

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Biodata

#### RIWAYAT HIDUP

Nama : Moh Husnan  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 28 Oktober 1998  
Status : Belum Menikah  
Alamat Rumah : Jl. Tambak Asri Tanjung  
7/7A, Surabaya  
Alamat Email : mhusnan28@gmail.com  
Sekolah Dasar : SDN BAIPAJUNG 1  
SLTP/ Sederajat : Mts. AMANATUL UMMAH  
SLTA/ Sederajat : MA. AMANATUL UMMAH



## Lampiran 2 : Penelitian Terdahulu

No	Judul Artikel dan Sumber Jurnal	Variabel Penelitian	Sampel, pengumpulan data, dan metode analisis	Hasil penelitian
1	THE IMPACT OF QUALITY OF SERVICE AND PROMOTION UPON THE ONLINE CONSUMER BUYING DECISIONS Dharmawaty Djaharuddin (2021)	X1 : kualitas layanan X2 : promosi Y : keputusan pembelian	Sampel : 75 Pengumpulan data : kuisisioner Metode analisis : RLB	Hasil uji parsial menunjukkan bahwa efisiensi layanan berpengaruh langsung keputusan pelanggan dan variabel promosi memiliki pengaruh langsung keputusan konsumen. Tes yang berlaku mengungkapkan bagaimana, seperti yang diterapkan pada promosi komponen, efisiensi layanan memang memiliki pengaruh terbesar pada keputusan pelanggan, dengan nilai kontribusi 43,5 persen.
2	PENGARUH ELECTRONIC	X1 : E-WOM X2 : brand	Sampel : 60 Pengumpulan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

	<p>WORD OF MOUTH,          BRAND IMAGE,          BRAND TRUST          TERHADAP          KEPUTUSAN          PENGGUNAAN          JASA OJEK          ONLINE GO-JEK DI          SAMARINDA</p> <p>Muhammad Aries          Firnanda dan          Asnawati          (2017)</p>	<p>image          X3 : brand          trust          Y : keputusan          pembelian</p>	<p>data : kuisinoner          Metode analisis          : RLB</p>	<p>: Electronic Word          Of Mouth          berpengaruh positif          signifikan terhadap          Keputusan          Pembelian          dibuktikan dengan          output dimana nilai          thitung &gt; ttabel          (3,573&gt;2,003)          dengan signifikansi          0,01&lt;0,05. Brand          Image berpengaruh          positif tidak          signifikan terhadap          Keputusan          Pembelian          dibuktikan dengan          output dimana nilai          thitung &gt; ttabel          (0,598&lt;2,003) dan          signifikansi          (0,552&gt;0,05).          Brand Trust          berpengaruh positif          signifikan terhadap          Keputusan          Pembelian          dibuktikan dengan          output dimana nilai          thitung &gt; ttabel</p>
--	---	---	--	---

				(3,333>2,003) dengan signifikansi 0,02<0,05.
3	<p>PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FREIGHT FORWARDER DI PT XYZ GLOBAL FORWARDING MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA</p> <p>Erna Mulyati dan Sheila Zahra Amany Fauzia (2020)</p>	<p>X1 : harga X2 : kualitas pelayanan Y : keputusan pembelian</p>	<p>Sampel : 80 Pengumpulan data : random sampling Metode analisis : RLB</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian, hasil dari uji-F menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, namun ketika menggunakan uji-t menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, sementara itu kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan. Hasil dari uji koefisien determinasi (<math>R^2</math>) variabel-variabel independen menimbulkan besaran pengaruh</p>

				terhadap variabel terikatnya sebesar 9,7% dan sisanya 90,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4	<p>PENGARUH HARGA DAN PROMOSI GRAB TERHADAP BRAND IMAGE YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI BERBASIS ONLINE</p> <p>Rafael Billy Leksono dan Herwin (2017)</p>	<p>X1 : harga X2 : promosi Y1 : brand image Y2 : keputusan pembelian</p>	<p>Sampel : 205 Pengumpulan data : kuisisioner Metode analisis : analisis regresi berganda sub-struktural II.</p>	<p>Dari hasil analisis hipotesis bahwa harga berpengaruh terhadap brand image; promosi berpengaruh terhadap brand image; harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian; promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian; dan brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian.</p>
5	<p>PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA</p>	<p>X1 : kualitas layanan X2 : harga Y : keputusan</p>	<p>Sampel : 115 Pengumpulan data : angket,wawancara</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui adanya pengaruh hubungan</p>

	<p>TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN BARANG JNE (JALUR NUGRAHA EKAKURIR) DI AGEN PUTRO AGUNG WETAN SURABAYA</p> <p>R. Ananda Irhasr Maha Adiprayitno (2017)</p>	<p>pembelian</p>	<p>ra, dan dokumentas Metode analisis : RLB</p>	<p>antara variabel kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan sebesar 4,470% , dan harga terhadap keputusan penggunaan sebesar 4,617 % terhadap jasa pengiriman baran JNE di agen Putro Agung Wetan Surabaya.</p>
<p>6</p>	<p>PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI PT. ZATAKA EXPRESSINDO UTAMA Senia Eka Putri dan</p>	<p>X1 : kualitas pelayanan X2 : lokasi Y : keputusan pembelian.</p>	<p>Sampel : 98 Pengumpulan data : 1. Wawancara (interview) Yaitu pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab dengan responden maupun dengan para karyawan PT. Zataka Expressindo</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Zataka Expressindo Utama. Secara parsial lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan</p>

	Tiffany Ratu Firdaus (2020)		<p>Utama.</p> <p>2. Daftar Pertanyaan (questionnaire) Yaitu pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan melalui daftar pertanyaan tertulis untuk diisi oleh responden.</p> <p>3. Studi Dokumentasi Yaitu mengumpulkan dan mempelajari informasi yang bersumber dari buku, jurnal, majalah, dan internet yang berkaitan dengan penelitian.</p> <p>Metode analisis : RLB</p>	<p>pembelian dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Zataka Expressindo Utama. Secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Zataka Expressindo Utama. Sedangkan berdasarkan perhitungan nilai Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 77. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan lokasi memberikan pengaruh yang</p>
--	-----------------------------	--	---	--

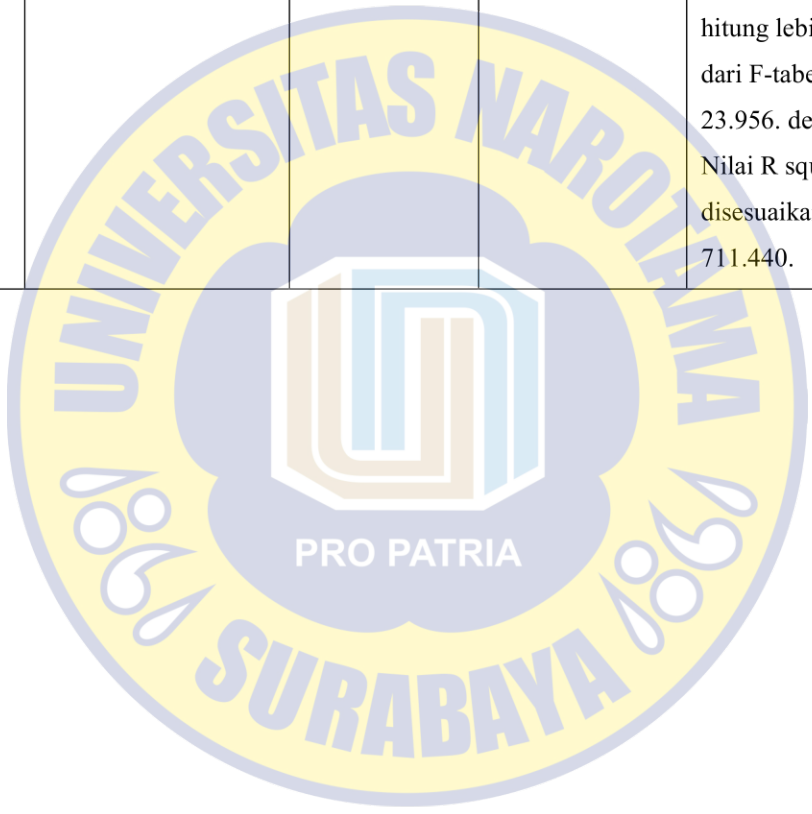
				<p>signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Zataka Expressindo Utama sebesar 7%. Sedangkan sisanya sebesar 73% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>
7	<p>SERVICE QUALITY AND CONSUMER'S TRUST USING PT. JNE GORONTALO BRANCH</p> <p>Hapsawati Taan (2019)</p>	<p>X1 : kualitas pelayanan.</p> <p>X2 : kepercayaan.</p> <p>Y : keputusan pembelian</p>	<p>Sampel : 96</p> <p>Pengumpulan data : observasi dan kuisioner</p> <p>Metode analisis : RLB</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Kualitas layanan dan kepercayaan memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan konsumen. Temuan menarik dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas</p>



				<p>pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.</p>
8	<p>THE EFFECT OF E-WOM AND PERCEIVED VALUE ON THE PURCHASE DECISION OF FOODS BY USING THE GO-FOOD APPLICATION AS MEDIATED BY TRUST</p> <p>Handi Handi, Tonny Hendratono, Edi Purwanto, John J.O.I. Ihalauw (2018)</p>	<p>X1 : E-WOM X2 : NILAI YANG DI PERCAYA Y1 : keputusan pembelian. Y2 : kepercayaan</p>	<p>Sampel : 175 Pengumpulan Data : kuisisioner Metode Analisis : SEM</p>	<p>Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) kata elektronik dari mulut ke mulut mempengaruhi secara signifikan dan positif pada kepercayaan; (2) nilai yang dirasakan mempengaruhi kepercayaan secara signifikan dan positif; (3) pengaruh elektronik dari mulut ke mulut secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian; (4) nilai yang dirasakan mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian; (5)</p>

				kepercayaan berpengaruh signifikan dan secara positif pada keputusan pembelian.
9	<p>EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PROMOTION ON CONSUMER DECISIONS TO USE GRABCAR ONLINE TAXI IN MEDAN AND ITS SURROUNDINGS</p> <p>Abdul Murad Tanjung, Endang Sulistya Rini dan Beby Karina Fawzee Sembiring (2021)</p>	<p>X1 : citra merk</p> <p>X2 : harga</p> <p>X3 : promosi</p> <p>Y : keputusan pembelian</p>	<p>Sampel : 279</p> <p>Pengumpulan data : kuisisioner</p> <p>Metode analisi : RLB</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, harga , dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan tentang keputusan konsumen untuk menggunakan Grabcar secara online taksi di Medan dan sekitarnya.</p>
10	<p>THE EFFECT OF PROMOTION MIX ON CONSUMER DECISIONS USING GRAB-FOOD IN PALEMBANG</p> <p>Rizana Oktari, Zakaria Wahab,</p>	<p>X : Bauran Promosi</p> <p>Y : Keputusan pembelian</p>	<p>Sampel : 20</p> <p>Pengumpulan data : kuisisioner</p> <p>Metode analisis : RLB</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel periklanan, promosi penjualan,publisitas ,pemasaran langsung memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan</p>

	Marlina Widiyanti (2020)			konsumen dalam menggunakan Grab-Food di Palembang. Hal tersebut dibuktikan dengan perhitungan uji F, diperoleh F-hitung lebih besar dari F-tabel sebesar 23.956. dengan Nilai R square yang disesuaikan dari 711.440.
--	-----------------------------	--	--	---



### Lampiran 3 : Kuesioner

#### KUESIONER PENELITIAN

Kepada  
Yth, Pengguna Jasa KURIRMU  
Ditempat

Dengan hormat,

Bersama dengan ini, saya beritahukan bahwa saya :

Nama : Moh Husnan

NIM : 01217083

Fak/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Kepada Saudara/i responden, dimohon untuk menjawab pertanyaan pada kuisisioner dengan judul. Jawaban anda akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian skripsi.

Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga , Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa KURIRMU di Kota Surabaya.

Atas bantuannya saya sampaikan terimakasih.

Hormat Saya,

Moh Husnan



Sangat Setuju (SS)

: 5

No	Item kuisioner	Kategori				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Electronic Word of Mouth (X1)</b>						
1	Saya sering mendapatkan ulasan jasa KURIRMU dari media sosial					
2	Saya sering mendapat informasi mengenai jasa KURIRMU di media sosial					
3	Saya mendapatkan ulasan positif dari media sosial tentang jasa KURIRMU					
<b>Harga (X2)</b>						
5	Harga yang ditawarkan oleh jasa KURIRMU terjangkau dan ramah di kantong.					
6	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan					
7	Harga jasa yang di tawarkan oleh KURIRMU dapat bersaing dengan jasa pengiriman yang lain					
8	Harga yang ditawarkan KURIRMU sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen					
<b>Kepercayaan X3</b>						
9	fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen.					
10	Konsumen mudah dalam melakukan komunikasi dengan admin KURIRMU					
11	KURIRMU konsiten dalam kehandalan pelayanan.					
12	Kesigapan dan kecepatan KURIRMU dalam menyelesaikan masalah dan memeberikan pelayanan yang tanggap					
13	Kurir mampu memberikan keramahan, kepercayaan, dan keamanan.					
14	Saya sudah mantap Ketika saya memutuskan menggunakan jasa					

	KURIRMU					
15	Saya sudah menggunakan KURIRMU lebih dari satu kali					
16	Saya merekomendasikan KURIRMU kepada orang lain					
17	Saya sudah sering menggunakan KURIRMU.					



#### Lampiran 4 : Tabulasi Karakteristik Responden

1. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25	10	10.4%
26-35	13	13.5%
36-45	46	47.9%
46-55	13	13.5%
>55	14	14.6%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	16	16.7%
Perempuan	80	83.3%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

3. Karakteristik responden berdasarkan profesi

Profesi	Jumlah	Presesntase
Ibu Rumah Tangga	37	38.5%
Pegawai Negeri Sipil	7	7.3%
Wiraswasta	27	28.1%
Karyawan Swasta	21	21.9%
Mahasiswa	3	3.1%
Lainnya	1	1.0%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>



4. Karakteristik responden berdasarkan profesi

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>SMP</b>	2	2.1%
<b>SMA</b>	49	51.0%
<b>Diploma</b>	5	5.2%
<b>Sarjana</b>	40	41.7%
<b>Total</b>	96	100.0%

5. Karakteristik responden berdasarkan profesi

<b>DOMISILI</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>Surabaya Barat</b>	22	22.9%
<b>Surabaya Utara</b>	10	10.4%
<b>Surabaya Selatan</b>	24	25.0%
<b>Surabaya Timur</b>	31	32.3%
<b>Surabaya Pusat</b>	9	9.4%
<b>Total</b>	96	100.0%

## Lampiran 5 : Tabulasi Data Kuesioner

### 1. Variabel Electronic Word of Mouth

No Responden	Electronic Word of Mouth			Total
	X1.1	X1.2	X1.3	
1	3	4	3	10
2	3	4	4	11
3	4	5	4	13
4	4	5	4	13
5	3	4	5	12
6	4	4	3	11
7	4	4	4	12
8	4	5	3	12
9	4	4	4	12
10	4	4	4	12
11	3	3	3	9
12	4	5	5	14
13	4	4	3	11
14	5	5	5	15
15	4	4	4	12
16	3	4	4	11
17	3	4	4	11
18	3	4	4	11
19	3	4	4	11
20	4	4	4	12
21	3	4	3	10
22	4	4	4	11
23	3	3	3	9
24	4	4	3	11
25	4	5	4	13
26	4	4	4	12
27	4	5	4	13
28	3	3	3	9
29	3	3	3	9
30	4	4	4	12
31	5	5	5	15
32	4	4	4	12
33	4	4	4	12
34	4	4	5	13
35	5	5	5	15
36	4	5	4	13
37	4	5	4	13
38	4	4	4	12
39	4	4	3	11
40	4	4	3	11

41	4	4	3	11
42	3	4	4	11
43	3	4	3	10
44	5	5	5	15
45	3	5	4	12
46	4	5	5	14
47	4	4	4	12
48	3	4	4	11
49	3	4	3	10
50	3	4	4	11
51	3	3	3	9
52	4	5	5	14
53	4	4	3	11
54	5	5	5	15
55	4	4	4	12
56	3	4	4	11
57	3	4	4	11
58	3	4	4	11
59	3	4	4	11
60	4	4	4	12
61	3	4	3	10
62	4	3	4	11
63	3	3	3	9
64	4	4	3	11
65	4	5	4	13
66	4	4	4	12
67	4	5	4	13
68	3	3	3	9
69	3	3	3	9
70	4	4	4	12
71	3	4	3	10
72	3	4	4	11
73	4	5	4	13
74	4	5	4	13
75	3	4	5	12
76	4	4	3	11
77	4	4	4	12
78	4	5	3	12
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	3	3	3	9
82	4	5	5	14
83	4	4	3	11
84	5	5	5	15
85	4	4	4	12

86	3	4	4	11
87	3	4	4	11
88	3	4	4	11
89	3	4	4	11
90	4	4	4	12
91	3	4	3	10
92	4	3	4	11
93	3	3	3	9
94	4	4	3	11
95	4	5	4	13
96	4	4	4	12

## 2. Variabel Harga

No Responden	Harga				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	3	3	3	3	12
2	4	5	5	4	18
3	4	4	3	4	15
4	5	5	5	4	19
5	4	4	4	4	16
6	3	4	4	4	15
7	3	4	4	5	16
8	3	4	4	3	14
9	3	4	4	4	15
10	4	4	4	5	17
11	3	3	3	4	14
12	4	3	4	4	15
13	3	3	3	4	13
14	4	4	3	4	15
15	4	5	4	4	17
16	4	4	4	4	16
17	4	5	4	5	18
18	3	3	3	4	13
19	3	3	3	4	13
20	4	4	4	4	16
21	5	5	5	4	19
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	3	15
24	4	4	5	4	17
25	5	5	5	5	20
26	4	5	4	3	16
27	4	5	4	4	17
28	4	4	4	4	16
29	4	4	3	4	15

30	4	4	3	4	15
31	4	4	3	4	15
32	3	4	4	4	15
33	3	4	3	4	14
34	5	5	5	4	19
35	3	5	4	4	16
36	4	5	5	5	19
37	4	4	4	4	16
38	3	4	4	4	15
39	3	4	3	4	14
40	3	4	4	4	15
41	3	3	3	4	13
42	4	5	5	4	18
43	4	4	3	4	15
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	3	4	4	4	15
47	3	4	4	4	15
48	3	4	4	4	15
49	3	4	4	4	15
50	4	4	4	4	16
51	3	4	3	4	14
52	4	3	4	4	15
53	3	3	3	5	14
54	4	4	3	4	15
55	4	5	4	4	17
56	4	4	4	3	15
57	4	5	4	4	17
58	3	3	3	4	13
59	3	3	3	4	13
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	4	19
62	4	4	4	5	17
63	4	4	4	4	16
64	4	4	5	3	16
65	5	5	5	4	19
66	4	5	4	3	16
67	4	5	4	4	17
68	4	4	4	3	15
69	4	4	3	4	15
70	4	4	3	4	15
71	3	5	4	3	15
72	4	5	5	4	18
73	4	4	4	4	16
74	3	4	4	4	15

75	3	4	3	4	14
76	3	4	4	4	15
77	3	3	3	5	14
78	4	5	5	3	17
79	4	4	3	4	15
80	5	5	5	5	20
81	4	4	4	4	16
82	3	4	4	4	15
83	3	4	4	4	15
84	3	4	4	4	15
85	3	4	4	4	15
86	4	4	4	4	16
87	3	4	3	5	15
88	4	3	4	4	15
89	3	3	3	4	13
90	5	4	4	4	17
91	4	4	3	4	15
92	5	4	4	4	17
93	3	3	4	3	13
94	3	3	4	4	14
95	4	4	4	4	16
96	5	5	4	4	18

### 3. Variabel Kualitas Pelayanan

No Responden	Kualitas Pelayanan					Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	5	3	4	3	5	20
2	4	4	4	4	4	20
3	5	4	5	4	4	22
4	3	4	4	4	4	19
5	4	4	4	4	4	20
6	3	4	3	3	4	17
7	4	5	4	4	4	21
8	4	3	3	3	4	17
9	5	4	4	4	3	20
10	4	5	5	4	5	23
11	4	4	4	4	4	20
12	3	4	3	3	3	16
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	5	4	4	21
15	5	4	4	4	4	21
16	4	4	4	4	4	20
17	4	5	4	4	4	21
18	3	4	4	3	3	17

19	3	4	4	3	4	18
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	3	4	19
22	4	4	4	4	4	20
23	3	3	3	4	4	17
24	4	4	4	3	3	18
25	5	5	4	4	4	22
26	4	3	3	3	3	16
27	5	4	4	4	4	21
28	5	4	4	4	4	21
29	4	4	4	3	4	19
30	3	4	4	4	4	19
31	4	4	3	4	4	19
32	5	4	4	4	3	20
33	5	4	5	4	4	22
34	4	4	4	3	4	19
35	3	4	4	4	4	19
36	4	5	4	4	4	21
37	4	4	4	3	3	18
38	5	4	5	4	4	22
39	4	4	3	3	3	17
40	4	4	4	3	4	19
41	4	4	4	3	3	18
42	5	4	4	4	5	22
43	4	4	3	5	4	20
44	5	5	5	5	5	25
45	5	4	4	5	4	22
46	3	4	4	4	4	19
47	4	4	3	4	4	19
48	3	4	4	3	4	18
49	4	4	3	3	3	17
50	3	4	3	3	4	17
51	3	4	4	4	4	19
52	3	4	3	4	3	17
53	4	5	5	4	4	22
54	4	4	5	4	3	20
55	4	4	4	3	4	19
56	4	3	3	4	3	17
57	4	4	3	4	4	19
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	3	4	19
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	3	5	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20

64	4	3	3	3	4	17
65	4	4	4	4	4	20
66	3	3	4	3	4	17
67	4	4	4	4	3	19
68	4	3	3	3	4	17
69	5	4	4	4	4	21
70	4	4	4	3	4	19
71	5	3	4	3	5	20
72	4	4	4	4	4	20
73	5	4	5	4	4	22
74	3	4	4	4	4	19
75	4	4	4	4	4	20
76	3	4	3	3	4	17
77	4	5	4	4	4	21
78	4	3	3	3	4	17
79	5	4	4	4	3	20
80	4	5	5	4	5	23
81	4	4	4	4	4	20
82	3	4	3	3	3	16
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	5	4	4	21
85	5	4	4	4	4	21
86	4	4	4	4	4	20
87	4	5	4	4	4	21
88	3	4	4	3	3	17
89	3	4	4	3	4	18
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	3	4	19
92	4	4	4	4	4	20
93	3	3	3	4	4	17
94	4	4	4	3	3	18
95	3	4	4	3	3	17
96	3	4	4	3	4	18

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian

No Responden	Keputusan Pembelian				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	4	3	3	3	13
2	4	3	4	5	16
3	3	3	3	4	13
4	5	5	5	5	20
5	4	5	5	4	18
6	4	4	5	4	17
7	5	5	5	4	19



8	4	3	3	4	14
9	5	5	4	4	18
10	5	5	4	4	18
11	4	4	3	4	15
12	3	4	4	3	14
13	4	4	4	3	15
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	5	17
16	4	4	4	4	16
17	5	4	4	5	18
18	4	4	4	3	15
19	4	4	4	3	15
20	4	4	3	4	15
21	3	3	3	5	14
22	4	3	4	4	15
23	3	3	3	4	13
24	4	3	5	4	16
25	4	5	4	5	18
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	5	17
28	3	4	5	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	5	4	4	4	17
33	4	5	4	4	17
34	5	4	4	5	18
35	4	4	4	5	17
36	5	5	4	5	19
37	4	5	5	4	18
38	5	4	4	4	17
39	4	5	4	4	17
40	4	4	5	4	17
41	4	3	3	3	13
42	4	3	4	5	16
43	3	3	3	4	13
44	5	5	5	5	20
45	4	5	5	4	18
46	4	4	5	4	17
47	5	5	5	4	19
48	4	3	3	4	14
49	5	5	4	4	18
50	5	5	4	4	18
51	4	4	3	4	15
52	3	4	4	3	14

53	4	4	4	3	15
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	5	17
56	4	4	4	4	16
57	5	4	4	5	18
58	4	4	4	3	15
59	4	4	4	3	15
60	4	4	3	4	15
61	3	3	3	5	14
62	4	3	4	4	15
63	3	3	3	4	13
64	4	3	5	4	16
65	4	5	4	5	18
66	5	5	5	5	20
67	4	4	4	5	17
68	3	4	5	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	3	3	3	4	13
72	4	3	5	4	16
73	4	5	4	5	18
74	5	5	5	5	20
75	4	4	4	5	17
76	3	4	5	4	16
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	16
80	5	4	4	4	17
81	4	5	4	4	17
82	3	4	4	3	14
83	4	4	4	3	15
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	5	17
86	4	4	4	4	16
87	5	4	4	5	18
88	4	4	4	3	15
89	4	4	4	3	15
90	4	4	3	4	15
91	3	3	3	5	14
92	4	3	4	4	15
93	3	3	3	4	13
94	4	3	5	4	16
95	4	4	4	5	17
96	3	4	5	4	16

## Lampiran 6 : Hasil Output SPSS

### A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Electronic Word of Mouth

<b>Correlations</b>					
		X1.1	X1.2	X1.3	total
X1.1	Pearson Correlation	1	.540**	.427**	.793**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.540**	1	.528**	.844**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.427**	.528**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	96	96	96	96
total	Pearson Correlation	.793**	.844**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	96	96	96	96

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.748	3

2. Harga

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	total
X2.1	Pearson Correlation	1	.542**	.509**	.100	.801**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.333	<.001
	N	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.542**	1	.614**	.035	.816**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.738	<.001
	N	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.509**	.614**	1	.000	.799**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		1.000	<.001
	N	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.100	.035	.000	1	.330**
	Sig. (2-tailed)	.333	.738	1.000		.001
	N	96	96	96	96	96
total	Pearson Correlation	.801**	.816**	.799**	.330**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.001	
	N	96	96	96	96	96

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.664	4

### 3. Kualitas Pelayanan

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Tot
X3.1	Pearson Correlation	1	.067	.358**	.343**	.205*	.657**
	Sig. (2-tailed)		.518	.000	.001	.045	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.067	1	.466**	.369**	.133	.588**
	Sig. (2-tailed)	.518		.000	.000	.198	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.358**	.466**	1	.319**	.294**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.343**	.369**	.319**	1	.272**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002		.007	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.205*	.133	.294**	.272**	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	.045	.198	.004	.007		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Tot	Pearson Correlation	.657**	.588**	.749**	.700**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0

	Total	96	100.0
--	-------	----	-------

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.659	5

#### 4. Keputusan Pembelian

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.543**	.323**	.263**	.760**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.001	.010	<.001
	N	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.543**	1	.465**	.151	.788**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.143	<.001
	N	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.323**	.465**	1	.094	.682**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001		.364	<.001
	N	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.263**	.151	.094	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.010	.143	.364		<.001
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.760**	.788**	.682**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	96	96	96	96	96

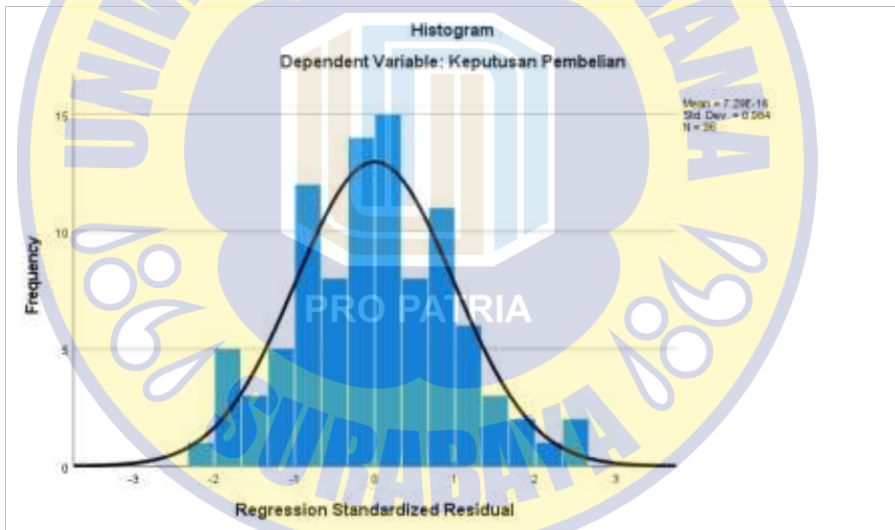
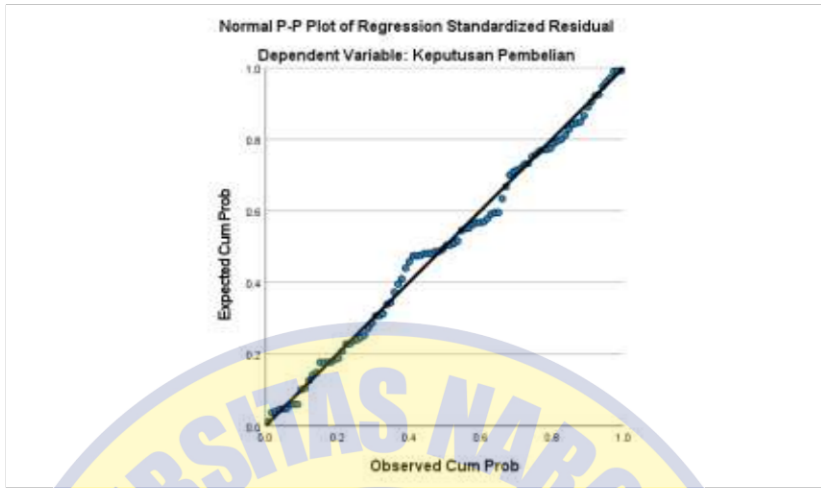
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	5

## B. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.52937404
Most Extreme Differences	Absolute		.068
	Positive		.059
	Negative		-.068
Test Statistic			.068
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		.326
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.313
		Upper Bound	.338



## 2. Multikolinearitas

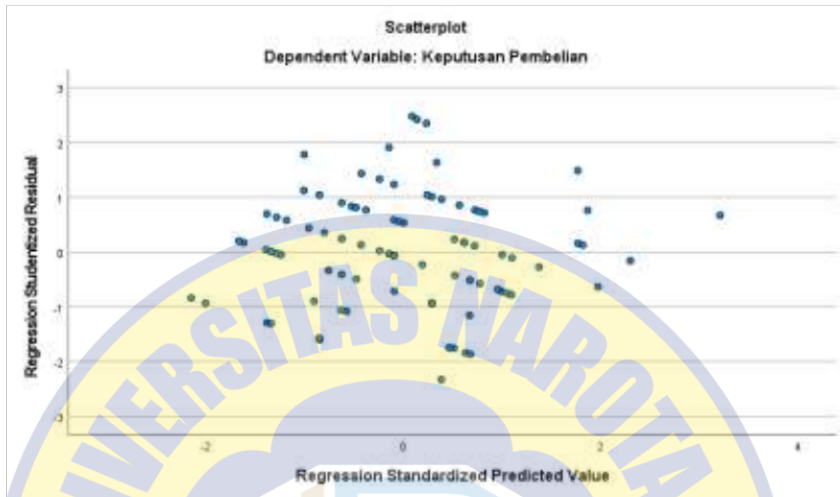
Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Electronic Word of Mouth	.942	1.062



	Harga	.858	1.166
	Kualitas Pelayanan	.886	1.129

### 3. Heteroskedastisitas

<b>Correlations</b>				
			Electronic Word of Mouth	Harga
Spearman's rho	Electronic Word of Mouth	Correlation Coefficient	1.000	.246*
		Sig. (2-tailed)	.	.016
		N	96	96
	Harga	Correlation Coefficient	.246*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.016	.
		N	96	96
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.138	.255*
		Sig. (2-tailed)	.181	.012
		N	96	96
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.048	.004
		Sig. (2-tailed)	.642	.966
		N	96	96



### C. Regresi Linier Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.006	2.136		2.812	.006
	Electronic Word of Mouth	.339	.109	.289	3.114	.002
	Harga	.342	.100	.333	3.426	<.001
	Kualitas Pelayanan	.045	.095	.045	.470	.640

#### D. Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.230	1.554

#### E. Uji Hipotesis

##### 1. Uji T

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.006	2.136		2.812	.006
	Electronic Word of Mouth	.339	.109	.289	3.114	.002
	Harga	.342	.100	.333	3.426	<.001
	Kualitas Pelayanan	.045	.095	.045	.470	.640

##### 2. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.786	3	25.262	10.459	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	222.204	92	2.415		
	Total	297.990	95			

**Lampiran 7 : Hasil Plagiasi Chekcer**



## Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 18%**

Date: Friday, January 07, 2022

Statistics: 3768 words Plagiarized / 21040 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

PRO PATRIA

SKRIPSI PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PENGIRMAN BARANG KURIRMU DI KOTA SURABAYA Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Narotama Surabaya / Oleh : Moh Husnan NIM : 01217083 PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA 2021

Lampiran 8 : Sertifikat Conference



Lampiran 9 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

**UNIVERSITAS MANOSTAMA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

No. Dokumen: F/100/01/02  
Tgl. Terbit: 04 Juli 2019  
Revisi: 00

1 NAMA MAHASISWA: MOH HUSNAN  
 2 NIM: 01217083  
 3 FAKULTAS: EKONOMI DAN BISNIS  
 4 PROGRAM STUDI: MANAJEMEN  
 5 TOPIK SKRIPSI: PEMASARAN  
 6 TANGGAL PENGAJUAN: 06 Maret 2021  
 7 NAMA PEMBIMBING I: ANI WULANDARI, S.S., MM  
 8 NAMA PEMBIMBING II:  
 9 URAIAN KONSULTASI:

NO	TANGGAL	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN	MONITORING	
			CATATAN	PARAF PEMBIMBING
1	1 - 4 - 2021	Observasi obyek penelitian	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
2	7 - 4 - 2021	Observasi terhadap fenomena bisnis/management	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
3	14 - 4 - 2021	Memantapkan masalah penelitian	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
4	21 - 4 - 2021	Kajitaz teoritis & empiris	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
5	28 - 4 - 2021	Simulasi dan Rancangan awal	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
6	5 - 5 - 2021	Pendekatan Metodologi penelitian	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
7	12 - 5 - 2021	Pendekatan instrument penelitian	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
8	19 - 5 - 2021	Pengumpulan data	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
9	26 - 5 - 2021	Tabulasi & Pengolahan Data	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
10	2 - 6 - 2021	Deskripsi Hasil Penelitian	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
11	9 - 6 - 2021	Interpretasi Hasil Penelitian	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/
12	16 - 6 - 2021	Kelengkapan Data	Sudah dilakukan dan berhasil baik	/

10 TANGGAL SELESAI BIMBINGAN: 30 Agustus 2021  
 11 TELAH DIEVALUASI DAN SIAP UNTUK DITULIS: ANI WULANDARI, S.S., MM  
 DOSEN PEMBIMBING: ANI WULANDARI, S.S., MM  
 SURABAYA DEKAN: Dr. Ir. R. HERMIEN TRIDAYANTI, MM

Dipindai dengan CamScanner