

**LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Pengisian Kuisioner Penelitian  
Perihal: Permohonan dan Pengisian Kuisioner Penelitian

Kepada

Yth. Bapak/Ibu Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Magister Manajemen pada Program Studi Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha, saya :

Nama : Kadek Deni Darmayani

NIM : 2329131048

Universitas : Universitas Pendidikan Ganesha

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan tesis dengan judul **“Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Trust* dan *e-WOM* Terhadap Keputusan pembelian produk di *E- Commerce* PT. Tokopedia”**

Untuk itu saya sangat mengharapkan kesediaan bapak/ibu untuk menjadi responden dengan mengisi kuisioner penelitian ini. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian, sehingga kerahasiaannya akan dijaga sesuai dengan etika penelitian.

Demikianlah permohonan ini, atas kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Kadek Deni Darmayani  
NIM. 2329131048

## Lampiran 2 Data Kuisisioner

1. **Jenis Kelamin**

- Laki-laki  
 Perempuan

2. **Usia**

- 18 –20 tahun  
 21–24 tahun  
 25–28 tahun

3. **Status Pendidikan Terakhir**

- SMA/SMK  
 Diploma (D3)  
 Sarjana (S1)  
 Pascasarjana (S2/S3)

4. **Pekerjaan**

- Pelajar/Mahasiswa  
 Pegawai Swasta  
 Wirausaha  
 Lainnya: \_\_\_\_\_

5. **Frekuensi Berbelanja di Tokopedia**

- 1–2 kali  
 3–5 kali  
 > 5 kali

## Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Pilihlah salah satu jawaban dari keempat alternatif jawaban yang sesuai, dengan cara memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu kolom di jawaban yang sudah tersedia

## Keterangan

- a. STS ( Sangat Tidak Setuju)  
b. TS (Tidak Setuju)  
c. S ( Setuju )  
d. SS ( Sangat Setuju)  
e.

## Pertanyaan untuk Kuisisioner Keputusan Pembelian

NO	Pertanyaan	S	SS	TS	STS
1	Saya merasa yakin untuk melakukan transaksi di Tokopedia setelah membaca deskripsi dan ulasan produk dengan jelas.				

2	Saya memilih belanja di Tokopedia karena Tokopedia adalah platform <i>e-commerce</i> favorit saya dibanding yang lain.				
3	Saya melakukan pembelian di Tokopedia karena produk yang tersedia sangat lengkap dan sesuai dengan apa yang saya cari.				
4	Saya memutuskan membeli suatu produk di Tokopedia karena melihat banyaknya ulasan positif dari pembeli lain.				

Pertanyaan untuk Kuisisioner Pengaruh *Brand Awareness*

NO	Pertanyaan	S	SS	TS	STS
1	Tokopedia adalah merek <i>e-commerce</i> pertama yang muncul di pikiran saya ketika ingin berbelanja <i>online</i> .				
2	Saya dapat mengenali Tokopedia hanya dengan melihat nama, logo, atau tampilannya.				
3	Saya mengenali platform Tokopedia sebagai salah satu <i>marketplace</i> terbesar dan terpercaya di Indonesia.				
4	Saya memilih melakukan pembelian melalui Tokopedia dibandingkan platform belanja <i>online</i> lainnya karena saya sudah mengenal merek tersebut.				
5	Pengalaman saya menggunakan Tokopedia mendorong saya untuk terus menggunakan platform tersebut dalam berbelanja.				

Pertanyaan untuk Kuisisioner Pengaruh *Brand Trust*

NO	Pertanyaan	S	SS	TS	STS
1	Saya percaya bahwa Tokopedia selalu berusaha memberikan				

	pelayanan yang terbaik bagi penggunanya.				
2	Saya menaruh kepercayaan penuh pada Tokopedia sebagai platform belanja <i>online</i> yang dapat diandalkan.				
3	Saya menaruh kepercayaan penuh pada Tokopedia sebagai platform belanja <i>online</i> yang dapat diandalkan.				
4	Saya merasa privasi dan data pribadi saya terlindungi dengan baik selama menggunakan aplikasi Tokopedia.				
5	Saya merasa Tokopedia jujur dalam memberikan informasi terkait promo, diskon, maupun biaya layanan yang dibebankan.				

Pertanyaan untuk Kuisisioner Pengaruh e-WOM

NO	Pertanyaan	S	SS	TS	STS
1	Saya sering membaca ulasan (review) dari pengguna lain di Tokopedia sebelum memutuskan untuk membeli produk				
2	Ulasan positif dari pembeli lain di Tokopedia meyakinkan saya bahwa kualitas produk tersebut bagus.				
3	Ulasan negatif dari pengguna lain di kolom komentar Tokopedia membuat saya lebih berhati-hati dalam memilih penjual				
4	Informasi ulasan di Tokopedia (seperti foto dan video asli dari pembeli) sangat membantu saya memahami produk.				

## Lampiran 3 Data Responden dan Tabulasi Data

**Data Responden**

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Frekuensi Berbelanja di Tokopedia dalam satu bulan
1	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
2	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	> 5 kali
3	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
4	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
5	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
6	Perempuan	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	3-5 kali
7	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	3-5 kali
8	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	> 5 kali
9	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
10	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
11	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
12	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	> 5 kali
13	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
14	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
15	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
16	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
17	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	> 5 kali
18	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	> 5 kali
19	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	> 5 kali
20	Perempuan	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	3-5 kali
21	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
22	Laki - Laki	25 - 28 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
23	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	3-5 kali
24	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
25	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali

26	Perempuan	21- 24 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
27	Perempuan	21- 24 Tahun	Wirausaha	> 5 kali
28	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
29	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Wirausaha	1 - 2 kali
30	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	3-5 kali
31	Perempuan	18 - 20 Tahun	Wirausaha	1 - 2 kali
32	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
33	Laki - Laki	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	> 5 kali
34	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
35	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	> 5 kali
36	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	> 5 kali
37	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	> 5 kali
38	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
39	Perempuan	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	> 5 kali
40	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
41	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
42	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	> 5 kali
43	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
44	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	> 5 kali
45	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	3-5 kali
46	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
47	Laki - Laki	25 - 28 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
48	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
49	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
50	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
51	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	1 - 2 kali
52	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	> 5 kali
53	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali

54	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	> 5 kali
55	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	> 5 kali
56	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
57	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
58	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	> 5 kali
59	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
60	Laki - Laki	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	3-5 kali
61	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
62	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
63	Laki - Laki	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
64	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
65	Perempuan	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
66	Perempuan	21- 24 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
67	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
68	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	> 5 kali
69	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
70	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	3-5 kali
71	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
72	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
73	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	3-5 kali
74	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
75	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	1 - 2 kali
76	Perempuan	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	3-5 kali
77	Laki - Laki	25 - 28 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
78	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	> 5 kali
79	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
80	Perempuan	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
81	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	3-5 kali

82	Perempuan	25 - 28 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
83	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
84	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
85	Perempuan	25 - 28 Tahun	Wirausaha	3-5 kali
86	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
87	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pegawai Swasta	1 - 2 kali
88	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
89	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	> 5 kali
90	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
91	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	> 5 kali
92	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
93	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	> 5 kali
94	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
95	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	3-5 kali
96	Perempuan	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
97	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	> 5 kali
98	Laki - Laki	21- 24 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	1 - 2 kali
99	Perempuan	18 - 20 Tahun	Pelajar /Mahasiswa	3-5 kali
100	Perempuan	25 - 28 Tahun	PNS	1 - 2 kali



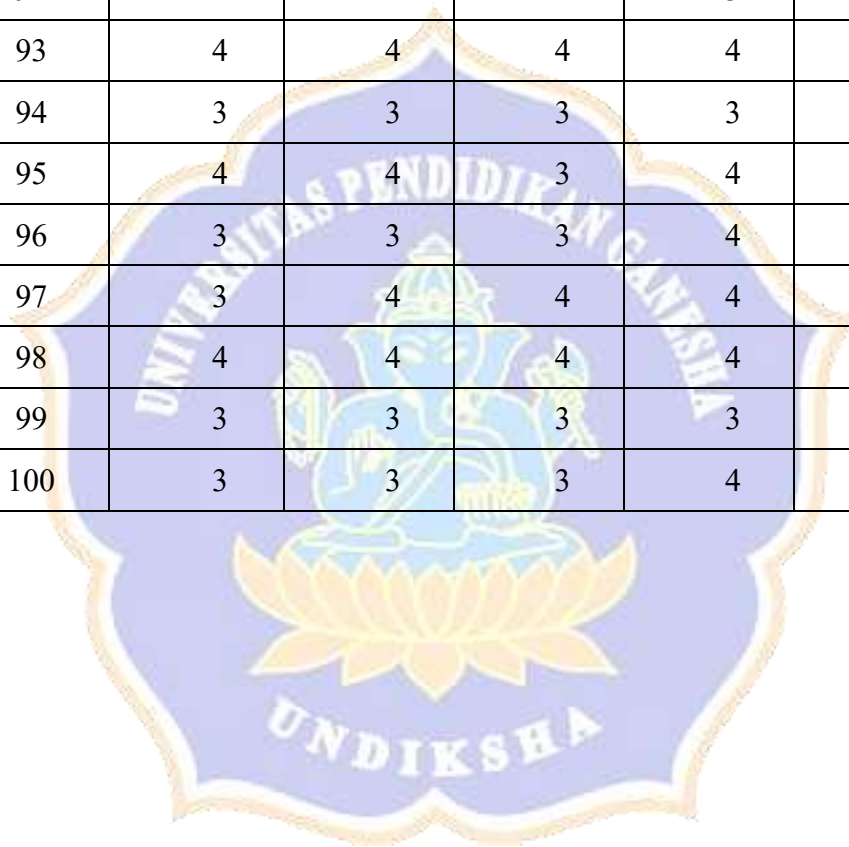
**Tabulasi Data  
Keputusan Pembelian (Y)**

No	Keputusan Pembelian (Y)				Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	3	4	4	3	14
2	4	4	4	4	16
3	4	3	3	3	13
4	3	3	4	4	14
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	3	3	3	3	12
8	4	4	4	4	16
9	3	2	3	4	12
10	3	3	3	4	13
11	3	2	3	3	11
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	3	3	3	3	12
15	3	4	4	4	15
16	3	3	3	3	12
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	3	15
19	3	3	3	3	12
20	4	3	3	3	13
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	3	3	3	4	13
26	4	4	3	4	15

27	4	3	3	4	14
28	4	3	3	3	13
29	3	3	3	3	12
30	3	3	3	3	12
31	3	2	3	2	10
32	3	3	3	3	12
33	4	4	3	3	14
34	3	4	3	4	14
35	4	4	3	4	15
36	3	2	3	4	12
37	3	4	2	3	12
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	3	4	4	4	15
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	3	3	3	4	13
44	3	3	4	4	14
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	3	2	2	3	10
48	4	2	3	4	13
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	3	3	3	12
52	4	3	3	4	14
53	4	2	3	3	12
54	4	4	4	4	16
55	3	3	3	3	12

56	4	4	4	3	15
57	3	3	3	3	12
58	4	4	4	4	16
59	3	3	4	4	14
60	3	3	4	3	13
61	4	4	4	4	16
62	3	3	4	4	14
63	4	4	4	3	15
64	3	3	3	3	12
65	4	4	4	4	16
66	4	3	3	3	13
67	3	3	3	3	12
68	3	4	3	4	14
69	3	3	3	3	12
70	3	4	4	4	15
71	4	4	3	3	14
72	4	4	4	4	16
73	4	3	4	4	15
74	3	3	3	3	12
75	3	3	3	4	13
76	2	2	3	3	10
77	3	3	4	3	13
78	4	3	3	4	14
79	3	4	4	4	15
80	4	4	3	4	15
81	4	3	3	3	13
82	4	3	4	4	15
83	4	4	4	3	15
84	4	4	4	4	16

85	3	3	3	3	12
86	3	3	3	3	12
87	4	3	3	4	14
88	3	3	4	4	14
89	4	4	4	4	16
90	3	3	3	3	12
91	3	3	3	3	12
92	4	4	4	3	15
93	4	4	4	4	16
94	3	3	3	3	12
95	4	4	3	4	15
96	3	3	3	4	13
97	3	4	4	4	15
98	4	4	4	4	16
99	3	3	3	3	12
100	3	3	3	4	13



**Tabulasi Data**  
**Brand Awareness (X1)**

No	Brand Awareness (X1)					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	4	4	4	3	18
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	3	19
7	3	4	4	3	2	16
8	3	4	4	3	3	17
9	2	4	4	2	3	15
10	3	4	4	3	3	17
11	3	4	4	3	3	17
12	4	4	4	4	4	20
13	3	4	4	4	4	19
14	2	4	3	3	2	14
15	4	4	4	4	4	20
16	3	3	3	3	3	15
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	3	3	3	15
19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	3	3	3	3	3	15
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	3	3	18

27	3	3	3	4	3	16
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	20
31	2	4	2	3	3	14
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	3	4	4	19
34	4	3	4	4	4	19
35	3	3	4	4	3	17
36	3	3	4	4	4	18
37	3	4	3	4	3	17
38	3	3	3	3	3	15
39	3	3	3	3	4	16
40	3	3	4	3	3	16
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	3	19
44	4	4	3	4	4	19
45	4	4	3	4	4	19
46	4	4	3	3	3	17
47	3	3	3	4	3	16
48	2	4	3	3	2	14
49	3	4	4	3	3	17
50	3	4	4	3	3	17
51	4	4	4	3	3	18
52	4	3	4	3	3	17
53	2	4	3	4	4	17
54	3	3	3	3	4	16
55	4	4	4	4	4	20

56	4	3	3	4	4	18
57	3	3	3	3	3	15
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	3	4	19
60	4	4	4	4	4	20
61	3	4	4	4	4	19
62	3	3	4	4	4	18
63	3	3	3	3	3	15
64	3	3	4	3	4	17
65	4	4	4	4	4	20
66	3	4	4	4	4	19
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	3	4	4	4	4	19
71	3	3	4	3	3	16
72	3	3	3	3	3	15
73	3	3	4	4	4	18
74	4	4	4	4	4	20
75	3	4	4	4	3	18
76	3	2	2	3	3	13
77	4	3	3	4	4	18
78	4	4	3	4	4	19
79	3	4	4	4	4	19
80	3	4	4	4	4	19
81	2	4	3	3	3	15
82	4	4	3	3	3	17
83	3	4	4	4	4	19
84	3	4	4	4	4	19

85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	3	4	4	4	4	19
88	3	4	3	3	4	17
89	3	4	4	4	4	19
90	3	4	4	4	4	19
91	3	3	3	3	3	15
92	4	4	4	3	3	18
93	3	3	4	4	4	18
94	3	4	4	3	4	18
95	3	3	3	3	3	15
96	4	4	4	3	4	19
97	3	3	4	4	4	18
98	3	3	3	4	4	17
99	3	4	4	3	3	17
100	3	3	3	4	4	17



**Tabulasi Data  
Brand Trust (X2)**

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

26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	3	3	3	3	3	15
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20
31	4	3	3	3	3	16
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	3	19
35	3	3	4	3	3	16
36	3	1	2	2	3	11
37	3	3	4	3	2	15
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	3	4	3	18
41	3	3	3	3	3	15
42	3	4	3	3	3	16
43	3	3	3	4	3	16
44	4	4	4	4	4	20
45	3	3	4	4	4	18
46	3	3	4	4	3	17
47	3	2	3	3	3	14
48	4	3	4	4	4	19
49	3	4	4	4	4	19
50	3	3	4	4	4	18
51	3	4	3	3	3	16
52	4	3	3	4	4	18
53	4	3	3	3	3	16
54	4	4	4	4	3	19

55	4	4	3	3	3	17
56	3	4	4	4	4	19
57	3	3	3	3	3	15
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	3	3	3	17
60	4	4	3	3	3	17
61	3	3	3	3	3	15
62	3	3	4	4	4	18
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	3	4	19
65	4	3	3	3	3	16
66	4	4	4	4	3	19
67	4	4	4	4	4	20
68	4	3	4	4	4	19
69	3	3	3	3	3	15
70	3	4	4	4	3	18
71	4	3	4	4	4	19
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	3	4	4	3	4	18
75	4	3	4	4	4	19
76	3	3	4	4	4	18
77	4	4	4	4	4	20
78	3	3	4	4	4	18
79	3	3	3	4	4	17
80	4	3	4	4	4	19
81	3	3	3	4	4	17
82	4	3	3	3	4	17
83	4	4	4	4	4	20

84	4	3	4	4	4	19
85	3	4	4	4	4	19
86	4	4	3	3	3	17
87	3	3	4	4	4	18
88	3	4	3	3	3	16
89	3	3	3	3	3	15
90	4	4	4	3	3	18
91	4	3	4	4	4	19
92	4	4	4	4	4	20
93	3	3	3	3	4	16
94	3	3	4	4	4	18
95	3	3	3	3	3	15
96	2	3	3	2	2	12
97	3	3	3	3	3	15
98	4	3	3	4	4	18
99	3	3	3	3	3	15
100	3	3	3	3	3	15



**Tabulasi Data  
e-WOM (X3)**

No	e-WOM (X3)				Total
	1	2	3	4	
1	4	3	3	4	14
2	4	3	4	4	15
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	3	3	3	4	13
6	4	3	4	4	15
7	4	3	4	4	15
8	3	4	4	4	15
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	3	15
16	3	3	3	3	12
17	4	4	4	4	16
18	3	4	4	4	15
19	3	3	3	3	12
20	3	3	3	3	12
21	4	4	4	4	16
22	3	3	4	4	14
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	4	4	3	3	14

26	4	4	3	4	15
27	4	3	4	4	15
28	4	3	3	4	14
29	4	4	3	3	14
30	3	3	3	3	12
31	4	4	4	4	16
32	3	3	3	3	12
33	3	3	3	3	12
34	4	4	3	4	15
35	3	3	3	4	13
36	3	3	3	3	12
37	4	3	4	4	15
38	3	3	3	3	12
39	3	3	3	3	12
40	4	4	3	4	15
41	3	3	4	4	14
42	4	4	4	4	16
43	3	3	3	3	12
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	3	3	3	12
52	4	3	3	3	13
53	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12

55	3	3	4	4	14
56	4	4	4	4	16
57	3	3	3	3	12
58	4	4	4	4	16
59	4	3	3	4	14
60	3	3	3	3	12
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	3	3	3	3	12
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	3	4	4	4	15
69	3	3	3	3	12
70	4	4	4	4	16
71	3	3	3	3	12
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16
74	3	3	4	4	14
75	4	4	4	4	16
76	3	3	3	3	12
77	3	3	4	4	14
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	3	3	3	3	12

84	4	4	4	4	16
85	3	3	3	3	12
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	4	3	3	3	13
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	3	3	3	3	12
95	4	4	4	4	16
96	4	4	3	3	14
97	4	4	4	4	16
98	4	4	3	3	14
99	4	3	4	4	15
100	4	4	4	4	16



## Lampiran 4 Uji Kualitas Data

**Uji Validitas**Uji Validitas X1 (*Brand Awareness*)

<b>Correlations</b>							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	<i>BrandAwareness</i>
X1.1	Pearson Correlation	1	.268*	.356*	.424*	.456*	.735**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.268*	1	.453*	.231*	.178	.582**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.021	.076	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.356*	.453*	1	.327*	.337*	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.424*	.231*	.327*	1	.663*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.456*	.178	.337*	.663*	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.076	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
BrandAwareness	Pearson Correlation	.735*	.582*	.692*	.750*	.758*	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).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Uji Validitas X2 (*Brand Trust*)**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	BrandTrust
X2.1	Pearson Correlation	1	.495	.484**	.470	.431**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000



X3.2	Pearson Correlation	.709**	1	.621**	.558**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.557**	.621**	1	.806**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.601**	.558**	.806**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
E_W OM	Pearson Correlation	.838**	.849**	.872**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Uji validitas Y ( Keputusan Pembelian)

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.534**	.413**	.355**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.534**	1	.605**	.424**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.413**	.605**	1	.484**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.355**	.424**	.484**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.735**	.846**	.805**	.715**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

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

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas X1 ( *Brand Awareness* )

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	5

Uji Reliabilitas X2 (Brand trust)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	5

Uji Reliabilitas X3 ( e-WOM )

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	4

Uji reliabilitas Y ( keputusan Pembelian )

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	4



## Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

**Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59741071
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.061
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Uji Multikolinearitas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.356	2.419		1.800	.075		
	BrandAwareness	.194	.087	.211	2.221	.029	.991	1.009
	BrandTrust	.157	.077	.196	2.052	.043	.984	1.016
	E_WOM	.227	.101	.214	2.254	.026	.992	1.009

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

**Uji Heteroskedastisitas****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.229	1.245		1.791	.076

BrandAwareness	-.060	.045	-.136	-1.337	.185
BrandTrust	.004	.039	.011	.112	.911
EWOM	.009	.052	.017	.172	.864

## Lampiran 6 Uji Hipotesis

**Uji Analisis Linier Berganda****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.999	2.105		1.425	.157
BrandAwareness	.339	.106	.339	3.209	.002
BrandTrust	.269	.105	.224	2.564	.012
EWOM	.216	.102	.229	2.123	.036

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

**Uji Parsial****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.999	2.105		1.425	.157
BrandAwareness	.339	.106	.339	3.209	.002
BrandTrust	.269	.105	.224	2.564	.012
EWOM	.216	.102	.229	2.123	.036

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

**Uji F****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.213	3	86.738	15.527	.000 <sup>b</sup>
	Residual	536.297	96	5.586		
	Total	796.510	99			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

b. Predictors: (Constant), EWOM, BrandTrust, BrandAwareness

**Uji R Square****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 <sup>a</sup>	.327	.306	2.364

a. Predictors: (Constant), EWOM, BrandTrust, BrandAwareness