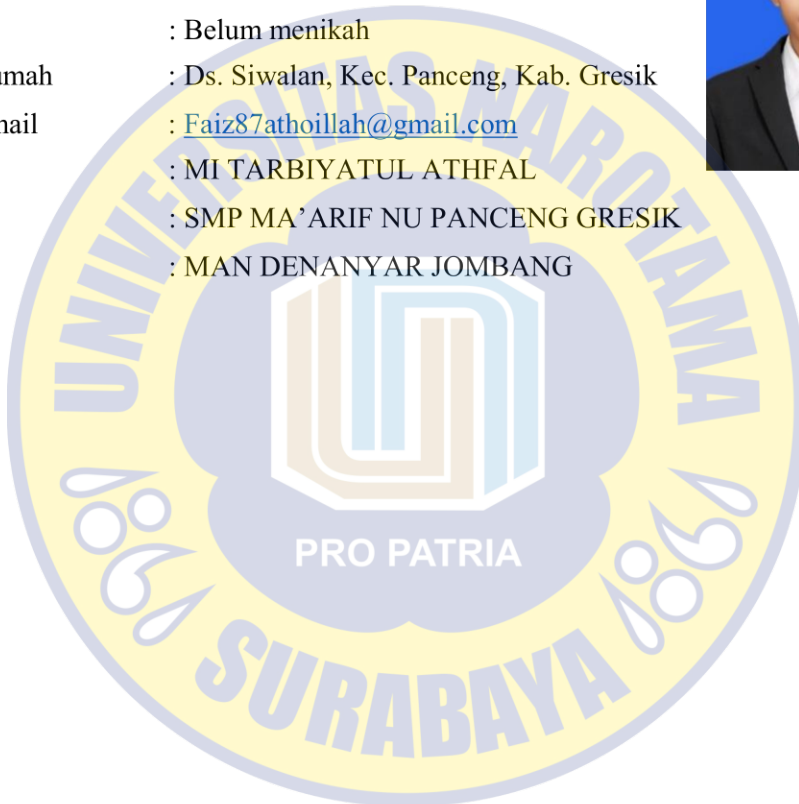


LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata

Nama : Muhammad Faiz Athoillah
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat Tanggal Lahir : Gresik, 26 September 1998
Status : Belum menikah
Alamat Rumah : Ds. Siwalan, Kec. Panceng, Kab. Gresik
Alamat Email : Faiz87athoillah@gmail.com
SD : MI TARBIYATUL ATHFAL
SMP : SMP MA'ARIF NU PANCENG GRESIK
SMA : MAN DENANYAR JOMBANG



Lampiran 2. Sertifikat Conference



Lampiran 3. Berita acara bimbingan skripsi

UNIVERSITAS Negeri Jember **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. NAMA MAHASISWA: MUHAMMAD FAIZ ATHOILLAH
 2. NIM: 01217072
 3. FAKULTAS: EKONOMI DAN BISNIS
 4. PROGRAM STUDI: MANAJEMEN
 5. TOPIC SKRIPSI: PEMASARAN
 6. TANGGAL PENGALUAN: 06-Maret-2021
 7. NAMA PEMBIMBING I: Dr. ARASY ALIMUDIN S.E., M.M.
 8. NAMA PEMBIMBING II:
 9. URAIAN KONSELUSI:

NO	TANGGAL	ISI BINCINGAN / KEGIATAN	MENTOR/REVISI	PENREKOR/REVISI
1	25-3-2021	Penyusunan awal penelitian	Revisi	
2	30-3-2021	Uraian awal penelitian skripsi	Revisi	
3	5-4-2021	Menyusun masalah penelitian	Acc 1, 2, 3	
4	9-4-2021	Kajian teoritis & Empiris	Revisi	
5	16-4-2021	Sistematika dan Rancangan hasil	Revisi	
6	29-5-2021	Pendalaman Materi skripsi	Revisi	
7	27-5-2021	Penyusunan sistematika penelitian	Acc. 4, 5, 6, 7.	
8	7-6-2021	Penyusunan data	Acc	
9	12-6-2021	Tata Letak & Penyusunan Data	Acc	
10	29-6-2021	Uraian Hasil Penelitian	Acc	
11	10-7-2021	Uraian Hasil Penelitian	Acc	
12	30-7-2021	Uraian Hasil Penelitian	Acc	

10. TANGGAL SELESAI BIMBINGAN: _____
 11. TELAH DITANDA TANGKI DAN BAP UNTUK ORANG: _____

DOKSEN PEMBIMBING: _____
 SURABAYA, _____
 DOKAN: _____

Dr. ARASY ALIMUDIN S.E., M.M. Dr. Ir. R. HERMIEN TRIDAYANTI, MM.

Lampiran 4. Hasil Plagiasi



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 20%

Date: Monday, October 25, 2021
Statistics: 3549 words Plagiarized / 17952 Total words
Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.



Lampiran 5. kuesioner



KUESIONER

PENGARUH ELEKTRONIK WORD OF MOUTH, DISKON PENJUALAN, IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOTOR VICTORY ONE RACING

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden Penelitian Skripsi

Di Tempat

Dengan Hormat,

Bersama ini saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i berkenan untuk mengisi kuesioner dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan memberi tanda checklist ☐ pada jawaban yang anda anggap paling tepat seperti berikut :

IDENTITAS RESPONDEN

Tolong berikan tanda (X) or (V) sesuai dengan jawaban yang anda pilih. Terima kasih.

1. Nama :

2. Jenis kelamin anda ?

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

3. Usia anda?

☐ 20-30 tahun

☐ 31-40 tahun

☐ 41-50 tahun

☐ > 50 tahun

3. Domisili?

☐ Surabaya Utara

☐ Surabaya Timur

☐ Surabaya Barat

☐ Surabaya Selatan

☐ Surabaya Pusat

4. Profesi?

☐ Pelajar

☐ Mahasiswa

☐ Karyawan Swasta

☐ Wiraswasta

☐ PNS

☐ Lainnya

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
E-WOM						
1.	Saya menyukai komunikasi secara tidak langsung melalui internet dalam mendapatkan informasi mengenai produk victory					
2.	Saya selalu mencari informasi terbaru mengenai produk victory melalui forum diskusi online di internet					
3.	Informasi yang di sampaikan pada forum diskusi online mengenai produk victory sesuai dengan keadaan sebenarnya menurut pengalaman dari konsumen lain					
Diskon						
4.	Besarnya diskon promo di victory menarik perhatian saya untuk membeli produk					
5.	Saya membuat kartu member di victory agar mendapatkan potongan harga saat pembelian					
6.	Saya membeli katalog victory untuk mendapatkan diskon per item produk victory.					
Iklan media social						
7.	Iklan otomotif dalam sosial media sangat berguna dalam memberikan informasi					
8.	Pesan iklan yang muncul membuat Saya tertarik untuk mencoba produk victory					
9.	Saya mengetahui barang yang bagus apa tidak karena adanya iklan dalam sosial media					
Keputusan pembelian						
10.	Saya bersedia membeli produk victory untuk penggantian sparepart motor saya					
11.	Saya akan merekomendasikan produk dari victory kepada teman atau keluarga					
12.	Saya memiliki kemungkinan untuk membeli produk victory secara berulang kali					

Lampiran 6. Tabulasi Karakteristik

Karateristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25	65	67,0%
26-30	14	14,4%
31-35	10	10,3%
36-40	4	4,1%
41-50	4	4,1%
>51	0	0,0%
Total	97	100%

Karateristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	62	63.9%
Perempuan	35	36.1%
Total	97	100%

Karateristik responden berdasarkan profesi

Profesi	Jumlah	Presesntase
Pelajar	19	19,6%
Mahasiswa	23	23,7%
Karyawan Swasta	18	18,6%
Wiraswasta	14	14,4%
PNS	6	6,2%
Lainnya	17	17,5%
Total	97	100,0%

Karateristik responden berdasarkan domisili

DOMISILI	Jumlah	Presentase
----------	--------	------------

Surabaya Utara	18	18,6%
Surabaya Timur	24	24,7%
Surabaya Barat	14	14,4%
Surabaya Selatan	19	19,6%
Surabaya Pusat	22	22,7%
Total	97	100.0%



Lampiran 7. Tabulasi data kuesioner

1. Variabel E-WoM

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

40	5	4	5	14
41	5	5	5	15
42	5	5	5	15
43	5	5	5	15
44	4	4	4	12
45	4	5	5	14
46	5	4	5	14
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	5	4	4	13
50	3	3	4	10
51	5	5	5	15
52	4	4	4	12
53	5	5	5	15
54	4	4	5	13
55	5	4	3	12
56	4	4	4	12
57	5	3	3	11
58	4	5	5	14
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	5	4	4	13
62	5	5	4	14
63	3	3	3	9
64	4	4	4	12
65	5	4	4	13
66	5	3	3	11
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	5	5	4	14
70	5	4	4	13
71	4	4	3	11
72	4	4	3	11
73	4	4	4	12
74	4	4	4	12
75	4	4	3	11
76	5	5	4	14
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	5	5	5	15
80	4	4	4	12
81	5	4	4	13
82	4	4	4	12
83	5	4	4	13
84	4	4	4	12

85	4	4	4	12
86	5	4	4	13
87	4	3	3	11
88	4	4	4	12
89	5	4	4	13
90	4	4	4	12
91	5	4	4	13
92	4	4	4	12
93	5	4	4	13
94	5	4	4	13
95	4	4	4	12
96	5	4	4	13
97	5	5	4	14

2. Variabel Diskon

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

27	4	4	4	12
28	4	5	5	14
29	3	4	4	11
30	3	4	4	11
31	3	5	3	11
32	4	4	4	12
33	4	4	4	12
34	4	4	5	13
35	4	4	4	12
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	4	3	5	13
39	4	4	4	12
40	3	4	5	12
41	4	4	4	12
42	5	5	5	15
43	5	4	5	14
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	4	3	3	10
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	3	4	4	11
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	4	3	4	11
54	4	5	5	14
55	4	3	3	10
56	5	4	4	13
57	4	4	4	12
58	5	5	3	13
59	3	4	4	11
60	4	4	4	12
61	5	4	5	14
62	5	4	5	14
63	3	3	3	9
64	4	4	4	12
65	4	4	3	11
66	4	4	4	12
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	4	4	4	12
70	4	4	4	12
71	4	4	3	11

72	3	3	3	9
73	4	4	4	12
74	3	4	4	11
75	4	4	4	12
76	3	3	4	10
77	4	4	4	12
78	4	5	4	13
79	3	5	5	15
80	4	4	4	12
81	5	5	5	15
82	4	4	4	12
83	5	4	4	13
84	4	4	4	12
85	5	4	4	13
86	5	5	5	15
87	4	4	4	12
88	4	4	4	12
89	5	5	5	15
90	4	4	4	12
91	5	4	4	13
92	4	5	4	13
93	4	4	5	13
94	4	4	4	12
95	4	3	3	10
96	4	4	4	12
97	4	4	4	12

3. Variabel Iklan media sosial

No	Iklan media sosial			Total
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	
1	4	4	4	12
2	5	4	4	13
3	4	4	5	13
4	4	4	5	13
5	4	4	5	13
6	5	4	4	13
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	4	3	4	11

14	4	3	4	11
15	4	3	4	11
16	3	4	3	10
17	5	4	4	13
18	5	4	4	13
19	5	5	4	14
20	4	4	3	11
21	4	4	4	12
22	4	4	4	12
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	4	4	4	12
26	4	5	4	13
27	4	5	4	13
28	4	5	4	13
29	4	4	5	13
30	5	4	4	13
31	5	4	4	13
32	4	5	5	14
33	4	5	5	14
34	4	5	5	14
35	5	5	4	14
36	5	4	4	13
37	5	5	4	14
38	5	5	5	15
39	4	5	5	14
40	5	4	5	14
41	4	5	5	14
42	4	5	5	14
43	5	5	5	15
44	5	4	4	13
45	5	5	5	15
46	5	4	4	13
47	5	4	4	13
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	3	4	4	11

59	4	4	3	11
60	4	4	3	11
61	4	4	3	11
62	3	3	4	10
63	3	3	4	10
64	3	3	4	10
65	3	3	4	10
66	4	4	3	11
67	4	4	3	11
68	4	4	3	11
69	3	4	3	10
70	4	3	3	10
71	4	3	3	10
72	4	4	4	12
73	3	3	3	9
74	5	5	4	14
75	5	4	4	13
76	4	3	3	10
77	3	3	4	10
78	3	3	4	10
79	4	3	4	11
80	4	3	4	11
81	5	4	4	14
82	4	4	3	11
83	3	4	4	11
84	4	4	4	12
85	4	4	4	12
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	4	4	4	12
89	4	4	4	12
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12
93	4	4	4	12
94	4	4	4	12
95	4	4	4	12
96	5	5	4	14
97	5	5	5	15

4. Variabel Keputusan pembelian

No	Iklan media sosial			Total
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	

1	4	5	5	14
2	5	5	5	15
3	5	4	4	13
4	5	4	5	14
5	5	5	5	15
6	5	4	4	13
7	5	5	5	15
8	5	5	5	15
9	4	4	4	12
10	4	5	5	14
11	5	4	4	13
12	5	4	4	13
13	5	5	4	14
14	5	4	4	13
15	4	4	4	12
16	5	5	4	14
17	4	5	3	12
18	5	4	4	13
19	5	4	5	14
20	5	5	4	14
21	4	4	4	12
22	5	5	4	14
23	5	5	5	15
24	4	4	4	12
25	4	4	4	12
26	5	4	4	13
27	4	4	4	12
28	5	5	4	14
29	4	4	4	12
30	4	5	4	13
31	4	4	4	12
32	5	4	4	13
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	5	4	4	13
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15
39	4	4	4	12
40	5	4	5	14
41	5	5	5	15
42	5	4	4	13
43	5	5	5	15
44	4	4	4	12
45	5	5	5	15

46	4	4	5	13
47	5	4	3	12
48	4	4	4	12
49	4	4	3	11
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	5	4	4	13
54	5	5	4	14
55	3	3	3	9
56	4	4	4	12
57	5	4	4	13
58	4	4	3	11
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	3	3	4	10
62	4	3	3	10
63	4	4	3	11
64	3	4	4	11
65	3	5	5	13
66	4	4	4	12
67	4	3	4	11
68	4	3	4	11
69	4	4	4	12
70	4	5	5	14
71	4	5	3	12
72	4	3	4	11
73	4	4	4	12
74	5	4	5	14
75	4	4	4	12
76	5	4	5	14
77	4	5	5	14
78	4	4	4	12
79	5	5	5	15
80	4	4	4	12
81	5	5	5	15
82	4	4	4	12
83	5	4	4	13
84	4	4	4	12
85	4	4	5	13
86	5	5	5	15
87	4	4	4	12
88	4	5	5	14
89	4	4	5	13
90	4	4	4	12

91	5	4	4	13
92	4	4	5	13
93	4	4	5	13
94	5	4	5	14
95	4	4	4	12
96	4	4	5	13
97	5	5	5	15



Lampiran 8. Hasil Output SPSS

A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Variabel E-WoM (X1)

		Correlations			
		x1.1	x1.2	x1.3	total
x1.1	Pearson Correlation	1	.351**	.246*	.679**
	Sig. (2-tailed)		<,001	.015	<,001
	N	97	97	97	97
x1.2	Pearson Correlation	.351**	1	.460**	.792**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	97	97	97	97
x1.3	Pearson Correlation	.246*	.460**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.015	<,001		<,001
	N	97	97	97	97
total	Pearson Correlation	.679**	.792**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	97	97	97	97

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	3

2. Variabel Diskon (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	total
x2.1	Pearson Correlation	1	.409**	.358**	.725**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	97	97	97	97
x2.2	Pearson Correlation	.409**	1	.516**	.797**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	97	97	97	97
x2.3	Pearson Correlation	.358**	.516**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	97	97	97	97
total	Pearson Correlation	.725**	.797**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	97	97	97	97

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.687	3

3. Variabel iklan media sosial (X3)

Correlations					
		x3.1	x3.2	x3.3	total
x3.1	Pearson Correlation	1	.484**	.260*	.762**
	Sig. (2-tailed)		<,001	.010	<,001
	N	97	97	97	97
x3.2	Pearson Correlation	.484**	1	.452**	.832**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	97	97	97	97
x3.3	Pearson Correlation	.260*	.452**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.010	<,001		<,001
	N	97	97	97	97
total	Pearson Correlation	.762**	.832**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	97	97	97	97

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	3

4. Variabel keputusan pembelian (Y)

		Correlations			
		y1	y2	y3	total
y1	Pearson Correlation	1	.428**	.329**	.751**
	Sig. (2-tailed)		<,001	.001	<,001
	N	97	97	97	97
y2	Pearson Correlation	.428**	1	.467**	.805**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	97	97	97	97
y3	Pearson Correlation	.329**	.467**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.001	<,001		<,001
	N	97	97	97	97
total	Pearson Correlation	.751**	.805**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	97	97	97	97

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.672	3

B. Hasil Uji Asumsi Klasik

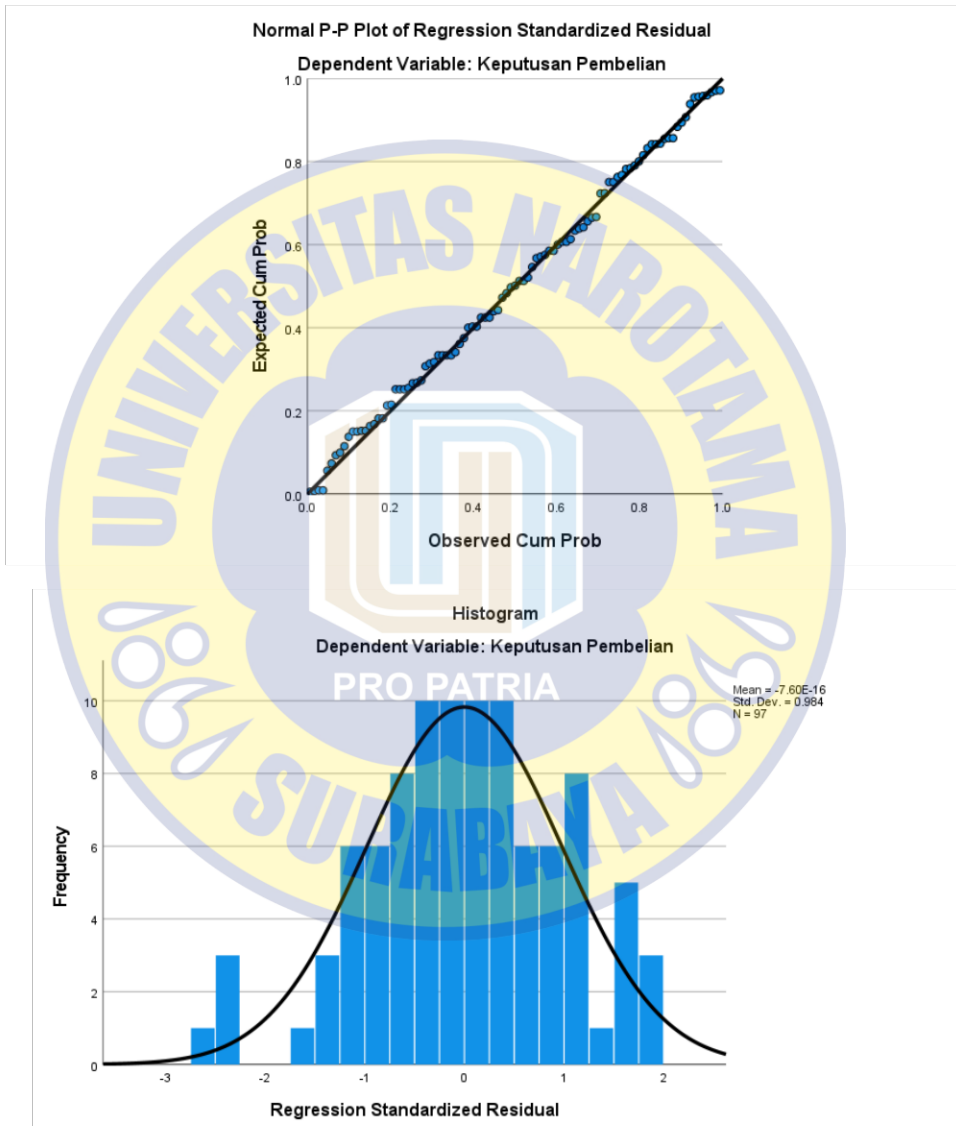
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.17352215	
Most Extreme Differences	Absolute	.043	
	Positive	.034	
	Negative	-.043	
Test Statistic			.043
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.935
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.929
		Upper Bound	.941

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.



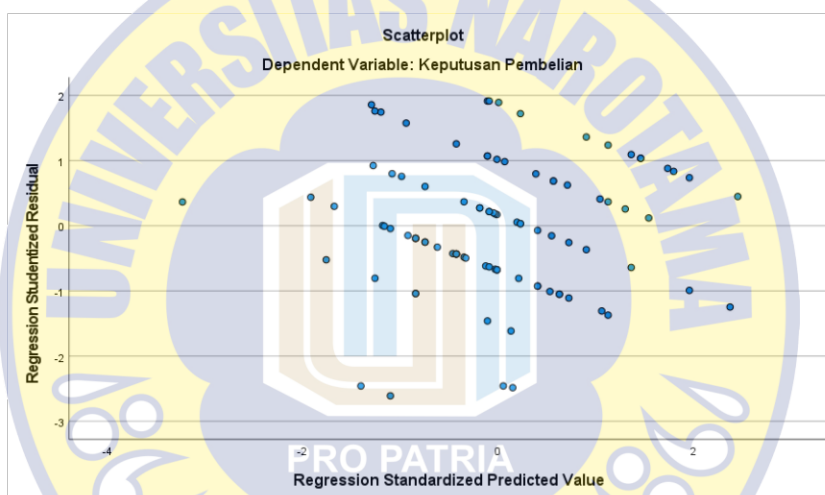
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	E-WoM	.746	1.340
	Diskon	.769	1.300
	Iklan media sosial	.966	1.035

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Heterokedastisitas



C. Hasil Uji Regresilinier Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.691	1.625		2.272	.025
	E-WoM	.219	.107	.212	2.047	.043
	Diskon	.231	.100	.237	2.317	.023
	Iklan media sosial	.285	.093	.280	3.078	.003

D. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 ^a	.254	.230	1.192

E. Uji Hepotesis**1. Uji T****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.691	1.625		2.272	.025
	E-WoM	.219	.107	.212	2.047	.043
	Diskon	.231	.100	.237	2.317	.023
	Iklan media sosial	.285	.093	.280	3.078	.003

2. Uji F**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.072	3	15.024	10.568	<.001 ^b
	Residual	132.207	93	1.422		
	Total	177.278	96			