DAFTAR PUSTAKA

Atika Aini Nasution (2020) Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus PT. Nusantara Berlian Motor Medan)

Azizah, S., & Prasetio, A (2019) Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatry)

Baehaqi A.M, Udayana N.B & Henny Welsa. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap *Customer Satisfaction* dan Keputusan Pembelian Konsumen. Yogyakarta

Dea Putri dan Krismi Budi (2019) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok

Diana, A. dan Yusuf, S. 2020. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir).* Jurnal STEI Ekonomi Vol. 22 No. 11

Emylia Dzulkharnain (2019) Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap KeputusanPembelian

Hera Septiani Patmala, Dian Candra Fatihah (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UKM Mart Kartika Widya Utama

Imam Sofyan Lubis, Riyan Ardiansah, Syukur Jaya, Kasmad Kasmad (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krispy Kreme Di Supermall Ciledug Tangerang

Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *2*(2), 115-129.

Lubis, Rodhitur Rahman (2021) Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Mitariani, N.W.E. and Imbayani, I.G.A. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart Di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung.* Jurnal Value Vol. 1 No. 4

Putra, Willy Wibowo (2021) Pengaruh persepsi harga dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian online: Studi pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Malang

SharenG. Tulanggow, Tinneke M.Tumbel, Olivia Walangitan (2019) Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado

Siti Alviah (2020) Pengaruh Promsi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopar Primavera PT Indo American Ceramics

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb. Selamat pagi, siang, sore, malam teman-teman, kakak, abang semuanya. Perkenalkan Saya Tasya Jogi (183112340250473) Prodi Manajemen Semester Akhir Mohon izin untuk share kuesioner penelitian Tugas Akhir saya yang berjudul "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Jakarta Pusat Oleh karena itu, dimohon kesediannya untuk teman-teman, kakak, abang semua menjadi partisipan dalam penelitian ini dengan menyediakan waktu 10-15 menit untuk mengisi kuesioner ini. Semua data & informasi akan dirahasikan & hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

II. IDENTITAS RESPONDEN

Nama*

Jenis Kelamin*

- Perempuan
- Laki-Laki

Usia*

- 17 - 25 Tahun
- 26 - 50 Tahun
- > 50 Tahun

Pendidikan Terakhir*

- SMA/Sederajat
- D3
- D4/S1
- S2/S3

Pendapatan Per Bulan*

- < Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
- > Rp. 5.000.000

III. DAFTAR PERNYATAAN

PROMOSI (X1)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Tampilan iklan di Social media mudah diingat dan menarik perhatian dalam memperkenalkan produk Shopee					
2.	Berbagai barang baru yang ditawarkan kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk membeli					

3.	Promosi yang dilakukan Shopee lewat social media sudah efektif bagi Anda					
4.	Banyak sekali orang yang memberikan informasi mengenai Shopee kepada anda membuat anda semakin termotivasi					
5.	Shopee menggunakan email untuk memberi tahu anda tentang promosi dan acara/event yang akan dilakukan shopee.					

KUALITAS PELAYANAN (X2)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Pelayanan Shopee sudah sesuai dengan yang diharapkan					
2.	Shopee dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3.	Shopee akan cepat merespon saat ada keterlambatan pengiriman					
4.	Respon penjual dilakukan dengan baik apabila ada complain					
5.	Semua produk yang dicari konsumen pasti selalu ada di Shopee					
6.	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Shopee					
7.	Shopee memiliki kesesuaian produk yang dipesan dan diterima konsumen					
8.	Kepekaan Shopee dalam memahami keinginan konsumen					
9.	Penjual Shopee memberikan sapaan saat berkomunikasi kepada konsumen					
10.	Produk sampai dalam kondisi yang baik					

11.	Produk sampai dengan pesanan yang lengkap					

PERSEPSI HARGA (X3)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga produk yang ditawarkan Shopee bervariasi dan terjangkau oleh konsumen					
2.	Harga produk Shopee yang rendah membuat konsumen ingin berbelanja kembali					
3.	Harga yang ditawarkan Shopee bervariasi sesuai dengan merk dari produk tersebut					
4.	Shopee menyediakan produk-produk dengan kualitas baik tapi harga yang murah					
5.	Harga produk yang ditawarkan Shopee memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan penjual lainnya					
6.	Harga produk yang ditawarkan Shopee cenderung rendah					
7.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Shopee sesuai dengan kemampuan daya beli saya					
8.	Harga produk yang ada di Shopee wajar dibandingkan dengan hasil yang didapatkan oleh konsumen					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS

1.	Saya melakukan pembelian di Shopee karena kualitas produknya baik dan harganya terjangkau.					
2.	Saya akan merekomendasikan Shopee kepada keluarga/kerabat lainnya.					
3.	Saya membeli produk Shopee atas rekomendasi keluarga/kerabat.					
4.	Saya terbiasa membeli produk Shopee karena adanya kesesuaian dengan apa yang saya harapkan.					
5.	Saya akan melakukan pembelian ulang produk Shopee					

UNIVERSITAS NASIONAL

Lampiran 2

TABULASI DATA

PROMOSI (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
5	5	5	4	4	23
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	4	3	2	1	15
3	3	3	4	3	16
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	4	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	4	24
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19
2	2	2	1	2	9
4	4	4	4	4	20
3	4	5	4	3	19
4	5	3	5	5	22
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	4	17
4	5	5	4	5	23
3	4	4	4	4	19
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22

4	4	4	5	3	20
4	4	3	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16
4	5	5	5	4	23
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	3	14

3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	3	22
2	4	2	5	3	16
5	5	3	4	5	22
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18
3	5	3	4	5	20
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
3	4	4	4	3	18
4	5	5	5	5	24
4	5	4	5	4	22
4	3	5	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	3	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	4	17
5	5	4	3	3	20
4	4	5	5	4	22

KUALITAS PELAYANAN (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
4	3	3	3	4	17
3	3	3	3	3	15
5	4	4	5	5	23
2	3	4	5	4	18
4	3	4	2	4	17
5	5	4	3	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19
1	1	2	2	2	8
4	4	4	4	5	21
4	3	3	2	4	16
5	4	5	5	5	24
4	5	5	3	4	21
3	3	3	4	3	16
4	5	4	3	5	21
4	4	4	3	4	19
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	4	2	5	3	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	3	4	20
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16
4	5	5	4	5	23
4	3	3	4	4	18
4	4	4	3	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

3	3	3	3	4	16
4	5	4	5	4	22
4	3	3	4	5	19
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
3	5	4	3	5	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	4	24

PERSEPSI HARGA (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3
5	4	3	5	5	22
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	2	1	2	3	11
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	4	23
4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	5	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18

5	4	4	4	5	22
5	5	3	4	4	21
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
3	3	3	3	3	15

4	3	3	3	4	17
5	5	4	4	5	23
4	3	5	5	4	21
5	4	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	3	16
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	3	16
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	3	5	3	18
3	5	2	4	3	17
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
3	4	4	4	4	19
5	4	4	3	4	20
4	4	4	4	4	20

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	5	19
4	4	4	4	4	20
4	3	4	5	3	19
3	3	4	3	4	17
5	5	5	5	5	25

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total Y
0	4	3	4	5	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	4	23
4	4	5	5	4	22
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	5	21
3	5	5	5	3	21
5	5	3	4	3	20
3	3	5	5	5	21
4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	4	21
4	5	3	4	5	21
4	3	5	4	4	20
5	5	5	5	3	23
3	5	5	5	5	23

5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
5	3	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	5	20
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	3	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	4	5	4	4	21
4	5	3	5	5	22
4	5	5	5	3	22
5	4	4	4	3	20

4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	3	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	3	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	3	22
5	5	4	5	5	24
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	2	5	5	22
5	5	4	5	3	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	3	23
4	5	5	5	3	22
5	5	3	5	5	23
4	5	4	5	4	22
3	5	4	5	4	21
5	5	4	3	4	21
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	2	20
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	3	20

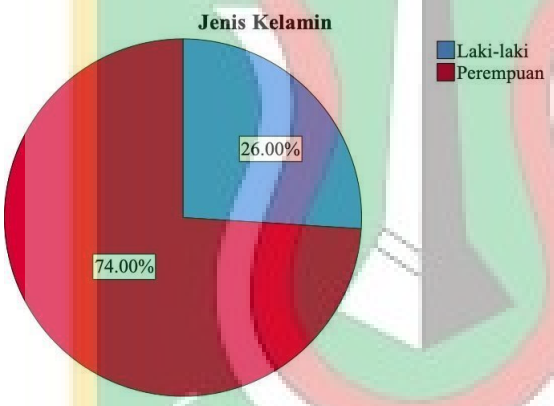
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
4	5	5	4	5	23

Lampiran 3

PROFILE RESPONDEN

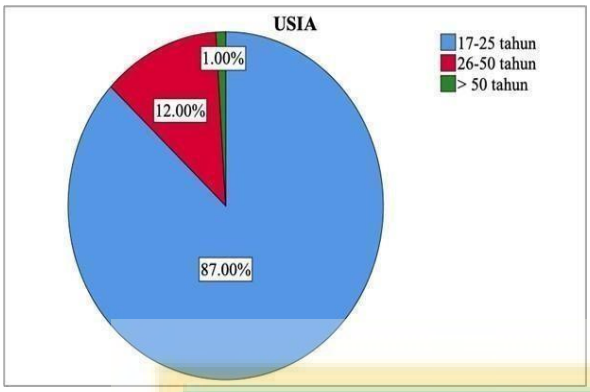
Profile Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	26	26%	26.0
Perempuan	74	74%	100,0
Total	96	100%	



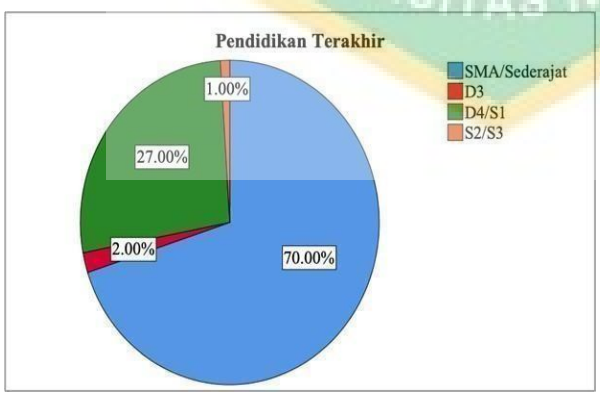
Profile Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)	*Cumulative Percent*
17-25 tahun	87	87%	87.0
26-50 tahun	12	12%	99.0
> 50 tahun	1	1%	100.0
Total	100	100%	



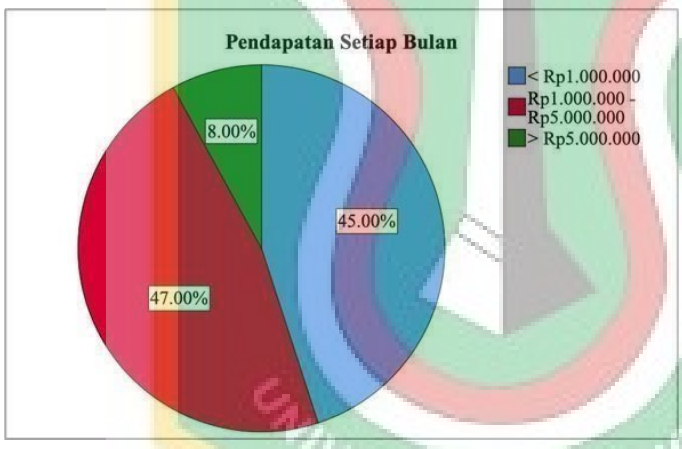
Profile Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	**Frekuensi**	**Persentase (%)**	***Cumulative Percent***
SMA/Sederajat	70	70%	70.0
D3	2	2%	72.0
D4/S1	27	27%	99.0
S2/S3	1	1%	100.0
Total	100	100%	



Profile Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan

Pendapatan Setiap Bulan	**Frekuensi**	**Persentase (%)**	***Cumulative Percent***
< Rp1.000.000,00	45	45%	45.0
Rp1.000.000,00-Rp5.000.000,00	47	47%	92.0
> Rp5.000.000,00	8	8%	100.0
Total	100	100%	



Lampiran 4

OUTPUT SPSS

1. UJI VALIDITAS

Correlations

		X1_2	X1_1	X1_3	X1_5	X1_4	Promosi
X1_2	Pearson Correlation	1	.313**	.262**	.070	.387**	.665**
	Sig. (2-tailed)		.002	.008	.489	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_1	Pearson Correlation	.313**	1	.332**	.076	.341**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.452	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.262**	.332**	1	.297**	.198*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001		.003	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	.070	.076	.297**	1	.111	.509**
	Sig. (2-tailed)	.489	.452	.003		.272	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.387**	.341**	.198*	.111	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.048	.272		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.665**	.637**	.671**	.509**	.642**	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).

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	Kualitas Pelayanan
X2_1	Pearson Correlation	1	.748**	.524**	.411**	.399**	.623**	.498**	.508**	.423**	.497**	.527**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.748**	1	.467**	.457**	.327**	.571**	.583**	.565**	.407**	.537**	.585**	.748**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.524**	.467**	1	.632**	.431**	.618**	.577**	.683**	.469**	.495**	.548**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.411**	.457**	.632**	1	.438**	.518**	.598**	.740**	.492**	.537**	.585**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	.399**	.327**	.431**	.438**	1	.529**	.381**	.491**	.314**	.407**	.387**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	.623**	.571**	.618**	.518**	.529**	1	.508**	.629**	.395**	.457**	.532**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	.498**	.583**	.577**	.598**	.381**	.508**	1	.583**	.499**	.621**	.712**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	.508**	.565**	.683**	.740**	.491**	.629**	.583**	1	.477**	.527**	.613**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_9	Pearson Correlation	.423**	.407**	.469**	.492**	.314**	.395**	.499**	.477**	1	.388**	.480**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_10	Pearson Correlation	.497**	.537**	.495**	.537**	.407**	.457**	.621**	.527**	.388**	1	.737**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_11	Pearson Correlation	.527**	.585**	.548**	.585**	.387**	.532**	.712**	.613**	.480**	.737**	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.739**	.748**	.786**	.784**	.622**	.773**	.790**	.830**	.648**	.744**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	Persepsi Harga
X3_1	Pearson Correlation	1	.575**	.649**	.512**	.471**	.506**	.538**	.482**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.575**	1	.651**	.604**	.451**	.581**	.742**	.609**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.649**	.651**	1	.482**	.454**	.596**	.653**	.552**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.512**	.604**	.482**	1	.698**	.593**	.548**	.680**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	.471**	.451**	.454**	.698**	1	.543**	.538**	.598**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_6	Pearson Correlation	.506**	.581**	.596**	.593**	.543**	1	.619**	.628**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_7	Pearson Correlation	.538**	.742**	.653**	.548**	.538**	.619**	1	.633**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_8	Pearson Correlation	.482**	.609**	.552**	.680**	.598**	.628**	.633**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.745**	.814**	.788**	.810**	.755**	.800**	.827**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Keputusan Pembelian
Y_1	Pearson Correlation	1	.749**	.399**	.680**	.743**	.845**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	.749**	1	.460**	.678**	.640**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	.399**	.460**	1	.483**	.465**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	.680**	.678**	.483**	1	.713**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	.743**	.640**	.465**	.713**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.845**	.844**	.703**	.869**	.860**	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).

2. REABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	5

3. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51996093
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.136
	Negative	-.137
Test Statistic		.137
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

4. UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.536	2.072		-.259	.796		
	Promosi	.078	.122	.753	2.638	.005	.576	1.737
	Kualitas Pelayanan	.203	.057	.660	3.582	.001	.399	2.507
	Persepsi Harga	.311	.080	.834	3.879	.000	.321	3.112

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

5. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.536	2.072		-.259	.796		
	Promosi	.078	.122	.753	2.638	.005	.576	1.737
	Kualitas Pelayanan	.203	.057	.660	3.582	.001	.399	2.507
	Persepsi Harga	.311	.080	.834	3.879	.000	.321	3.112

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

6. UJI AUTOKORELASI

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783[a]	.613	.601	2.180	1.266

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

7. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.536	2.072		-.259	.796		
	Promosi	.078	.122	.753	2.638	.005	.576	1.737
	Kualitas Pelayanan	.203	.057	.660	3.582	.001	.399	2.507
	Persepsi Harga	.311	.080	.834	3.879	.000	.321	3.112

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

8. KOEFISION DETERMENASI (R2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783[a]	.613	.601	2.180	1.266

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

9. UJI F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	723.994	3	241.331	50.794	.000[b]
	Residual	456.116	96	4.751		
	Total	1180.110	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan

10. UJI T

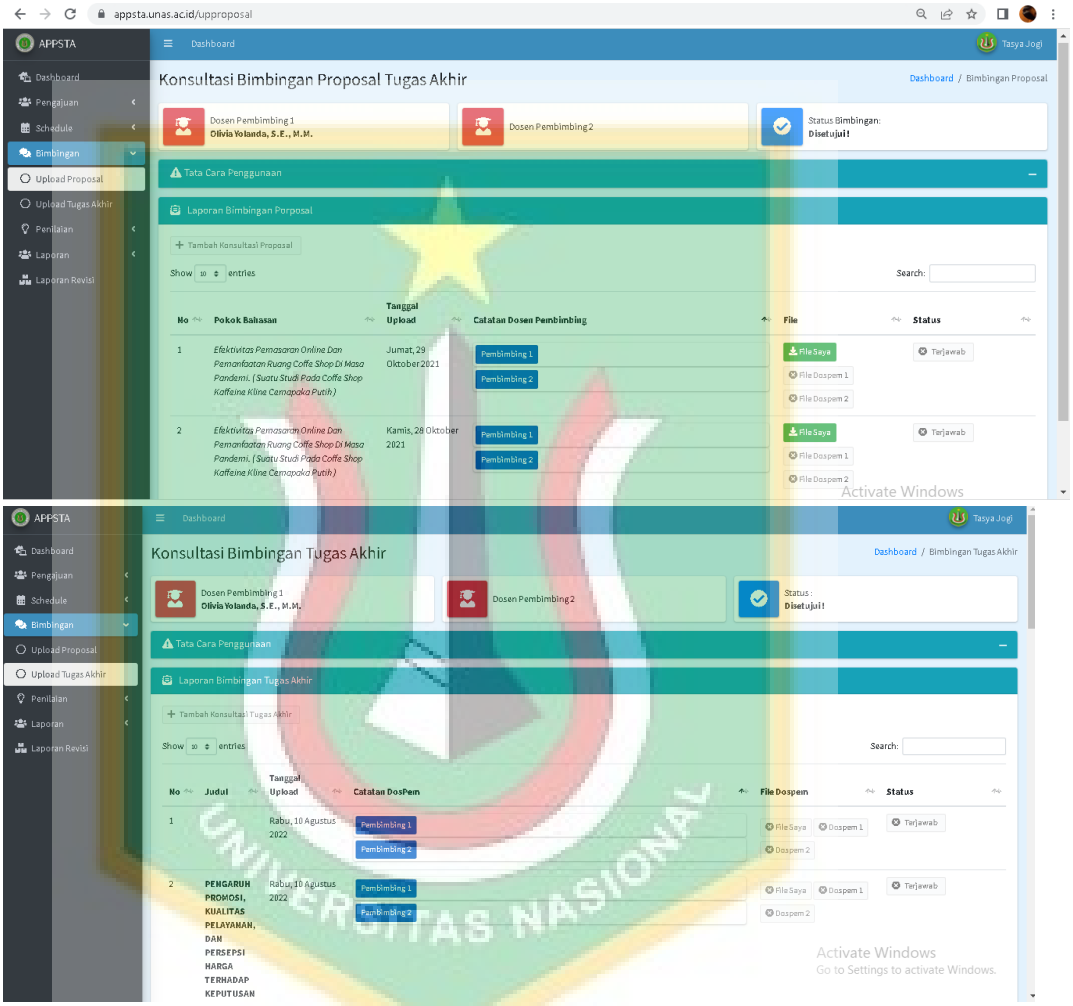
Coefficients[a]

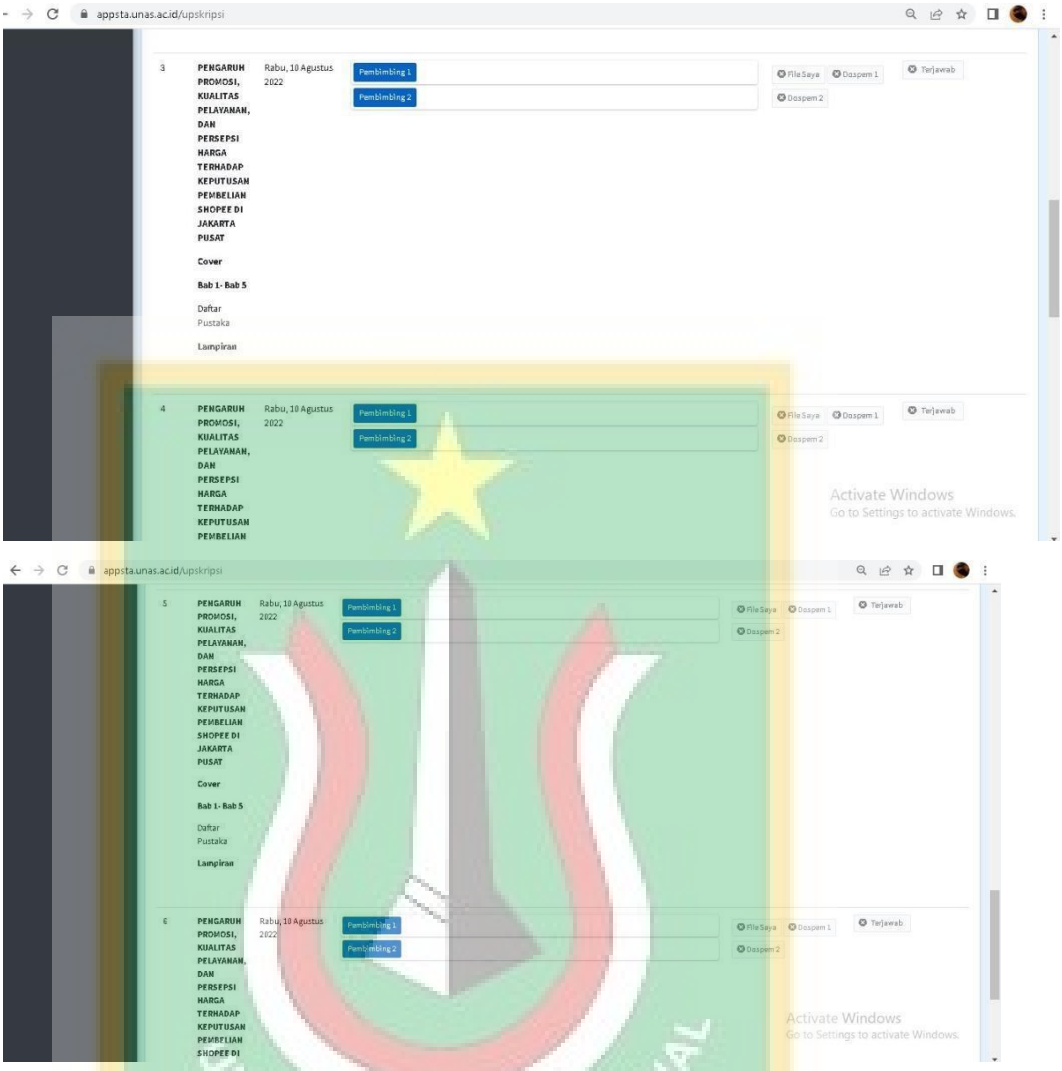
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.536	2.072		-.259	.796		
	Promosi	.078	.122	.753	2.638	.005	.576	1.737
	Kualitas Pelayanan	.203	.057	.660	3.582	.001	.399	2.507
	Persepsi Harga	.311	.080	.834	3.879	.000	.321	3.112

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 5

Lembar Konsultasi Pembimbing Tugas Akhir




appsta.unas.ac.id/upskripsi
3
PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI JAKARTA PUSAT
Cover
Bab 1- Bab 5
Daftar Pustaka
Lampiran
Rabu, 10 Agustus 2022
Pembimbing 1
Pembimbing 2
File Saya
Dospem 1
Dospem 2
Terjawab
4
PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Rabu, 10 Agustus 2022
Pembimbing 1
Pembimbing 2
File Saya
Dospem 1
Dospem 2
Terjawab
Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.
appsta.unas.ac.id/upskripsi
5
PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI JAKARTA PUSAT
Cover
Bab 1- Bab 5
Daftar Pustaka
Lampiran
Rabu, 10 Agustus 2022
Pembimbing 1
Pembimbing 2
File Saya
Dospem 1
Dospem 2
Terjawab
6
PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI
Rabu, 10 Agustus 2022
Pembimbing 1
Pembimbing 2
File Saya
Dospem 1
Dospem 2
Terjawab
Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Lampiran 6

TURNITIN

TASYA JOGI - TA

ORIGINALITY REPORT

14%	14%	5%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.bsi.ac.id Internet Source	4%
2	Submitted to Udayana University Student Paper	2%
3	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
4	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
5	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
6	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1%
7	media.neliti.com Internet Source	1%
8	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
9	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	1%

UNIVERSITAS NASIONAL

10	agussulaksono.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1 %
12	repository.teknokrat.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		

UNIVERSITAS NASIONAL