	4	4	4	17
7	4	4	5	4	4	4	5	5	35	5	5	4	14	4	4	3	4	15
8	3	2	3	4	3	3	3	3	24	3	2	2	7	2	2	2	2	8
9	4	4	4	5	5	4	5	5	36	4	5	4	13	4	4	5	4	17
10	3	2	3	4	4	3	3	3	25	3	2	2	7	2	2	2	2	8
11	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4	5	5	14	5	4	3	4	16
12	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	4	14	5	5	5	4	19
13	4	5	5	5	4	4	5	4	36	4	5	5	14	4	4	4	5	17
14	3	2	4	3	4	3	2	3	24	3	3	3	9	2	2	2	2	8
15	5	5	3	4	4	5	4	5	35	5	5	4	14	5	4	3	4	16
16	4	4	3	4	4	4	4	3	30	3	3	4	10	4	3	3	2	12
17	3	3	5	5	5	3	4	4	32	3	4	3	10	3	3	4	3	13
18	3	4	5	5	5	3	3	3	31	3	2	2	7	2	2	2	2	8
19	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	4	14	5	4	4	4	17
20	4	5	4	4	5	4	5	4	35	4	5	5	14	4	3	4	5	16
21	3	2	3	4	3	3	2	3	23	3	3	3	9	2	2	3	3	10

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
22	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	5	4	14	5	4	5	4	18
23	5	5	4	5	4	5	5	4	37	4	4	4	12	5	3	4	4	16
24	4	4	5	4	4	4	5	5	35	4	5	4	13	4	4	5	4	17
25	3	2	4	4	4	3	3	3	26	3	2	2	7	2	2	2	2	8
26	4	4	5	5	5	4	5	5	37	4	5	4	13	4	3	3	4	14
27	3	2	4	4	5	3	3	3	27	3	2	2	7	2	2	2	2	8
28	4	4	5	4	5	4	5	5	36	5	5	4	14	4	4	5	4	17
29	3	2	5	5	5	3	3	3	29	3	2	2	7	2	2	2	2	8
30	5	4	5	4	5	4	4	5	36	4	5	5	14	5	4	4	5	18



LAMPIRAN 3: HASIL DATA ORDINAL PERNYATAAN RESPONDEN SAMPEL BESAR

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
1	5	5	4	5	5	5	4	5	38	5	4	4	13	4	3	4	4	15
2	3	3	4	4	4	3	2	3	26	3	3	3	9	3	2	3	3	11
3	5	5	3	4	4	5	4	5	35	4	4	4	12	5	4	3	3	15
4	5	4	3	4	5	5	5	5	36	4	4	4	12	3	4	4	4	15
5	5	4	4	5	4	5	5	5	37	5	5	5	15	5	4	4	5	18
6	5	4	5	5	4	5	5	4	37	4	4	4	12	2	3	5	4	14
7	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4	4	5	13	4	4	3	5	16
8	4	4	3	4	4	4	4	5	32	4	4	5	13	3	4	4	4	15
9	4	4	4	5	5	4	4	4	34	5	4	5	14	3	4	4	4	15
10	5	5	5	4	4	5	5	4	37	4	5	5	14	4	3	3	4	14
11	5	4	4	3	5	5	5	5	36	4	5	4	13	4	4	5	5	18
12	3	3	5	5	4	3	3	3	29	4	3	3	10	3	2	3	2	10
13	5	5	3	4	4	5	4	5	35	5	5	5	15	4	3	4	5	16
14	5	5	5	4	4	5	5	5	38	5	5	5	15	3	4	4	4	15
15	5	4	5	5	5	5	5	4	38	5	5	5	15	5	4	4	5	18
16	4	4	4	5	4	5	5	4	35	4	4	5	13	4	4	4	5	17
17	4	4	5	4	5	4	5	5	36	5	4	4	13	5	4	4	4	17
18	5	5	5	5	5	4	5	4	38	5	5	5	15	5	4	4	5	18
19	5	5	4	4	4	4	4	4	34	5	5	4	14	2	4	4	4	14
20	5	5	5	5	5	4	4	5	38	4	5	4	13	2	4	4	4	14
21	4	5	5	4	5	4	4	4	35	4	5	4	13	4	5	5	5	19

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
22	5	5	4	5	4	5	5	5	38	5	5	5	15	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	5	5	15	5	4	4	5	18
24	4	4	5	4	5	4	5	5	36	5	4	4	13	4	4	3	4	15
25	4	4	5	4	4	4	4	4	33	5	4	5	14	5	3	4	4	16
26	5	4	5	5	5	5	5	4	38	5	5	5	15	3	4	4	4	15
27	5	5	4	4	5	5	4	4	36	5	5	5	15	4	4	4	5	17
28	4	4	4	3	4	5	4	4	32	4	5	4	13	4	3	3	3	13
29	4	4	5	5	5	4	5	4	36	4	5	5	14	4	5	4	3	16
30	4	4	5	5	5	4	4	4	35	4	5	4	13	4	4	4	4	16
31	5	5	3	2	4	5	4	5	33	4	5	4	13	5	4	5	5	19
32	5	4	5	4	5	5	5	5	38	5	5	5	15	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	4	5	4	4	37	4	4	4	12	5	4	3	4	16
34	5	4	5	4	5	4	4	4	35	4	5	4	13	3	4	4	4	15
35	5	4	4	5	4	5	5	4	36	4	4	4	12	5	3	3	4	15
36	5	5	5	5	4	5	4	5	38	4	5	4	13	4	4	3	4	15
37	4	4	5	4	5	4	5	4	35	4	5	4	13	2	5	5	5	17
38	5	5	3	4	3	5	4	5	34	4	4	5	13	4	4	4	4	16
39	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4	4	5	13	3	4	4	4	15
40	5	5	5	4	5	4	4	5	37	4	5	4	13	4	4	3	5	16
41	4	5	5	5	5	4	5	4	37	5	5	4	14	2	4	4	4	14
42	3	3	5	4	3	2	2	3	25	3	4	3	10	2	3	3	3	11
43	4	5	5	5	5	4	5	4	37	4	4	4	12	2	4	3	4	13

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
44	4	4	5	5	5	4	4	4	35	4	4	4	12	2	4	5	4	15
45	4	5	4	5	5	5	5	5	38	5	4	4	13	4	3	3	4	14
46	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	4	5	13	2	4	4	4	14
47	5	5	5	5	4	4	4	5	37	4	5	5	14	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	5	4	5	5	35	4	4	5	13	5	4	4	4	17
49	5	5	4	3	4	4	4	5	34	4	5	4	13	4	3	4	5	16
50	5	5	4	5	5	5	4	4	37	4	5	4	13	5	4	3	4	16
51	4	4	4	5	5	4	5	4	35	5	4	5	14	3	4	4	4	15
52	4	3	5	4	4	3	3	3	29	3	3	2	8	3	3	3	2	11
53	5	4	4	5	4	5	5	4	36	4	5	4	13	4	3	4	4	15
54	5	5	5	5	4	4	5	5	38	4	4	4	12	3	4	3	4	14
55	5	5	4	4	4	5	5	4	36	4	4	5	13	4	3	3	4	14
56	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	5	4	13	2	4	4	4	14
57	5	5	4	5	4	5	4	5	37	4	4	4	12	4	4	3	3	14
58	4	4	5	4	4	4	5	4	34	4	4	4	12	3	4	4	4	15
59	5	4	4	3	5	5	5	5	36	5	4	4	13	4	3	3	4	14
60	4	5	3	5	4	5	5	5	36	4	4	5	13	4	5	3	4	16
61	5	5	4	3	4	5	4	5	35	4	5	4	13	5	3	4	4	16
62	5	5	4	4	4	4	5	5	36	4	4	5	13	4	4	4	5	17
63	3	2	5	4	5	3	3	3	28	3	2	2	7	2	2	2	2	8
64	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4	4	5	13	4	3	4	3	14
65	3	2	5	5	3	3	2	3	26	3	3	3	9	2	2	2	3	9

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
66	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	15	5	4	4	5	18
67	5	5	4	4	4	5	5	4	36	4	4	5	13	5	5	4	5	19
68	4	4	4	3	4	4	5	5	33	4	5	4	13	4	3	5	4	16
69	3	2	4	3	4	3	3	3	25	3	2	2	7	2	2	2	2	8
70	5	5	5	4	4	4	5	5	37	4	4	5	13	4	4	5	5	18
71	5	4	5	4	4	4	4	5	35	4	5	5	14	5	5	5	4	19
72	4	4	4	5	4	4	5	5	35	5	4	4	13	5	4	4	4	17
73	4	5	4	4	5	4	5	5	36	4	5	4	13	5	4	4	4	17
74	3	2	3	3	3	3	2	3	22	3	3	3	9	2	2	2	3	9
75	5	5	5	4	5	5	4	5	38	5	5	4	14	5	4	4	4	17
76	5	5	5	5	4	5	5	4	38	4	4	5	13	5	4	4	4	17
77	4	4	5	4	4	4	5	5	35	5	5	4	14	4	4	3	4	15
78	3	2	3	4	3	3	3	3	24	3	2	2	7	2	2	2	2	8
79	4	4	4	5	5	4	5	5	36	4	5	4	13	4	4	5	4	17
80	3	2	3	4	4	3	3	3	25	3	2	2	7	2	2	2	2	8
81	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4	5	5	14	5	4	3	4	16
82	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	4	14	5	5	5	4	19
83	4	5	5	5	4	4	5	4	36	4	5	5	14	4	4	4	5	17
84	3	2	4	3	4	3	2	3	24	3	3	3	9	2	2	2	2	8
85	5	5	3	4	4	5	4	5	35	5	5	4	14	5	4	3	4	16
86	4	4	3	4	4	4	4	3	30	3	3	4	10	4	3	3	2	12
87	3	3	5	5	5	3	4	4	32	3	4	3	10	3	3	4	3	13

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
88	3	4	5	5	5	3	3	3	31	3	2	2	7	2	2	2	2	8
89	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	4	14	5	4	4	4	17
90	4	5	4	4	5	4	5	4	35	4	5	5	14	4	3	4	5	16
91	3	2	3	4	3	3	2	3	23	3	3	3	9	2	2	3	3	10
92	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	5	4	14	5	4	5	4	18
93	5	5	4	5	4	5	5	4	37	4	4	4	12	5	3	4	4	16
94	4	4	5	4	4	4	5	5	35	4	5	4	13	4	4	5	4	17
95	3	2	4	4	4	3	3	3	26	3	2	2	7	2	2	2	2	8
96	4	4	5	5	5	4	5	5	37	4	5	4	13	4	3	3	4	14
97	3	2	4	4	5	3	3	3	27	3	2	2	7	2	2	2	2	8
98	4	4	5	4	5	4	5	5	36	5	5	4	14	4	4	5	4	17
99	3	2	5	5	5	3	3	3	29	3	2	2	7	2	2	2	2	8
100	5	4	5	4	5	4	4	5	36	4	5	5	14	5	4	4	5	18



LAMPIRAN 4: HASIL DATA INTERVAL PERNYATAAN RESPONDEN SAMPEL KECIL

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
1	3.367	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	2.541	3.286	3.409	2.323	3.688	3.844	3.682	3.526	4.394	4.230	2.667	4.521
2	2.103	2.358	2.107	4.562	2.477	3.342	3.799	3.286	3.409	3.669	2.427	2.547	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
3	2.103	3.640	2.107	3.189	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	2.323	3.688	2.547	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
4	1.000	1.000	1.000	2.011	1.000	2.250	1.000	1.000	1.000	1.000	1.675	1.671	1.655	1.000	1.000	1.000	1.725	1.522
5	3.367	3.640	3.409	3.189	3.934	4.613	2.541	3.286	4.936	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
6	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	4.936	2.323	2.427	3.844	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
7	2.103	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	3.799	3.286	3.409	3.669	3.688	2.547	3.682	2.437	2.975	1.996	2.667	2.614
8	1.000	1.000	1.000	3.189	1.000	2.250	1.743	1.000	1.777	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
9	2.103	2.358	2.107	4.562	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	4.230	2.667	3.534
10	1.000	1.000	1.000	3.189	2.477	2.250	1.743	1.000	2.062	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
11	3.367	2.358	2.107	3.189	2.477	3.342	2.541	3.286	3.052	2.323	3.688	3.844	3.682	3.526	2.975	1.996	2.667	3.060
12	2.103	2.358	2.107	3.189	2.477	4.613	3.799	3.286	3.409	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	4.394	4.230	2.667	4.521
13	2.103	3.640	3.409	4.562	2.477	3.342	3.799	2.046	3.895	2.323	3.688	3.844	3.682	2.437	2.975	3.008	3.987	3.534
14	1.000	1.000	2.107	2.011	2.477	2.250	1.000	1.000	1.777	1.000	1.675	1.671	1.655	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
15	3.367	3.640	1.000	3.189	2.477	4.613	2.541	3.286	3.409	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	1.996	2.667	3.060
16	2.103	2.358	1.000	3.189	2.477	3.342	2.541	1.000	2.650	1.000	1.675	2.547	1.863	2.437	1.901	1.996	1.000	1.830
17	1.000	1.604	3.409	4.562	3.934	2.250	2.541	2.046	2.768	1.000	2.427	1.671	1.863	1.789	1.901	3.008	1.725	1.907
18	1.000	2.358	3.409	4.562	3.934	2.250	1.743	1.000	2.691	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
19	2.103	2.358	3.409	4.562	3.934	4.613	3.799	3.286	4.936	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
20	2.103	3.640	2.107	3.189	3.934	3.342	3.799	2.046	3.409	2.323	3.688	3.844	3.682	2.437	1.901	3.008	3.987	3.060
21	1.000	1.000	1.000	3.189	1.000	2.250	1.000	1.000	1.489	1.000	1.675	1.671	1.655	1.000	1.000	1.996	1.725	1.629

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
22	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	2.541	3.286	4.936	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	4.230	2.667	4.016
23	3.367	3.640	2.107	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	4.329	2.323	2.427	2.547	2.132	3.526	1.901	3.008	2.667	3.060
24	2.103	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	3.799	3.286	3.409	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	4.230	2.667	3.534
25	1.000	1.000	2.107	3.189	2.477	2.250	1.743	1.000	2.291	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
26	2.103	2.358	3.409	4.562	3.934	3.342	3.799	3.286	4.329	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	1.901	1.996	2.667	2.187
27	1.000	1.000	2.107	3.189	3.934	2.250	1.743	1.000	2.411	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
28	2.103	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	3.669	3.688	2.547	3.682	2.437	2.975	4.230	2.667	3.534
29	1.000	1.000	3.409	4.562	3.934	2.250	1.743	1.000	2.561	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
30	3.367	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	2.541	3.286	3.895	2.323	3.688	3.844	3.682	3.526	2.975	3.008	3.987	4.016



LAMPIRAN 5: HASIL DATA INTERVAL PERNYATAAN RESPONDEN SAMPEL BESAR

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
1	3.367	3.640	2.107	4.562	3.934	4.613	2.541	3.286	4.936	3.669	2.427	2.547	2.832	2.437	1.901	3.008	2.667	2.614
2	1.000	1.604	2.107	3.189	2.477	2.250	1.000	1.000	2.291	1.000	1.675	1.671	1.655	1.789	1.000	1.996	1.725	1.745
3	3.367	3.640	1.000	3.189	2.477	4.613	2.541	3.286	3.409	2.323	2.427	2.547	2.132	3.526	2.975	1.996	1.725	2.614
4	3.367	2.358	1.000	3.189	3.934	4.613	3.799	3.286	3.895	2.323	2.427	2.547	2.132	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
5	3.367	2.358	2.107	4.562	2.477	4.613	3.799	3.286	4.329	3.669	3.688	3.844	4.568	3.526	2.975	3.008	3.987	4.016
6	3.367	2.358	3.409	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	4.329	2.323	2.427	2.547	2.132	1.000	1.901	4.230	2.667	2.187
7	2.103	2.358	2.107	3.189	2.477	4.613	3.799	3.286	3.409	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	2.975	1.996	3.987	3.060
8	2.103	2.358	1.000	3.189	2.477	3.342	2.541	3.286	2.768	2.323	2.427	3.844	2.832	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
9	2.103	2.358	2.107	4.562	3.934	3.342	2.541	2.046	3.052	3.669	2.427	3.844	3.682	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
10	3.367	3.640	3.409	3.189	2.477	4.613	3.799	2.046	4.329	2.323	3.688	3.844	3.682	2.437	1.901	1.996	2.667	2.187
11	3.367	2.358	2.107	2.011	3.934	4.613	3.799	3.286	3.895	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	4.230	3.987	4.016
12	1.000	1.604	3.409	4.562	2.477	2.250	1.743	1.000	2.561	2.323	1.675	1.671	1.863	1.789	1.000	1.996	1.000	1.629
13	3.367	3.640	1.000	3.189	2.477	4.613	2.541	3.286	3.409	3.669	3.688	3.844	4.568	2.437	1.901	3.008	3.987	3.060
14	3.367	3.640	3.409	3.189	2.477	4.613	3.799	3.286	4.936	3.669	3.688	3.844	4.568	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
15	3.367	2.358	3.409	4.562	3.934	4.613	3.799	2.046	4.936	3.669	3.688	3.844	4.568	3.526	2.975	3.008	3.987	4.016
16	2.103	2.358	2.107	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	3.409	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	2.975	3.008	3.987	3.534
17	2.103	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	3.669	2.427	2.547	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
18	3.367	3.640	3.409	4.562	3.934	3.342	3.799	2.046	4.936	3.669	3.688	3.844	4.568	3.526	2.975	3.008	3.987	4.016
19	3.367	3.640	2.107	3.189	2.477	3.342	2.541	2.046	3.052	3.669	3.688	2.547	3.682	1.000	2.975	3.008	2.667	2.187
20	3.367	3.640	3.409	4.562	3.934	3.342	2.541	3.286	4.936	2.323	3.688	2.547	2.832	1.000	2.975	3.008	2.667	2.187
21	2.103	3.640	3.409	3.189	3.934	3.342	2.541	2.046	3.409	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	4.394	4.230	3.987	4.521

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
22	3.367	3.640	2.107	4.562	2.477	4.613	3.799	3.286	4.936	3.669	3.688	3.844	4.568	3.526	4.394	4.230	3.987	5.225
23	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	2.541	3.286	4.936	3.669	3.688	3.844	4.568	3.526	2.975	3.008	3.987	4.016
24	2.103	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	3.669	2.427	2.547	2.832	2.437	2.975	1.996	2.667	2.614
25	2.103	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	2.541	2.046	2.892	3.669	2.427	3.844	3.682	3.526	1.901	3.008	2.667	3.060
26	3.367	2.358	3.409	4.562	3.934	4.613	3.799	2.046	4.936	3.669	3.688	3.844	4.568	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
27	3.367	3.640	2.107	3.189	3.934	4.613	2.541	2.046	3.895	3.669	3.688	3.844	4.568	2.437	2.975	3.008	3.987	3.534
28	2.103	2.358	2.107	2.011	2.477	4.613	2.541	2.046	2.768	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	1.901	1.996	1.725	1.907
29	2.103	2.358	3.409	4.562	3.934	3.342	3.799	2.046	3.895	2.323	3.688	3.844	3.682	2.437	4.394	3.008	1.725	3.060
30	2.103	2.358	3.409	4.562	3.934	3.342	2.541	2.046	3.409	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	3.008	2.667	3.060
31	3.367	3.640	1.000	1.000	2.477	4.613	2.541	3.286	2.892	2.323	3.688	2.547	2.832	3.526	2.975	4.230	3.987	4.521
32	3.367	2.358	3.409	3.189	3.934	4.613	3.799	3.286	4.936	3.669	3.688	3.844	4.568	3.526	4.394	4.230	3.987	5.225
33	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	2.541	2.046	4.329	2.323	2.427	2.547	2.132	3.526	2.975	1.996	2.667	3.060
34	3.367	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	2.541	2.046	3.409	2.323	3.688	2.547	2.832	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
35	3.367	2.358	2.107	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	3.895	2.323	2.427	2.547	2.132	3.526	1.901	1.996	2.667	2.614
36	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	2.541	3.286	4.936	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	1.996	2.667	2.614
37	2.103	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	3.799	2.046	3.409	2.323	3.688	2.547	2.832	1.000	4.394	4.230	3.987	3.534
38	3.367	3.640	1.000	3.189	1.000	4.613	2.541	3.286	3.052	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	2.975	3.008	2.667	3.060
39	2.103	3.640	3.409	4.562	3.934	4.613	3.799	3.286	5.933	2.323	2.427	3.844	2.832	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
40	3.367	3.640	3.409	3.189	3.934	3.342	2.541	3.286	4.329	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	1.996	3.987	3.060
41	2.103	3.640	3.409	4.562	3.934	3.342	3.799	2.046	4.329	3.669	3.688	2.547	3.682	1.000	2.975	3.008	2.667	2.187
42	1.000	1.604	3.409	3.189	1.000	1.000	1.000	1.000	2.062	1.000	2.427	1.671	1.863	1.000	1.901	1.996	1.725	1.745
43	2.103	3.640	3.409	4.562	3.934	3.342	3.799	2.046	4.329	2.323	2.427	2.547	2.132	1.000	2.975	1.996	2.667	1.907

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
44	2.103	2.358	3.409	4.562	3.934	3.342	2.541	2.046	3.409	2.323	2.427	2.547	2.132	1.000	2.975	4.230	2.667	2.614
45	2.103	3.640	2.107	4.562	3.934	4.613	3.799	3.286	4.936	3.669	2.427	2.547	2.832	2.437	1.901	1.996	2.667	2.187
46	2.103	2.358	3.409	4.562	2.477	3.342	2.541	3.286	3.409	2.323	2.427	3.844	2.832	1.000	2.975	3.008	2.667	2.187
47	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	3.342	2.541	3.286	4.329	2.323	3.688	3.844	3.682	2.437	2.975	3.008	2.667	3.060
48	2.103	2.358	2.107	3.189	3.934	3.342	3.799	3.286	3.409	2.323	2.427	3.844	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
49	3.367	3.640	2.107	2.011	2.477	3.342	2.541	3.286	3.052	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	1.901	3.008	3.987	3.060
50	3.367	3.640	2.107	4.562	3.934	4.613	2.541	2.046	4.329	2.323	3.688	2.547	2.832	3.526	2.975	1.996	2.667	3.060
51	2.103	2.358	2.107	4.562	3.934	3.342	3.799	2.046	3.409	3.669	2.427	3.844	3.682	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
52	2.103	1.604	3.409	3.189	2.477	2.250	1.743	1.000	2.561	1.000	1.675	1.000	1.486	1.789	1.901	1.996	1.000	1.745
53	3.367	2.358	2.107	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	3.895	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	1.901	3.008	2.667	2.614
54	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	3.342	3.799	3.286	4.936	2.323	2.427	2.547	2.132	1.789	2.975	1.996	2.667	2.187
55	3.367	3.640	2.107	3.189	2.477	4.613	3.799	2.046	3.895	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	1.901	1.996	2.667	2.187
56	2.103	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	2.541	2.046	2.892	2.323	3.688	2.547	2.832	1.000	2.975	3.008	2.667	2.187
57	3.367	3.640	2.107	4.562	2.477	4.613	2.541	3.286	4.329	2.323	2.427	2.547	2.132	2.437	2.975	1.996	1.725	2.187
58	2.103	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	3.799	2.046	3.052	2.323	2.427	2.547	2.132	1.789	2.975	3.008	2.667	2.614
59	3.367	2.358	2.107	2.011	3.934	4.613	3.799	3.286	3.895	3.669	2.427	2.547	2.832	2.437	1.901	1.996	2.667	2.187
60	2.103	3.640	1.000	4.562	2.477	4.613	3.799	3.286	3.895	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	4.394	1.996	2.667	3.060
61	3.367	3.640	2.107	2.011	2.477	4.613	2.541	3.286	3.409	2.323	3.688	2.547	2.832	3.526	1.901	3.008	2.667	3.060
62	3.367	3.640	2.107	3.189	2.477	3.342	3.799	3.286	3.895	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	2.975	3.008	3.987	3.534
63	1.000	1.000	3.409	3.189	3.934	2.250	1.743	1.000	2.465	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
64	3.367	3.640	3.409	4.562	3.934	3.342	3.799	3.286	5.933	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	1.901	3.008	1.725	2.187
65	1.000	1.000	3.409	4.562	1.000	2.250	1.000	1.000	2.291	1.000	1.675	1.671	1.655	1.000	1.000	1.000	1.725	1.522

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
66	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	3.799	3.286	5.933	3.669	3.688	3.844	4.568	3.526	2.975	3.008	3.987	4.016
67	3.367	3.640	2.107	3.189	2.477	4.613	3.799	2.046	3.895	2.323	2.427	3.844	2.832	3.526	4.394	3.008	3.987	4.521
68	2.103	2.358	2.107	2.011	2.477	3.342	3.799	3.286	2.892	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	1.901	4.230	2.667	3.060
69	1.000	1.000	2.107	2.011	2.477	2.250	1.743	1.000	2.062	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
70	3.367	3.640	3.409	3.189	2.477	3.342	3.799	3.286	4.329	2.323	2.427	3.844	2.832	2.437	2.975	4.230	3.987	4.016
71	3.367	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	2.541	3.286	3.409	2.323	3.688	3.844	3.682	3.526	4.394	4.230	2.667	4.521
72	2.103	2.358	2.107	4.562	2.477	3.342	3.799	3.286	3.409	3.669	2.427	2.547	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
73	2.103	3.640	2.107	3.189	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	2.323	3.688	2.547	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
74	1.000	1.000	1.000	2.011	1.000	2.250	1.000	1.000	1.000	1.000	1.675	1.671	1.655	1.000	1.000	1.000	1.725	1.522
75	3.367	3.640	3.409	3.189	3.934	4.613	2.541	3.286	4.936	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
76	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	4.936	2.323	2.427	3.844	2.832	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
77	2.103	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	3.799	3.286	3.409	3.669	3.688	2.547	3.682	2.437	2.975	1.996	2.667	2.614
78	1.000	1.000	1.000	3.189	1.000	2.250	1.743	1.000	1.777	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
79	2.103	2.358	2.107	4.562	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	4.230	2.667	3.534
80	1.000	1.000	1.000	3.189	2.477	2.250	1.743	1.000	2.062	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
81	3.367	2.358	2.107	3.189	2.477	3.342	2.541	3.286	3.052	2.323	3.688	3.844	3.682	3.526	2.975	1.996	2.667	3.060
82	2.103	2.358	2.107	3.189	2.477	4.613	3.799	3.286	3.409	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	4.394	4.230	2.667	4.521
83	2.103	3.640	3.409	4.562	2.477	3.342	3.799	2.046	3.895	2.323	3.688	3.844	3.682	2.437	2.975	3.008	3.987	3.534
84	1.000	1.000	2.107	2.011	2.477	2.250	1.000	1.000	1.777	1.000	1.675	1.671	1.655	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
85	3.367	3.640	1.000	3.189	2.477	4.613	2.541	3.286	3.409	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	1.996	2.667	3.060
86	2.103	2.358	1.000	3.189	2.477	3.342	2.541	1.000	2.650	1.000	1.675	2.547	1.863	2.437	1.901	1.996	1.000	1.830
87	1.000	1.604	3.409	4.562	3.934	2.250	2.541	2.046	2.768	1.000	2.427	1.671	1.863	1.789	1.901	3.008	1.725	1.907

No	<i>Electronic Word of Mouth</i>									<i>Brand Image</i>				<i>Minat Beli</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
88	1.000	2.358	3.409	4.562	3.934	2.250	1.743	1.000	2.691	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
89	2.103	2.358	3.409	4.562	3.934	4.613	3.799	3.286	4.936	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	3.008	2.667	3.534
90	2.103	3.640	2.107	3.189	3.934	3.342	3.799	2.046	3.409	2.323	3.688	3.844	3.682	2.437	1.901	3.008	3.987	3.060
91	1.000	1.000	1.000	3.189	1.000	2.250	1.000	1.000	1.489	1.000	1.675	1.671	1.655	1.000	1.000	1.996	1.725	1.629
92	3.367	3.640	3.409	4.562	2.477	4.613	2.541	3.286	4.936	3.669	3.688	2.547	3.682	3.526	2.975	4.230	2.667	4.016
93	3.367	3.640	2.107	4.562	2.477	4.613	3.799	2.046	4.329	2.323	2.427	2.547	2.132	3.526	1.901	3.008	2.667	3.060
94	2.103	2.358	3.409	3.189	2.477	3.342	3.799	3.286	3.409	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	2.975	4.230	2.667	3.534
95	1.000	1.000	2.107	3.189	2.477	2.250	1.743	1.000	2.291	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
96	2.103	2.358	3.409	4.562	3.934	3.342	3.799	3.286	4.329	2.323	3.688	2.547	2.832	2.437	1.901	1.996	2.667	2.187
97	1.000	1.000	2.107	3.189	3.934	2.250	1.743	1.000	2.411	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
98	2.103	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	3.799	3.286	3.895	3.669	3.688	2.547	3.682	2.437	2.975	4.230	2.667	3.534
99	1.000	1.000	3.409	4.562	3.934	2.250	1.743	1.000	2.561	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
100	3.367	2.358	3.409	3.189	3.934	3.342	2.541	3.286	3.895	2.323	3.688	3.844	3.682	3.526	2.975	3.008	3.987	4.016



LAMPIRAN 6: DESKRIPSI DATA RESPONDEN**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	47	47.0	47.0	47.0
Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20	22	22.0	22.0	22.0
20-30	45	45.0	45.0	67.0
31-40	21	21.0	21.0	88.0
> 41	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



LAMPIRAN 7: HASIL OUTPUT PERHITUNGAN SPSS 23.00 FOR WINDOWS, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (X₁), BRAND IMAGE (X₂), DAN MINAT BELI (Y)

(1) Hasil Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Reliabilitas *Electronic Word Of Mouth* Sampel Kecil

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.891	8

b. Hasil Uji Reliabilitas *Brand Image* Sampel Kecil

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.900	3

c. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Sampel Kecil

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.941	4

d. Hasil Uji Reliabilitas *Electronic Word Of Mouth* Sampel Besar

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.820	8

e. Hasil Uji Reliabilitas *Brand Image* Sampel Besar

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.850	3

f. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Sampel Besar

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.834	4

(2) Hasil Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas *Electronic Word Of Mouth* Sampel Kecil

		<i>Correlations</i>								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1
X1.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.818**	.310	.192	.108	.857**	.598**	.738**	.798**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		<.001	.096	.310	.570	<.001	<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.818**	1	.398*	.388*	.309	.834**	.793**	.707**	.903**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001		.030	.034	.097	<.001	<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	<i>Pearson Correlation</i>	.310	.398*	1	.487**	.580**	.278	.456*	.465**	.635**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.096	.030		.006	<.001	.137	.011	.010	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	<i>Pearson Correlation</i>	.192	.388*	.487**	1	.382*	.297	.487**	.222	.537**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.310	.034	.006		.037	.111	.006	.239	.002
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	<i>Pearson Correlation</i>	.108	.309	.580**	.382*	1	.133	.395*	.319	.502**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.570	.097	<.001	.037		.485	.031	.086	.005
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.857**	.834**	.278	.297	.133	1	.708**	.722**	.831**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	.137	.111	.485		<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	<i>Pearson Correlation</i>	.598**	.793**	.456*	.487**	.395*	.708**	1	.762**	.887**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	.011	.006	.031	<.001		<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	<i>Pearson Correlation</i>	.738**	.707**	.465**	.222	.319	.722**	.762**	1	.847**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	.010	.239	.086	<.001	<.001		<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TX1	<i>Pearson Correlation</i>	.798**	.903**	.635**	.537**	.502**	.831**	.887**	.847**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	<.001	.002	.005	<.001	<.001	<.001	
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

b. Hasil Uji Validitas *Electronic Word Of Mouth* Sampel Besar

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1
X1.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.790**	0.043	0.076	0.096	.786**	.560**	.654**	.787**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		0.000	0.670	0.452	0.340	0.000	0.000	0.000	0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.790**	1	0.110	.204*	0.194	.719**	.646**	.681**	.857**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000		0.276	0.042	0.054	0.000	0.000	0.000	0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	<i>Pearson Correlation</i>	0.043	0.110	1	.386**	.354**	-0.109	0.175	0.028	.347**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.670	0.276		0.000	0.000	0.279	0.081	0.785	0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	<i>Pearson Correlation</i>	0.076	.204*	.386**	1	.211*	0.126	.238*	0.022	.407**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.452	0.042	0.000		0.035	0.210	0.017	0.829	0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	<i>Pearson Correlation</i>	0.096	0.194	.354**	.211*	1	0.113	.381**	0.191	.445**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.340	0.054	0.000	0.035		0.265	0.000	0.056	0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.786**	.719**	-0.109	0.126	0.113	1	.659**	.633**	.773**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000	0.000	0.279	0.210	0.265		0.000	0.000	0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	<i>Pearson Correlation</i>	.560**	.646**	-0.175	.238*	.381**	.659**	1	.646**	.836**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000	0.000	0.081	0.017	0.000	0.000		0.000	0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	<i>Pearson Correlation</i>	.654**	.681**	0.028	0.022	0.191	.633**	.646**	1	.756**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000	0.000	0.785	0.829	0.056	0.000	0.000		0.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TX1	<i>Pearson Correlation</i>	.787**	.857**	.347**	.407**	.445**	.773**	.836**	.756**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

c. Hasil Uji Validitas *Brand Image* Sampel Kecil

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.802**	.626**	.858**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30
X2.2	<i>Pearson Correlation</i>	.802**	1	.871**	.977**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001		<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30
X2.3	<i>Pearson Correlation</i>	.626**	.871**	1	.918**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001		<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30
TX2	<i>Pearson Correlation</i>	.858**	.977**	.918**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	<.001	
	<i>N</i>	30	30	30	30

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

d. Hasil Uji Validitas *Brand Image* Sampel Besar

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.663**	.637**	.842**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	100	100	100	100
X2.2	<i>Pearson Correlation</i>	.663**	1	.702**	.906**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001		<.001	<.001
	<i>N</i>	100	100	100	100
X2.3	<i>Pearson Correlation</i>	.637**	.702**	1	.895**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001		<.001
	<i>N</i>	100	100	100	100
TX2	<i>Pearson Correlation</i>	.842**	.906**	.895**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	<.001	
	<i>N</i>	100	100	100	100

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

e. Hasil Uji Validitas Minat Beli Sampel Kecil

<i>Correlations</i>						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
Y.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.904**	.763**	.810**	.944**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		<.001	<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30
Y.2	<i>Pearson Correlation</i>	.904**	1	.846**	.790**	.954**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001		<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30
Y.3	<i>Pearson Correlation</i>	.763**	.846**	1	.757**	.906**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001		<.001	<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30
Y.4	<i>Pearson Correlation</i>	.810**	.790**	.757**	1	.902**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	<.001		<.001
	<i>N</i>	30	30	30	30	30
TY	<i>Pearson Correlation</i>	.944**	.954**	.906**	.902**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	<.001	<.001	
	<i>N</i>	30	30	30	30	30

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

f. Hasil Uji Validitas Minat Beli Sampel Besar

<i>Correlations</i>						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
Y.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.486**	.398**	.539**	.768**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		<.001	<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	100	100	100	100	100
Y.2	<i>Pearson Correlation</i>	.486**	1	.677**	.693**	.847**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001		<.001	<.001	<.001
	<i>N</i>	100	100	100	100	100
Y.3	<i>Pearson Correlation</i>	.398**	.677**	1	.677**	.815**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001		<.001	<.001
	<i>N</i>	100	100	100	100	100
Y.4	<i>Pearson Correlation</i>	.539**	.693**	.677**	1	.873**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	<.001		<.001
	<i>N</i>	100	100	100	100	100
TY	<i>Pearson Correlation</i>	.768**	.847**	.815**	.873**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<.001	<.001	<.001	<.001	
	<i>N</i>	100	100	100	100	100

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

LAMPIRAN 8: HASIL *OUTPUT* ANALISIS JALUR (*PATH ANALYSIS*)

(1) Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (X₁) dan Brand Image (X₂) terhadap Minat Beli (Y)

<i>Variables Entered/Removed^a</i>			
<i>Model</i>	<i>Variables Entered</i>	<i>Variables Removed</i>	<i>Method</i>
1	X2, X1 ^b		Enter
a. <i>Dependent Variable: Y</i>			
b. <i>All requested variables entered.</i>			

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.887 ^a	.787	.782	1.43168
a. <i>Predictors: (Constant), X2, X1</i>				

<i>ANOVA^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	733.929	2	366.965	179.034	<.001 ^b
	<i>Residual</i>	198.821	97	2.050		
	<i>Total</i>	932.750	99			
a. <i>Dependent Variable: Y</i>						
b. <i>Predictors: (Constant), X2, X1</i>						

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	-2.760	1.274		-2.167	.033
	X1	.147	.063	.194	2.316	.023
	X2	1.008	.117	.720	8.588	<.001
a. <i>Dependent Variable: Y</i>						

(2) Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (X₁) terhadap Brand Image (X₂)

<i>Variables Entered/Removed^a</i>			
Model	<i>Variables Entered</i>	<i>Variables Removed</i>	<i>Method</i>
1	X1 ^b	.	Enter
a. <i>Dependent Variable: X2</i>			
b. <i>All requested variables entered.</i>			

<i>Model Summary</i>				
Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.829 ^a	.687	.684	1.23157
a. <i>Predictors: (Constant), X1</i>				

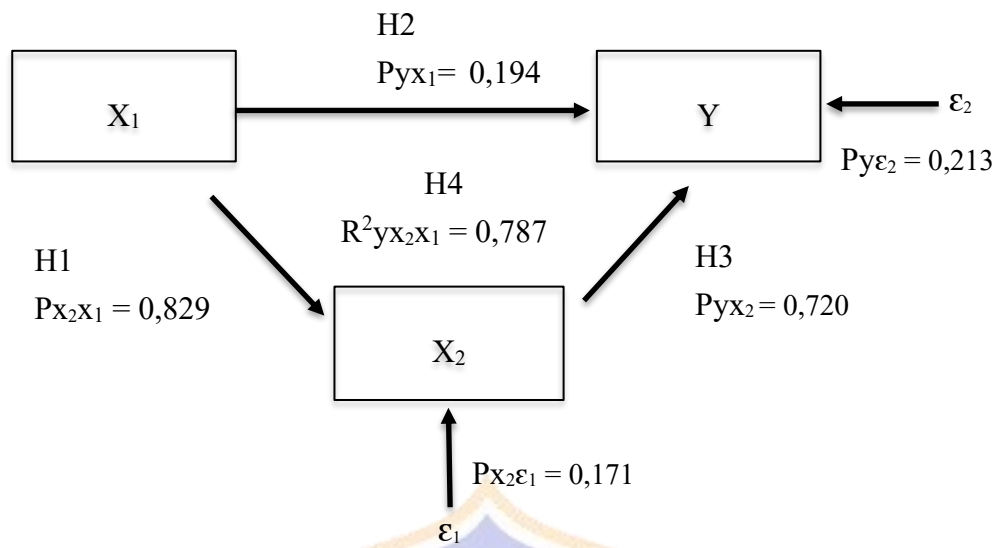
<i>ANOVA^a</i>						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	326.198	1	326.198	215.063	<.001 ^b
	<i>Residual</i>	148.642	98	1.517		
	<i>Total</i>	474.840	99			
a. <i>Dependent Variable: X2</i>						
b. <i>Predictors: (Constant), X1</i>						

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	-2.912	1.055		-2.759	.007
	X1	.448	.031	.829	14.665	<.001
a. <i>Dependent Variable: X2</i>						

(3) Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Output SPSS Analisis Jalur Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli melalui *Brand Image*

Parameter	Koefisien	P-value	Alpha (α)	Keputusan	Simpulan
$R^2_{YX_2X_1}$	0,787	0,000	0,05	Menolak H_0	<i>Electronic word of mouth</i> (X_1) dan <i>brand image</i> (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) dengan besar sumbangan pengaruh 78,7%
P_{YX_1}	0,194	0,023	0,05	Menolak H_0	<i>Electronic word of mouth</i> (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) dengan besar sumbangan pengaruh 19,4%
P_{YX_2}	0,720	0,000	0,05	Menolak H_0	<i>Brand image</i> (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) dengan besar sumbangan pengaruh 72%
$P_{X_2X_1}$	0,829	0,000	0,05	Menolak H_0	<i>Electronic word of mouth</i> (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>brand image</i> (X_2) dengan besar sumbangan pengaruh 82,9%
$P_{X_2\epsilon_1}$	0,171	-	-	-	Besar pengaruh faktor lain terhadap <i>brand image</i> (X_2)
$P_{Y\epsilon_2}$	0,213	-	-	-	Besar pengaruh faktor lain terhadap minat beli (Y)



Struktur Keseluruhan Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli melalui *Brand Image*

Sumbangan Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli melalui *Brand Image*

No.	Keterangan	Besar	Persentase
1.	Besar pengaruh langsung X_1 terhadap Y	0,038	3,8%
2.	Besar pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui X_2	0,597	59,7%
3.	Besar pengaruh total X_1 terhadap Y	0,635	63,5 %
4.	Besar pengaruh langsung X_2 terhadap Y	0,518	51,8%
5.	Besar pengaruh total X_1 dan X_2 terhadap Y	0,787	78,7%
6.	Besar pengaruh lain terhadap Y	0,213	21,3%
7.	Total	1,000	100%

RIWAYAT HIDUP

Dimas Fadhilah Aprilian Santosa, adalah seorang mahasiswa program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2017 yang sedang menyelesaikan studi sarjana manajemen. Penulis lahir di Banyuwangi pada 02 April 1999. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah atas di Kabupaten Banyuwangi. Sebelum melanjutkan kuliah, penulis merupakan alumni dari SMA Negeri 1 Banyuwangi.



Selama studi penulis aktif di berbagai organisasi baik internal maupun eksternal seperti UKM Pramuka Undiksha sebagai Bendahara selama dua periode tahun 2018-2020, HMJ Manajemen sebagai anggota bidang 1 sekaligus Ketua Panitia Management Economic Event yang merupakan 3 kegiatan nasional sekaligus pertama di Undiksha. Selain itu juga, penulis aktif di organisasi eksternal seperti Dewan Kerja Daerah Gerakan Pramuka Bali tahun 2019-2024 sebagai sekretaris 1 hingga menjabat sebagai Wakil Ketua serta aktif di organisasi kemasyarakatan Mafindo yaitu sebuah organisasi yang aktif di gerakan nasional literasi nasional dan pengecekan fakta.

Pada tahun 2021 di bulan November penulis dinobatkan sebagai Mahasiswa berprestasi akademik setelah mendapatkan belasan prestasi nasional dan internasional. Prestasi nasional yang didapatkan diantara lain Juara 2 Lomba Esai Nasional di Universitas Negeri Jakarta tahun 2020, Juara 3 Lomba Esai Nasional di Universitas Tanjungpura Pontianak tahun 2019, Juara Harapan 2 Business Plan Competition tahun 2019 di Universitas Andalas Padang, dan beberapa prestasi lainnya. Selain itu juga mendapatkan prestasi Internasional di antara the best 10 International Business Plan Competition di Malaysia dan Singapura pada tahun 2018 serta Medali Perunggu Thailand Inventors Day pada tahun 2021.

Selama studi penulis untuk memenuhi biaya hidup kuliah, penulis mendapatkan beberapa beasiswa yaitu Beasiswa Peningkatan Prestasi Akademik pada tahun 2018 dan 2019, Beasiswa Bank Indonesia pada tahun 2020 serta Beasiswa dari Erasmus+ untuk mengikuti Training Course dengan tema Community Seniors Involved International di Bagac, Filipina pada tahun 2022.

Disisi lain penulis juga memiliki sebuah usaha startup digital di bidang edutech bernama Rumah Penalaran yang sudah berskala nasional dan ini menjadikan fokus studi sarjana teralihkan. Penulis menginisiasi berbagai program dan produk untuk dikembangkan dari nol dan pembiayaan dari nol rupiah. Hal tersebut tentunya dibekali dari pengalaman berlomba dan berprestasi di bidang penulisan yang sangat relevan dengan bisnis ini. Dari pengalaman berwirausaha dan beberapa prestasi di atas penulis juga pernah bekerja selama 10 bulan dengan NGO untuk menjadi seorang kepala sekolah. Berbekal pengalaman-pengalamannya penulis juga diundang di beberapa kesempatan untuk menjadi juri, narasumber, atau mentor hingga skala nasional. Kesempatan tersebut di antara nya seperti kementerian/lembaga yakni Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Kementerian Investasi, serta beberapa kampus seperti Universitas Udayana, Universitas Brawijaya, Universitas Jember, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, dan puluhan instansi lainnya.

Dari pengalaman tersebut, tibalah waktu dimana penulis harus menyelesaikan studinya dengan mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Minat Beli melalui *Brand Image* sebagai variabel mediasi pada *e-commerce* Blibli.com.