

LAMPIRAN

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

Jakarta, 15 Juli 2021

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/I
Pelanggan Marketplace Shopee

Perkenalkan nama saya Safira mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta Program Studi Manajemen yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi berjudul "Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Survey Pada Pelanggan Shopee Jakarta Timur)".

Sehubung dengan penulisan skripsi tersebut, saya mengharapkan kesediaan para bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi jawaban dari pernyataan kuesioner ini dengan sejujurnya-jujurnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Semua data bapak/ibu/saudara/i akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian semata. Atas ketersediaan dan partisipasi bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Safira

No. Responden :**Bagian A**

Pernyataan pada bagian A merupakan pernyataan yang berhubungan dengan identitas responden. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom yang tersedia dari setiap pernyataan.

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :

<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------

2. Usia :

<input type="checkbox"/> 17-20 Tahun	<input type="checkbox"/> 21-30 Tahun
<input type="checkbox"/> 31-40 Tahun	<input type="checkbox"/> >41 Tahun

3. Pekerjaan :

<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/> Pegawai Negeri
<input type="checkbox"/> Ibu Rumah Tangga	<input type="checkbox"/> Wirausaha
<input type="checkbox"/> Pegawai Swasta	<input type="checkbox"/> Lainnya

4. Berdomisili di Jakarta Timur :

<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
-----------------------------	--------------------------------

5. Intensitas pembelian melalui marketplace Shopee :

<input type="checkbox"/> 2-5 kali/bulan	<input type="checkbox"/> 6-10 kali/bulan	<input type="checkbox"/> > 10 kali/bulan
---	--	--

6. Berperan dalam memutuskan pembelian online :

<input type="checkbox"/> Diri sendiri	<input type="checkbox"/> Orang tua
<input type="checkbox"/> Teman	<input type="checkbox"/> Saudara kandung/kerabat
<input type="checkbox"/>	

Pacar

7. Kategori produk yang dibeli :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Fashion | <input type="checkbox"/> Perlengkapan rumah |
| <input type="checkbox"/> Elektronik | <input type="checkbox"/> Kecantikan |
| <input type="checkbox"/> Hobi dan koleksi | <input type="checkbox"/> Otomotif |
| <input type="checkbox"/> Buku dan alat tulis | <input type="checkbox"/> Makanan dan Minuman |
| <input type="checkbox"/> Fotografi | <input type="checkbox"/> Olahraga |
| <input type="checkbox"/> Aksesoris | <input type="checkbox"/> Kesehatan |
| <input type="checkbox"/> Perlengkapan bayi dan anak | <input type="checkbox"/> Serba-serbi |

Bagian B

1. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (√) kotak jawaban yang menurut anda paling sesuai.

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS) =	5
Setuju (S) =	4
Ragu-ragu (RR) =	3
Tidak Setuju (TS) =	2
Sangat Tidak Setuju (STS) =	1

Daftar Pernyataan

A. Viral Marketing (X1)

No. Item	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya dan teman sering berdiskusi tentang iklan promo yang sedang berlangsung di Shopee.					
2	Informasi yang saya dapat melalui email dan aplikasi membuat saya paham tentang informasi produk.					
3	Saya mencari informasi produk melalui kolom komentar tentang produk yang akan saya beli.					
4	Saya sering menyebarkan informasi melalui kolom komentar tentang produk yang saya beli.					
5	Saya tertarik dengan rekomendasi teman saya untuk membeli produk secara bersama.					
6	Saya sangat paham mengenai keunggulan informasi produk yang saya gunakan.					

B. Online Consumer Reviews (X2)

No. Item	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya akan yakin membeli produk secara online setelah saya melihat review dari konsumen yang sudah					

	menggunakan produk tersebut.					
2	Saya yakin review konsumen berasal dari pengalaman konsumen dalam berbelanja.					
3	Penilaian produk pada Shopee bersifat professional karena berdasarkan penilaian langsung dari konsumen.					
4	Adanya review produk secara online memudahkan saya mengambil keputusan dalam pembelian.					
5	Saya merasa senang mendapatkan informasi tentang produk yang akan saya beli.					
6	Review produk secara online membuat saya tertarik terhadap produk tersebut.					
7	Adanya review produk membuat saya berkeinginan untuk berbelanja disitus tersebut.					

C. Harga (X3)

No. Item	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Harga yang ditawarkan produk Shopee terjangkau oleh semua kalangan.					
2	Harga pada produk Shopee sesuai dengan kualitas produk.					
3	Harga pada produk Shopee dapat bersaing dengan produk					

	marketplace lain.					
4	Harga pada produk Shopee sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.					

D. Keputusan Pembelian (Y)

No. Item	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya melakukan pembelian di Shopee karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Saya mencari produk yang saya inginkan di Shopee.					
3	Saya mengetahui kualitas, layanan dan keadaan produk dari review konsumen.					
4	Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk membeli produk di Shopee.					
5	Dalam keadaan mendesak saya memilih Shopee sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan saya.					
6	Saya sulit beralih ke marketplace selain Shopee.					
7	Saya memutuskan pembelian produk karena melihat review produk.					
8	Saya hanya akan membeli produk yang memiliki review positif.					
9	Saya akan melakukan pembelian ulang karena layanan dan kualitas produk memuaskan.					

10	Saya akan merekomendasikan seller dan produk karena layanan dan kualitas produk memuaskan.					
11	Saya akan memberikan review setelah melakukan pembelian.					

Lampiran 2. Tabulasi Data

ITEM KUESIONER						
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	6
	VM1	VM2	VM3	VM4	VM5	VM6
1	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5
5	3	5	4	2	5	5
6	4	4	4	2	3	4
7	4	4	4	2	4	4
8	4	4	4	4	4	4
9	4	5	4	4	4	4
10	4	4	4	4	5	5
11	4	3	5	2	4	4
12	5	5	5	1	5	5
13	5	4	5	5	5	4
14	4	4	4	4	4	4
15	4	3	5	3	4	4
16	3	3	3	3	3	3
17	5	5	4	4	4	4
18	4	3	5	5	5	4
19	4	2	5	3	3	4
20	3	3	4	3	3	3
21	3	4	5	2	3	4
22	5	5	5	5	5	5
23	5	4	5	4	5	5
24	2	4	5	5	5	4
25	3	4	5	4	4	5
26	3	2	5	3	1	2
27	4	4	3	4	5	5
28	3	4	5	1	3	5
29	3	4	4	3	3	4
30	5	4	5	5	5	4
31	5	4	5	4	4	4
32	4	4	5	4	4	4
33	5	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4

35	4	4	4	3	4	4
36	5	5	5	5	4	4
37	4	5	5	5	4	4
38	1	1	5	1	3	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	4	5	4	5	4
41	4	5	5	3	5	5
42	4	3	5	3	4	4
43	3	3	4	3	4	4
44	5	4	5	4	3	4
45	3	4	5	5	4	4
46	2	4	5	4	5	4
47	4	3	4	4	4	4
48	4	3	5	3	5	4
49	4	3	5	2	4	4
50	4	4	4	3	4	4
ITEM KUESIONER						
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	6
	VM1	VM2	VM3	VM4	VM5	VM6
51	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5
55	4	4	5	4	4	4
56	3	4	3	4	3	5
57	3	4	3	4	3	5
58	4	3	5	4	4	4
59	4	4	5	4	4	4
60	3	4	4	3	3	4
61	5	2	5	5	4	4
62	3	5	5	4	5	4
63	5	4	5	4	5	5
64	4	3	5	3	5	4
65	5	4	4	4	1	5
66	4	5	4	4	4	5
67	4	4	5	4	4	5
68	5	5	4	5	4	5
69	1	5	4	1	4	4
70	1	5	5	1	5	5
71	4	5	5	4	4	5
72	4	4	4	3	3	4
73	5	5	5	3	5	5
74	4	4	5	1	5	5
75	4	3	5	3	3	4
76	4	4	5	5	5	5
77	5	4	5	3	4	5
78	2	3	5	4	2	4
79	4	4	5	3	4	5
80	4	4	5	3	3	4
81	4	4	3	3	4	4
82	4	5	5	5	5	5
83	3	5	5	3	5	5
84	5	5	5	5	5	5
85	4	4	4	3	3	4
86	5	4	5	3	5	5

87	3	3	5	4	3	3
88	5	5	5	3	3	5
89	5	5	5	4	5	5
90	5	4	4	4	3	5
91	5	4	4	4	4	4
92	5	4	4	5	4	4
93	5	5	5	5	5	5
94	1	3	3	3	3	4
95	2	2	5	1	3	4
96	4	3	5	4	4	4
97	4	3	5	4	5	5
Total	380	382	440	347	388	418

ITEM KUESIONER							
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7
	OCR1	OCR2	OCR3	OCR4	OCR5	OCR6	OCR7
1	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	4	3	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	4	4	4	4	5
11	4	4	3	4	4	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	4	5
15	4	4	3	4	5	4	3
16	3	3	3	3	3	3	3
17	5	5	5	5	5	5	5
18	4	5	5	5	5	4	4
19	5	5	4	5	4	5	5
20	4	4	3	4	3	3	3
21	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	4	4	4	4
23	4	5	4	4	5	4	5
24	5	5	4	5	5	5	5
25	5	5	4	5	5	5	5
26	1	1	3	3	5	3	3
27	5	5	5	4	5	5	5
28	4	3	4	5	5	2	2
29	4	4	4	4	4	4	4
30	5	4	5	5	4	4	5
31	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5	4	5
36	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	4	5	5	5	5

38	5	5	3	4	3	5	5
39	5	5	5	5	5	5	3
40	3	4	4	4	4	1	2
41	5	5	3	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	4	5	5	3	4
45	5	4	4	5	4	4	5
46	5	5	5	5	5	5	5
47	4	4	5	4	4	4	4
48	5	5	4	5	5	4	4
49	5	5	4	4	5	4	4
50	4	3	3	4	4	4	4
ITEM KUESIONER							
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7
	OCR1	OCR2	OCR3	OCR4	OCR5	OCR6	OCR7
51	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	5	4	4	4	5
53	4	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4
56	5	4	5	5	5	4	5
57	5	4	5	5	5	4	5
58	4	4	4	5	5	5	5
59	4	5	5	4	4	4	5
60	4	5	5	5	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	5	4	4
63	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	4	5	5	5	5
65	5	4	4	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	3	4	4	4	3
68	4	5	4	5	4	5	4
69	4	4	4	4	5	5	4
70	5	5	5	5	5	5	5
71	4	5	4	5	5	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	4	5	5	5	5
75	5	4	4	4	5	3	3
76	5	5	4	5	5	4	5
77	5	5	3	5	3	5	5
78	5	5	3	4	4	4	4
79	5	4	4	5	5	4	4
80	5	5	5	5	5	4	4
81	4	4	4	3	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	4	5	5	3	4
86	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	3	4
88	5	5	5	5	5	5	5

89	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	4	4	4	4
91	5	5	5	5	5	5	5
92	5	4	4	5	5	3	3
93	5	5	5	5	5	5	5
94	5	4	4	4	3	4	4
95	5	5	4	5	5	5	4
96	4	4	3	5	4	4	3
97	5	5	5	5	5	5	5
Total	439	436	416	441	439	414	423

ITEM KUESIONER				
NO RESPONDEN	1	2	3	4
	H1	H2	H3	H4
1	4	4	4	4
2	5	5	5	5
3	4	4	5	5
4	5	5	5	5
5	5	3	5	4
6	4	4	4	4
7	3	4	4	4
8	4	4	4	4
9	5	4	4	4
10	5	4	5	4
11	2	3	5	4
12	5	5	5	5
13	4	5	5	5
14	5	5	5	5
15	4	4	3	4
16	3	3	3	3
17	5	5	5	5
18	4	4	4	4
19	5	4	5	3
20	3	3	3	3
21	3	4	5	4
22	3	2	3	3
23	4	4	5	5
24	4	4	4	4
25	5	3	3	3
26	1	1	4	1
27	5	4	5	5
28	1	3	3	3
29	4	4	4	4
30	5	5	5	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	4	4	5	4
34	4	4	4	4
35	5	4	4	5
36	4	5	4	5
37	5	5	5	4
38	5	3	3	3
39	4	5	3	4

40	5	4	4	4
41	5	5	5	5
42	3	3	4	4
43	4	4	4	4
44	4	3	5	4
45	3	4	5	4
46	4	4	4	4
47	3	4	4	4
48	4	3	4	5
49	4	4	4	4
50	4	4	4	4

ITEM KUESIONER				
NO RESPONDEN	1	2	3	4
	H1	H2	H3	H4
51	4	4	4	4
52	5	5	5	5
53	5	5	5	5
54	5	5	5	5
55	4	4	4	4
56	5	5	5	5
57	5	5	5	5
58	4	4	4	4
59	5	4	4	4
60	5	3	3	3
61	4	4	5	4
62	4	4	5	4
63	5	5	5	5
64	4	4	5	5
65	5	1	1	5
66	5	5	5	5
67	4	3	4	5
68	5	4	5	4
69	3	3	5	4
70	5	5	5	5
71	4	4	4	5
72	4	3	3	3
73	5	5	5	4
74	4	4	4	4
75	3	3	4	3
76	5	5	5	5
77	5	4	5	5
78	3	4	4	4
79	5	5	4	4
80	5	4	4	4
81	5	4	4	5
82	5	5	5	5
83	4	4	4	4
84	5	5	5	5
85	4	3	4	4
86	4	4	5	4
87	4	3	4	3
88	5	3	5	4
89	4	5	5	5

90	4	4	5	4
91	5	5	4	5
92	5	5	5	3
93	5	4	4	4
94	4	1	4	4
95	3	3	3	3
96	4	4	4	3
97	5	5	5	4
Total	406	382	414	399

ITEM KUESIONER											
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	3	4	2	4	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4
7	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4
11	4	4	3	2	4	5	3	4	3	3	2
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	3	3	5	5	4	5	4	4	4
16	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
19	5	1	4	4	5	4	5	5	5	5	4
20	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
21	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5
22	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
23	4	5	4	4	5	4	4	4	3	2	4
24	4	4	5	2	3	2	5	5	5	4	5
25	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5
26	2	2	2	1	4	5	4	4	1	2	5
27	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
28	5	1	5	2	1	1	5	5	3	4	4
29	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5
30	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
31	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
34	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
35	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
36	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
38	5	5	5	3	2	2	5	4	5	5	3
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5

40	5	5	4	1	3	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
42	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
44	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
45	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5
46	5	5	5	4	5	2	4	5	5	5	5
47	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4
48	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3
49	4	4	4	4	2	2	2	5	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

ITEM KUESIONER											
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	3	4	4	4	3	4	5	5	5	4
56	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
57	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
58	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
59	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
60	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4
61	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
63	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
64	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	3	4	3	5	4	5
68	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
69	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	1
70	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
72	4	5	4	5	4	2	3	3	3	4	3
73	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3
74	5	4	5	3	4	2	4	4	5	5	2
75	5	3	3	4	1	1	3	4	3	3	3
76	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
77	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	2
78	5	5	3	4	2	4	5	3	4	3	4
79	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
80	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3
82	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
83	5	3	5	3	3	1	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	3	3	4	3	3	3	4	5	5	5	4
86	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	3
87	5	5	3	1	3	2	3	3	3	3	3
88	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
89	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5

93	√													
94	√													
95	√													
96	√													
97	√													

Lampiran 4. Output SPSS Versi 25.0 Validitas *Viral Marketing*

		Correlations						
		VM1	VM2	VM3	VM4	VM5	VM6	VM_Total
VM1	Pearson Correlation	1	,346**	,173	,490**	,289**	,247*	,726**
	Sig. (2-tailed)		,001	,091	,000	,004	,015	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
VM2	Pearson Correlation	,346**	1	,003	,287**	,440**	,506**	,680**
	Sig. (2-tailed)	,001		,976	,004	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
VM3	Pearson Correlation	,173	,003	1	,076	,302**	,154	,377**
	Sig. (2-tailed)	,091	,976		,461	,003	,132	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
VM4	Pearson Correlation	,490**	,287**	,076	1	,269**	,083	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,461		,008	,416	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
VM5	Pearson Correlation	,289**	,440**	,302**	,269**	1	,444**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,003	,008		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
VM6	Pearson Correlation	,247*	,506**	,154	,083	,444**	1	,570**
	Sig. (2-tailed)	,015	,000	,132	,416	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
VM_Total	Pearson Correlation	,726**	,680**	,377**	,672**	,707**	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 5. Output SPSS Versi 25.0 Validitas *Online Consumer Reviews*

		Correlations							OCR_
		OCR1	OCR2	OCR3	OCR4	OCR5	OCR6	OCR7	Total
OCR1	Pearson Correlation	1	,734**	,425**	,603**	,322**	,547**	,562**	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
OCR2	Pearson Correlation	,734**	1	,464**	,568**	,293**	,557**	,559**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,004	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
OCR3	Pearson Correlation	,425**	,464**	1	,504**	,487**	,376**	,530**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
OCR4	Pearson Correlation	,603**	,568**	,504**	1	,591**	,474**	,506**	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
OCR5	Pearson Correlation	,322**	,293**	,487**	,591**	1	,365**	,327**	,618**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,000	,000		,000	,001	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
OCR6	Pearson Correlation	,547**	,557**	,376**	,474**	,365**	1	,744**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
OCR7	Pearson Correlation	,562**	,559**	,530**	,506**	,327**	,744**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
OCR_Tot al	Pearson Correlation	,788**	,788**	,715**	,780**	,618**	,786**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97

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

Lampiran 6. Output SPSS Versi 25.0 Validitas Harga

		Correlations				
		H1	H2	H3	H4	H_Total
H1	Pearson Correlation	1	,517**	,292**	,517**	,754**
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,000	,000
	N	97	97	97	97	97
H2	Pearson Correlation	,517**	1	,576**	,567**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97
H3	Pearson Correlation	,292**	,576**	1	,435**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97
H4	Pearson Correlation	,517**	,567**	,435**	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97
H_Total	Pearson Correlation	,754**	,861**	,723**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97

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

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,051	,000	,000		,000	,022	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
KP10	Pearson Correlation	,381**	,299**	,663**	,499**	,392**	,099	,439**	,507**	,625**	1	,326**	,720**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,000	,000	,336	,000	,000	,000		,001	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
KP11	Pearson Correlation	,068	,088	,313**	,377**	,260*	,125	,380**	,193	,233*	,326**	1	,506**
	Sig. (2-tailed)	,510	,393	,002	,000	,010	,224	,000	,058	,022	,001		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
KP_Total	Pearson Correlation	,523**	,603**	,779**	,691**	,739**	,510**	,675**	,506**	,727**	,720**	,506**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 8. Output SPSS Versi 25.0 Reliability

Viral Marketing

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,691	6

Online Consumer Reviews

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	7

Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	4

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	11

Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan *one sample kolmogorov-smirnov test asymp.sig. (2-tailed)* menunjukkan nilai $0.025 < 0.05$. Dari hasil tersebut data tidak berdistribusi normal, sehingga penelitian ini menggunakan opsi lain, yaitu dengan metode Monte Carlo Sig. (2-tailed) nilai menunjukkan $0.303 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual atau data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas pada model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel independen dengan dependen karena nilai *tolerance* pada variabel *viral marketing*, *online consumer reviews* dan harga berada di atas 0.10, sedangkan nilai VIF variabel *viral marketing*, *online consumer reviews* dan harga berada dibawah 10.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji glejser, variabel *viral marketing*, *online consumer reviews* dan harga memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0.05. Karena semua uji variabel independen memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan melalui uji glejser tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup**Daftar Riwayat Hidup****Data Pribadi**

Nama : Safira
NPK : 21170000274
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 18 Mei 1998
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Bekasi Timur IX Dalam 008/003 Rawa Bunga
Jatinegara, Jakarta Timur 13350
Telepon : 083898982199
Email : sasavira18@gmail.com

Pendidikan Formal

SDN Rawa Bunga 03 Pagi : Lulus Tahun 2010
SMPN 44 Jakarta Timur : Lulus Tahun 2013
SMA Muhammadiyah 4 Jakarta Timur : Lulus Tahun 2016
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia : Lulus Tahun 2021

Pengalaman Organisasi

2015 – 2016 : Wakil Bendahara Ekstrakurikuler Tari Saman SMAM4, Jakarta
2014 – 2015 : Anggota Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) SMAM4, Jakarta