

**PENGARUH DIMENSI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE**

Oleh :

Nama : Hanny

NIM : 21170205

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

November 2020

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



PENGESAHAN

**PENGARUH DIMENSI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE**

Diajukan Oleh
Nama : Hanny
NIM. : 21170205

Jakarta, 17 Desember 2020

Disetujui Oleh :
Pembimbing

(Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2020

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Hanny / 21170205 / Pengaruh Dimensi *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli Konsumen Shopee / Dr. Ir Bilson Simamora, M.M

Komunikasi terasa lebih mudah dan terbuka berkat kehadiran internet dalam kehidupan saat ini. Komunikasi lewat jejaring sosial kini digemari banyak orang karena merupakan media yang dapat menghimpun banyak orang. Media ini sangat efektif dan efisien sehingga kebanyakan dipakai oleh mahasiswa dan kalangan bisnis. Informasi yang cepat didapatkan karena banyak orang yang membagi pengalaman lewat jejaring sosial juga bisa jadi sarana promosi bagi kalangan bisnis. Shopee merupakan sebuah fitur *marketplace* yang memudahkan pembeli dan penjual melakukan transaksi melalui *online*. Banyak *review* yang ditinggalkan oleh konsumen pada kolom komentar menunjukkan bahwa banyak interaksi pengguna yang terjadi didalam Shopee. Oleh karena itu, penelitian ini meneliti pengaruh dimensi *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen Shopee.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* khususnya pada dimensi intensitas, dimensi valensi opini, dimensi konten, dan minat beli. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu dimensi independent yang terdiri dari intensitas, valensi opini, dan konten dan dependent variabel yang terdiri dari minat beli konsumen.

Objek penelitian ini adalah Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 sampel pelanggan Shopee yang juga merupakan mahasiswa/I Institute Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dengan teknik *simple random sampling*.

Dimensi Intensitas dan konten memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Shopee, berbeda dengan dimensi valensi opini yang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli.

Disarankan Shopee dapat memperhatikan para penjual terutama untuk memberikan keterangan disetiap produk yang akan dijualnya, serta memperbaiki program agar penjual tidak bisa sembarang menghapus komentar pembeli yang mengandung unsur negative agar konsumen percaya dengan semua *review* yang terdapat pada kolom komentar Shopee.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli Konsumen



ABSTRACT

Hanny / 21170205 / The Effect of Electronic Word of Mouth Dimensions on Buying Intention by Consumers of Shopee / Dr. Ir Bilson Simamora, M.M

Communication feels easier thanks to the presence of the internet in today's life. Communication through social networks is now popular with many people because it is a media that can bring together many people. This media is very effective and efficient so it is mostly used by students and business people. Information that is quickly obtained because many people share their experiences through social networks also can be a tool of promotion for businesses. Shopee is a marketplace feature that makes it easy for buyers and sellers to make transactions online. Many reviews left by consumers in the comments column show that a lot of user interactions occur within Shopee. Therefore, this study examines the effect of the electronic word of mouth dimension on Shopee consumer buying intentions.

The theory used in this study is electronic word of mouth, especially on the dimensions of intensity, opinion valence dimensions, content dimensions, and buying intentions. There are two types of variables in this study, the independent dimension consisting of intensity, opinion valence, and content and the dependent variable consisting of consumer buying interest.

The object of this research is Shopee. The research method used is multiple linear regression analysis. Data was collected by distributing questionnaires to 110 samples of Shopee customers who are also students of the Business and Informatics Institute Kwik Kian Gie using simple random sampling technique.

The Intensity and content dimensions have a positive and significant influence on Shopee consumers' buying intentions, in contrast to the opinion valence dimension which does not have a positive and significant effect on buying intentions.

It is recommended for Shopee to pay more attention to sellers, especially to provide information on each product it will sell, as well as improve the program so that sellers cannot just delete buyer comments that contain negative elements so that consumers believe all the reviews contained in the Shopee's comments column.

Key Word : electronic Word of Mouth, Buying Intentions





KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, atas terselesaikannya skripsi dengan judul Pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Shopee.

Skripsi ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dengan baik. Pihak yang terlibat di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Dosen pembimbing bapak Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama melakukan penyusunan laporan serta memberikan bimbingan tentang prosedur penulisan skripsi.
2. Kepala program studi jurusan Manajemen Pemasaran Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M. yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam menyelesaikan skripsi
3. Seluruh dosen dan staff Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan arahan selama proses belajar mengajar.
4. Orang Tua dan kakak penulis yaitu Hendrik dan Fanny yang telah memberikan doa dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi.
5. Teman-teman penulis: Linda Christanti, Mervina, Lexa Levana, Jessica Sek, Erick Sakti, Hans Kusuma, Guruh Kennedy, Jaka Pamungkas, Azarya, Selvy, Winda dan pihak lain yang tidak disebutkan yang telah memberikan semangat, doa dan sukungan selama proses penulisan skripsi
6. Responden yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam pengisian kuisioner penelitian ini.



Atas semua kebaikan yang telah diberikan kepada semua pihak maka skripsi ini telah terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, mohon maaf bila ada salah-salah pada penulisan. Terima kasih dan semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, November 2020

Hanny

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Daftar Isi

Halaman Judul	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
Daftar Pustaka	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. E-Commerce.....	5
B. Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	5
1. Definisi Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	5
2. WOM vs e-WOM.....	7
3. Dimensi Electronic Word of Mouth.....	8
C. Minat Beli.....	10
D. Penelitian Terdahulu.....	12
E. Kerangka Pemikiran.....	13
1. Pengaruh dimensi intensity terhadap minat beli.....	14
2. Pengaruh dimensi valensi opini terhadap minat beli.....	14
3. Pengaruh dimensi konten terhadap minat beli.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Metode Penelitian.....	16
B. Populasi dan Sampel.....	16
C. Definisi Operasional Variabel.....	17
D. Teknik Sampling.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data.....	20
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data.....	21
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	21
2. Uji Asumsi Klasik.....	21
3. Pengujian Hipotesis dan Analisis Regresi.....	22
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
1. Sejarah.....	24
2. Logo Perusahaan.....	25
3. Produk.....	25
4. Karakteristik Responden.....	26
B. Uji Instrumen Penelitian.....	30
1. Uji Validitas.....	30
2. Uji Reliabilitas.....	33
3. Uji Asumsi Klasik.....	35





4. Analisis Regresi Linier Berganda	37
C. Pembahasan.....	40
1. Pengaruh Dimensi Intensitas terhadap Minat Beli	40
2. Pengaruh Dimensi Valensi Opini terhadap Minat Beli	41
3. Pengaruh Dimensi Konten terhadap Minat Beli	42
4. Koefisien Determinasi (R ²).....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Daftar Tabel

©	Hak Cipta		7
	milik		
	IBIKK		
	Coling		
	Instansi		
	dan Bisnis		
	Universitas		
	Indonesian		
	Information		
	System		
	Development		
	Center		
	Kwik Kian Gie		
	Table 2.1	17
	Table 3.1	27
	Table 4.1	28
	Table 4.2	28
	Table 4.3	28
	Table 4.4	29
	Table 4.5	30
	Table 4.6	31
	Table 4.7	32
	Table 4.8	33
	Table 4.9	34
	Table 4.10	34
	Table 4.11	35
	Table 4.12	35
	Table 4.13	36
	Table 4.14	37
	Table 4.15	37
	Table 4.16	38
	Table 4.17	39

Daftar Gambar

	Gambar 1.1		2
	Gambar 2.1	14
	Gambar 4.1	25
	Gambar 4.2	26



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Responden Yth,

Perkenalkan nama saya Hanny, Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jurusan Manajemen Pemasaran. Saat ini saya sedang melakukan studi analisis pengaruh Dimensi E-WOM terhadap Minat Beli melalui Shopee. Dengan ini saya mohon kesediaannya dan kerja sama Saudara/i untuk meluangkan waktu dan isi jawaban dengan lengkap dan sesuai dengan pengalaman Saudara/i. Atas bantuan dan kerja sama dari Saudara/i sekalian, saya ucapkan terima kasih.

Kuesioner hanya untuk konsumen yang sudah pernah berbelanja di Shopee :

1. Profil Responden

Jurusan :

- Akuntansi
- Ilmu Administrasi Bisnis
- Komunikasi
- Manajemen
- SI/TI

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Umur :

- <20
- 20-25
- >25

Akses Shopee dalam seminggu :

- 1-3 kali
- 4-6 kali
- 7-9 kali





o >10 kali

Membeli produk melalui Shopee dalam sebulan :

- o 1-3 kali
- o 4-6 kali
- o 7-9 kali
- o >10 kali

Keterangan Kuesioner :

1. Kuesioner dimensi e-WOM

Keterangan:

- SS = Sangat Sering
- S = Sering
- N = Netral
- J = Jarang
- SJ = Sangat Jarang

A	Dimensi e-WOM	Pernyataan				
		SJ	J	N	S	SS
Intensitas (X1)						
1	Saya sering melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi tentang produk-produk yang dijual di Shopee	1	2	3	4	5
2	Saya Sering melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi tentang produk-produk dengan berinteraksi dengan pengguna Shopee lainnya	1	2	3	4	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>3 © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>4 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>9</p> <p>10</p>	<p>Saya sering melihat ulasan negative maupun positif pada kolom komentar di Shopee</p>	1	2	3	4	5	
	Valensi Opini (X2)						
	<p>Saya mendapat informasi positif tentang produk-produk di aplikasi Shopee</p>	1	2	3	4	5	
	<p>Saya mendapat informasi negative tentang produk-produk di aplikasi Shopee</p>	1	2	3	4	5	
	<p>Saya mendapatkan rekomendasi tentang produk-produk dari konsumen lain di aplikasi Shopee</p>	1	2	3	4	5	
	Konten (X3)						
	<p>Saya mendapatkan informasi tentang produk-produk di Shopee</p>	1	2	3	4	5	
	<p>Saya mendapatkan informasi tentang kualitas produk-produk di Shopee</p>	1	2	3	4	5	
	<p>Saya mendapatkan informasi tentang harga produk-produk di Shopee</p>	1	2	3	4	5	
	<p>Saya merasa aman dengan bertransaksi melalui aplikasi Shopee</p>	1	2	3	4	5	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Kuesioner Minat Beli Konsumen

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

A	Dimensi <i>e-WOM</i>	Pernyataan				
		STS	TS	N	S	SS
Minat Beli (Y)						
1	Saya tertarik membeli produk-produk melalui aplikasi Shopee	1	2	3	4	5
2	Saya akan merekomendasiSaya akan merekomendasikan produk-produk yang dijual di Shopee kepada orang lainkan produk di Shopee kepada orang lain	1	2	3	4	5
3	Saya lebih berminat membeli produk melalui aplikasi Shopee dibandingkan membeli ditempat lain	1	2	3	4	5
4	Saya tertarik untuk mencari informasi produk-produk melalui aplikasi Shopee	1	2	3	4	5

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Disaring mengura sebagai atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 2

Data Kuesioner Responden
(110 Responden)
Variabel Intensitas (X1)

© Hak cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

No	Intensitas 1	Intensitas 2	Intensitas 3
1	3	3	4
2	5	5	3
3	3	2	4
4	3	3	4
5	5	5	5
6	3	4	5
7	2	2	3
8	4	4	5
9	5	5	5
10	5	5	5
11	4	3	5
12	4	3	5
13	5	4	5
14	5	5	5
15	4	4	4
16	3	3	4
17	5	5	5
18	5	5	5
19	4	3	5
20	5	5	5
21	5	5	5
22	5	5	5
23	5	4	4
24	5	4	5
25	3	3	5
26	3	3	4
27	5	5	5
28	5	4	5
29	3	4	5
30	4	3	5
31	4	3	5
32	4	3	4
33	5	5	5
34	5	5	5
35	3	3	4
36	1	2	1
37	1	2	1

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi laporan ini.
- a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



38	4	4	5
39	3	3	4
40	2	2	3
41	5	5	4
42	3	4	3
43	3	3	5
44	5	4	3
45	3	4	2
46	3	3	5
47	5	4	5
48	4	4	4
49	3	4	5
50	2	2	3
51	4	4	4
52	5	5	5
53	5	5	5
54	3	3	3
55	5	5	5
56	5	3	5
57	3	3	4
58	3	2	3
59	4	3	4
60	3	3	3
61	5	5	5
62	3	3	5
63	5	5	5
64	4	3	4
65	5	4	3
66	4	4	5
67	4	3	3
68	4	4	5
69	5	5	5
70	4	4	5
71	4	4	5
72	4	4	4
73	5	3	4
74	4	4	3
75	2	2	3
76	4	4	5
77	5	5	5
78	5	5	5
79	3	3	4
80	5	4	5
81	5	5	5
82	4	4	3

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

a. Dengutipari hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



83	4	4	5
84	5	5	4
85	3	3	3
86	5	3	4
87	4	3	5
88	3	4	5
89	5	4	5
90	5	5	5
91	5	4	5
92	4	3	3
93	5	4	4
94	4	4	4
95	5	5	5
96	5	5	5
97	4	5	5
98	4	4	4
99	5	5	4
100	5	5	4
101	5	5	5
102	5	4	4
103	5	5	5
104	5	5	5
105	5	4	4
106	5	4	4
107	5	5	5
108	4	4	4
109	5	4	5
110	4	4	4

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penyebutkan sumber:

a. Dengutiparitanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Variabel Valensi

No	Valensi1	Valensi2	Valensi3
1	4	2	3
2	5	5	5
3	4	2	4
4	2	4	4
5	5	5	5
6	4	2	4
7	4	2	4
8	4	3	3
9	4	4	4
10	3	3	4
11	4	3	3
12	5	4	4
13	3	3	4
14	5	5	5
15	4	3	5
16	4	3	4
17	5	5	5
18	5	5	5
19	4	3	4
20	5	5	5
21	5	5	5
22	5	5	5
23	4	3	4
24	5	3	2
25	3	3	3
26	3	3	3
27	5	4	4
28	5	3	4
29	4	3	4
30	4	4	4
31	4	3	3
32	4	3	4
33	5	5	5
34	3	5	5
35	5	3	5
36	1	1	1
37	1	1	1
38	4	3	4
39	4	3	4
40	3	2	2
41	4	3	4
42	5	5	5
43	4	3	5

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



44	5	3	5
45	2	3	4
46	4	5	3
47	4	3	4
48	3	3	4
49	4	3	3
50	4	3	2
51	4	3	3
52	5	5	5
53	5	4	5
54	5	3	5
55	5	3	5
56	5	5	5
57	4	3	4
58	3	3	3
59	4	3	5
60	3	5	3
61	5	5	5
62	4	3	4
63	5	3	5
64	4	3	4
65	3	3	5
66	4	4	4
67	4	3	5
68	4	2	4
69	5	4	4
70	4	4	3
71	5	5	4
72	5	5	5
73	4	4	4
74	4	3	4
75	4	3	3
76	4	4	3
77	4	5	3
78	5	3	5
79	5	3	5
80	3	4	4
81	5	5	5
82	3	4	4
83	4	3	4
84	4	4	4
85	4	3	4
86	5	5	5
87	3	3	4

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

a. Dengatipari hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penititan, penutisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Penguatipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



88	4	3	5
89	5	4	5
90	5	5	5
91	5	4	5
92	3	3	4
93	3	3	4
94	4	4	4
95	5	5	5
96	5	5	5
97	4	4	5
98	4	4	4
99	4	5	5
100	4	4	4
101	5	5	5
102	3	3	4
103	5	5	5
104	5	5	5
105	4	5	4
106	4	4	4
107	5	5	5
108	4	4	4
109	5	4	4
110	5	4	4

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Variabel Konten

No	Konten1	Konten2	Konten3	Konten4
1	3	3	3	5
2	4	3	5	5
3	4	5	5	4
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
6	4	4	4	5
7	3	3	3	4
8	5	5	5	4
9	5	4	4	4
10	4	3	4	4
11	4	4	4	5
12	4	5	5	5
13	3	4	4	4
14	5	5	5	5
15	3	4	4	4
16	4	4	5	4
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	4	4	4	4
20	5	4	5	4
21	5	5	5	5
22	5	5	5	5
23	4	4	4	4
24	4	4	5	5
25	4	3	3	3
26	3	4	4	3
27	5	4	5	4
28	5	4	4	5
29	4	4	4	5
30	4	4	4	4
31	4	3	4	3
32	4	4	4	4
33	5	5	5	5
34	5	5	5	3
35	5	5	5	5
36	1	1	1	1
37	1	1	1	1
38	4	4	4	4
39	5	4	3	4
40	2	2	2	3
41	4	4	5	5
42	4	5	4	3
43	5	5	5	4

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



44	5	5	5	5
45	2	2	4	2
46	3	4	5	5
47	5	4	4	4
48	4	4	5	4
49	4	3	4	3
50	4	4	4	4
51	4	5	5	5
52	5	5	5	4
53	5	5	5	5
54	5	5	5	5
55	5	4	5	5
56	5	5	5	5
57	4	4	4	4
58	2	3	2	3
59	4	3	4	3
60	3	5	5	5
61	5	5	5	5
62	3	4	4	4
63	5	5	4	5
64	4	4	4	4
65	5	5	5	5
66	4	3	4	5
67	5	4	3	5
68	5	5	5	5
69	5	5	5	5
70	4	3	5	5
71	5	4	4	5
72	5	5	5	5
73	4	4	4	5
74	4	4	4	4
75	3	3	4	3
76	4	5	5	5
77	4	4	5	5
78	5	5	5	5
79	5	5	5	5
80	4	5	4	5
81	5	5	5	5
82	4	4	4	4
83	4	4	4	5
84	5	4	5	4
85	4	4	4	5
86	4	5	5	5
87	3	4	4	3

a. Dengarkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penititan, penutisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



88	4	4	4	4
89	5	4	4	5
90	5	5	5	5
91	5	4	5	5
92	3	3	4	4
93	4	4	5	5
94	4	4	4	4
95	5	5	5	4
96	5	5	5	5
97	5	5	5	5
98	4	4	4	4
99	4	5	5	4
100	5	5	4	5
101	5	5	5	5
102	3	1	4	3
103	4	5	4	4
104	5	5	5	5
105	4	4	5	4
106	4	4	4	4
107	5	5	5	5
108	4	4	4	4
109	4	5	4	4
110	4	4	5	5

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel Minat Beli

No	MinatBeli1	MinatBeli2	MinatBeli3	MinatBeli4
1	3	3	4	4
2	5	5	4	5
3	5	2	4	4
4	2	3	2	2
5	4	4	3	3
6	5	4	4	4
7	4	3	3	2
8	4	3	3	5
9	5	4	5	4
10	4	4	4	4
11	5	4	5	5
12	5	5	5	5
13	5	3	5	3
14	5	5	5	5
15	5	5	4	5
16	4	3	3	3
17	5	5	4	5
18	5	5	5	5
19	3	3	3	3
20	4	4	3	3
21	5	5	4	5
22	5	5	5	5
23	5	5	5	5
24	5	5	5	5
25	4	4	4	5
26	3	3	3	3
27	5	4	4	5
28	5	4	3	4
29	5	4	4	4
30	4	4	3	4
31	4	4	4	3
32	4	4	4	4
33	5	5	5	5
34	5	5	5	5
35	5	5	5	5
36	2	4	2	2
37	2	4	2	2
38	5	5	5	5
39	3	4	3	5
40	3	1	2	2
41	5	5	3	5
42	5	5	5	5
43	4	4	3	3

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- a. Dengarkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyiapan bahan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



44	5	5	5	5
45	2	2	4	3
46	5	5	4	4
47	5	5	5	5
48	4	4	5	5
49	3	3	3	3
50	3	3	3	3
51	5	4	5	4
52	5	5	5	5
53	5	5	5	5
54	5	5	5	5
55	5	4	3	5
56	5	5	4	5
57	4	4	3	4
58	2	3	3	3
59	4	4	3	4
60	5	5	5	5
61	5	5	5	5
62	4	4	5	3
63	5	5	5	5
64	4	4	3	3
65	5	5	5	5
66	5	4	4	5
67	4	4	3	4
68	5	4	5	5
69	4	4	5	5
70	5	4	5	4
71	4	5	5	5
72	3	5	5	3
73	5	4	3	5
74	2	2	2	2
75	4	3	2	3
76	5	3	4	4
77	5	5	5	5
78	5	5	5	5
79	5	5	5	5
80	5	4	3	4
81	5	5	5	5
82	4	5	5	4
83	5	5	5	4
84	5	5	5	5
85	3	3	4	4
86	5	5	3	5
87	3	3	3	3

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Dengarkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



88	5	5	4	4
89	5	4	5	4
90	5	5	5	4
91	5	4	4	4
92	3	3	3	3
93	5	3	3	4
94	5	4	4	3
95	4	5	4	4
96	5	5	4	5
97	5	5	4	5
98	5	4	4	4
99	5	5	5	5
100	4	4	5	4
101	5	5	5	5
102	3	3	4	3
103	4	4	4	5
104	5	5	5	5
105	4	4	5	5
106	5	5	5	5
107	4	4	4	4
108	4	4	4	4
109	5	5	5	5
110	4	4	4	4

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 3

Uji Reliabilitas

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Reliability

Reliabilitas Intensitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	3

Reliabilitas Valensi Opini

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	3

Reliabilitas Konten

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	4

Reliabilitas Minat Beli

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4



LAMPIRAN 4

Uji Validitas

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Validitas Intensitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Intensitas1	8.5667	1.840	.807	.545
Intensitas2	8.8000	1.821	.772	.593
Intensitas3	8.1000	3.403	.459	.905

Validitas Valensi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Valensi1	7.6333	2.792	.518	.784
Valensi2	8.2667	1.789	.706	.586
Valensi3	7.7667	2.599	.639	.669

Validitas Konten

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Konten1	12.8667	2.464	.640	.726
Konten2	12.9667	2.585	.651	.720
Konten3	12.7000	2.424	.739	.674
Konten4	12.6667	3.126	.408	.831

Validitas Minat Beli

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MinatBeli1	12.0667	5.582	.753	.839
MinatBeli2	12.5000	5.569	.688	.862
MinatBeli3	12.5667	5.426	.735	.844
MinatBeli4	12.3667	4.861	.780	.827

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





LAMPIRAN 5

FREKUENSI DATA RESPONDEN

Hak Cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jurusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Akuntansi	15	13.6	13.6	13.6
Ilmu Administrasi Bisnis	13	11.8	11.8	25.5
Komunikasi	11	10.0	10.0	35.5
Manajemen	61	55.5	55.5	90.9
SI/TI	10	9.1	9.1	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Jenis_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	43	39.1	39.1	39.1
Perempuan	67	60.9	60.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20	14	12.7	12.7	12.7
> 25	19	17.3	17.3	30.0
20-25	77	70.0	70.0	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Akses_Seminggu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 10 kali	34	30.9	30.9	30.9
1-3 kali	38	34.5	34.5	65.5
4-6 kali	23	20.9	20.9	86.4
7-9 kali	15	13.6	13.6	100.0
Total	110	100.0	100.0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Beli Sebulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> 10 kali	8	7.3	7.3	7.3
1-3 kali	64	58.2	58.2	65.5
Valid 4-6 kali	26	23.6	23.6	89.1
7-9 kali	12	10.9	10.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 6
Uji Asumsi Klasik



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.54046993
	Absolute	.069
Most Extreme Differences	Positive	.037
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.728
Asymp. Sig. (2-tailed)		.665

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.833	.192		4.331	.000
	Intensitas	-.091	.059	-.216	-1.524	.131
	Valensi	-.045	.074	-.102	-.607	.545
	Konten	.032	.075	.071	.430	.668

a. Dependent Variable: absres

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.887	.315		2.817	.006		
	Intensitas	.245	.097	.256	2.520	.013	.441	2.266
	Valensi	.089	.121	.088	.732	.466	.317	3.159
	Konten	.459	.122	.441	3.754	.000	.330	3.034

a. Dependent Variable: MinatBeli



LAMPIRAN 7

Uji Regresi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	34.308	3	11.436	38.072	.000 ^b
Residual	31.840	106	.300		
Total	66.148	109			

a. Dependent Variable: MinatBeli

b. Predictors: (Constant), Konten, Intensitas, Valensi

Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.887	.315		2.817	.006
Intensitas	.245	.097	.256	2.520	.013
Valensi	.089	.121	.088	.732	.466
Konten	.459	.122	.441	3.754	.000

a. Dependent Variable: MinatBeli

Koefisiensi Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.505	.54806

a. Predictors: (Constant), Konten, Intensitas, Valensi

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.