

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH ELECTRONIC-WORD-OF-MOUTH DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA E-
COMMERCE SHOPEE)**

Responden Yth:

Saya Riska Anka mahasiswa Universitas Bakrie sedang mengadakan penelitian mengenai analisis keputusan pembelian (studi pada e-commerce Shopee). Saudara(i) untuk melengkapi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Informasi yang diperoleh nantinya akan dirahasiakan dan dipergunakan sematamata hanya untuk kepentingan penelitian ini. Atas bantuannya diucapkan terima kasih.

I. Screening Question

Silahkan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan yang telah disediakan.



1. Apakah Anda pernah berbelanja di E-commerce Shopee?

- ☐ Ya
☐ Tidak (stop dan terima kasih)

2. Apakah anda mengetahui E-commerce Shopee melalui Website / Medsos?

- ☐ Ya
☐ Tidak (stop dan terima kasih)

II. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

- ☐ Laki-laki
☐ Perempuan

2. Usia

- ☐ < 20 tahun
☐ 20 – 30 tahun
☐ >30 tahun

3. Pendidikan

- ☐ SMA/SMK
☐ Diploma
☐ Sarjana
☐ Lainnya

4. Pekerjaan

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ PNS
☐ Karyawan Swasta
☐ Wiraswasta
☐ Lainnya

III. Electronic Word of Mouth

Pilihlah jawaban anda yang dianggap paling sesuai.

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju(SS)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering membaca ulasan produk konsumen lain untuk mengetahui apakah suatu produk / merek membuat kesan baik pada orang lain					
2	Saya sering membaca ulasan produk konsumen lain untuk memastikan saya membeli produk / merek yang tepat					
3	Saya sering membaca ulasan produk konsumen lain untuk membantu memilih suatu produk / merek					
4	Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan produk konsumen lain sebelum saya membeli produk / merek tertentu					
5	Jika saya tidak membaca ulasan produk konsumen ketika saya membeli produk / merek, saya khawatir dengan keputusan saya					
6	Saat saya membeli suatu produk, ulasan produk membuat saya percaya diri dalam membeli produk / merek tersebut					

IV. Brand Image

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	E-commerce Shopee mencerminkan konsistensi dalam kualitas					
2	E-commerce Shopee mencerminkan status sosial yang saya harapkan					

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
3	Presentasi (seperti visual, logo, dan warna) produk E-commerce Shopee selalu terlihat menarik					
4	E-commerce Shopee memiliki kesan yang lebih baik dari e-commerce lainnya					
5	E-commerce Shopee selalu memahami keinginan pelanggan.					
6	Saya berkomitmen untuk menggunakan E-commerce Shopee					

V. Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk melalui e-commerce Shopee karena mudah diakses					
2	Saya membeli produk melalui e-commerce Shopee karena unggul dibandingkan situs lainnya					
3	3. Saya membeli produk melalui e-commerce Shopee karena yakin dengan jaminan mutunya					

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth (X1)

		Correlations						
		WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	TWOM
WOM1	Pearson Correlation	1	.562**	.243*	.411**	.201*	.399**	.604**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.000	.045	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
WOM2	Pearson Correlation	.562**	1	.510**	.450**	.222*	.361**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.026	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
WOM3	Pearson Correlation	.243*	.510**	1	.487**	.290**	.269**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.000	.003	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
WOM4	Pearson Correlation	.411**	.450**	.487**	1	.408**	.421**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
WOM5	Pearson Correlation	.201*	.222*	.290**	.408**	1	.500**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.045	.026	.003	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
WOM6	Pearson Correlation	.399**	.361**	.269**	.421**	.500**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TWOM	Pearson Correlation	.604**	.688**	.671**	.764**	.708**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X2)

		Correlations						
		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	TBI
BI1	Pearson Correlation	1	.553**	.341**	.629**	.514**	.564**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI2	Pearson Correlation	.553**	1	.477**	.473**	.546**	.492**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI3	Pearson Correlation	.341**	.477**	1	.436**	.507**	.407**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI4	Pearson Correlation	.629**	.473**	.436**	1	.740**	.643**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI5	Pearson Correlation	.514**	.546**	.507**	.740**	1	.663**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI6	Pearson Correlation	.564**	.492**	.407**	.643**	.663**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TBI	Pearson Correlation	.758**	.756**	.681**	.833**	.845**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**Correlations**

		KP1	KP2	KP3	TKP
KP1	Pearson Correlation	1	.598 ^{**}	.491 ^{**}	.781 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.598 ^{**}	1	.746 ^{**}	.915 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.491 ^{**}	.746 ^{**}	1	.885 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TKP	Pearson Correlation	.781 ^{**}	.915 ^{**}	.885 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Variabel Electronic Word of Mouth (X1)

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	6

Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Variabel Brand Image (X2)**Case Processing Summary**

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	6

Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**Case Processing Summary**

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	3