



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Hallo,

Perkenalkan saya Felicia Ribka Angeli Pangaribuan mahasiswi dari Institut Bisnis dan Informatika IBI Kwik Kian Gie. Pada semester akhir ini, saya melakukan sebuah penelitian yang berjudul Pengaruh EWOM “ Ci Mehong “ Terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk PIK Baking House. Dan untuk usahanya sendiri yang bernama PIK Baking House merupakan usaha yang didirikan oleh Ci Mehong atau yang mempunyai nama asli Tjie Nofia Handayani. Awalnya PIK Baking House sendiri merupakan tempat yang dibuat oleh Ci Mehong yang berlokasi di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara. Yang dimana pertama kali usahanya membuka tempat kursus memasak. Maka dari itu, hal ini membuat saya tertarik dalam meneliti bagaimana pengaruh yang diberikan oleh Ci Mehong melalui media digital atau EWOM Electronic Word of Mouth dalam mempengaruhi keputusan pembelian dari para audiens atau followers yang berada di media sosial.

Salam Hormat,
Felicia Ribka.

Email :

Nama:

Jenis Kelamin:

- Perempuan
- Laki-Laki

Usia:

- 21-25 Tahun
- 26-30 Tahun
- >30 Tahun

Pengeluaran dalam sebulan?

- 1.000.000 – 1.500.000
- 1.500.000 – 2.000.000
- 2.000.000 – 3.000.000
- 3.000.000 – 5.000.000
- >7.500.000



Mengetahui mengenai Ci Mehong?

- Ya
- Tidak

Sudah Mengikuti Akun Resmi Ci Mehong?

- Ya
- Tidak

Pernah membeli produk yang dijual Ci Mehong?

- Ya
- Tidak
- Tertarik

EWOM

No	Pertanyaan EWOM	STS	TS	N	S	SS
Intensitas						
1	Banyak terdapat unggahan informasi produk di media sosial mengenai produk-produk PIK Baking House yang dijual.					
2	Saya tertarik dengan produk-produk Ci Mehong, karena cara penyampaian informasi yang dilakukan menarik perhatian saya.					
3	Sebelum membeli, saya sering sekali mencari informasi yang lengkap mengenai produk.					
4	Sering munculnya produk Ci Mehong di media sosial saya, membuat saya tertarik untuk mencari tahu bahkan membeli.					



5	Saya merasa aman dan percaya untuk menanyakan mengenai produk kepada konsumen lain yang sudah pernah mencoba.					
6	Saya merasa tertarik dengan produk, jika kolom komentar media sosialnya ramai dengan komentar konsumen mengenai produk.					
Konten						
7	Saya sering membaca review mengenai produk dari konsumen lain secara online untuk mengetahui produk tersebut memiliki kesan yang baik bagi orang lain.					
8	Terdapat komentar positif dari konsumen maupun pengguna lain yang pernah mencoba produk PIK Baking House.					
9	Terdapat banyak ulasan atau pendapat dari para konsumen maupun pengguna (<i>creator</i>) lain pada akun media sosial mengenai produk-produk PIK Baking House					
10	Melalui adanya komentar di media sosial, saya mendapatkan rekomendasi dari konsumen lain tentang produk Ci Mehong.					
Valensi Opini						
11	Melalui akun media sosial resmi PIK Baking House, saya mendapatkan informasi mengenai variasi pada produk-produk yang dijual oleh Ci Mehong.					



12	Saya tertarik pada produk yang dijual Ci Mehong dikarenakan konsep PALUGADA “apa yang lu mau, gua ada”					
13	Melalui media sosial PIK Baking House milik Ci Mehong, saya mendapatkan informasi mengenai kualitas pada produk-produk yang dijual.					
14	Dalam konten Ci Mehong seringkali mendengar “ada harga, ada kualitas”.					
15	Melalui media sosial dari orang yang membuat konten review mengenai produk Ci Mehong, saya mendapatkan informasi mengenai harga dan kualitas dari produk-produk tersebut.					
16	Saya tertarik dalam membeli produk yang memiliki informasi mengenai harga secara jelas.					

B. Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan Keputusan Pembelian	STS	TS	N	S	SS
Faktor Budaya						
1	Produk PIK Baking House milik Ci Mehong sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Saya akan membeli produk Ci Mehong suatu saat nanti jika ada hari-hari besar (penting).					
Faktor Sosial						
3	Saya mencari informasi terkait produk yang dijual					



	oleh Ci Mehong sebelum melakukan keputusan pembelian.					
1	4. Saya yakin dalam membeli produk Ci Mehong walau harga yang kurang terjangkau tetapi dilihat dari informasi mengenai kualitas produknya.					
2	5. Saya sering membeli produk tanpa berfikir dikarenakan adanya rekomendasi <i>Review</i> dari media sosial.					
3	6. Jika di lingkungan terdekat saya membahas mengenai produk Ci Mehong, saya segera ingin membelinya agar tidak tertinggal informasi.					
Pribadi						
4	7. Saya memutuskan untuk membeli produk Ci Mehong setelah membandingkan dengan produk lainnya.					
5	8. Jika sekali saya merasa suka terhadap suatu produk, saya akan kembali membeli produk tersebut.					
6	9. Produk PIK Baking House milik Ci Mehong menawarkan harga yang mahal, namun sesuai dengan rasa dan kualitas produk yang dijual.					
7	10. Harga produk yang ditawarkan oleh Ci Mehong sesuai dengan harapan saya.					

Lampiran 2

Hasil Uji Validitas EWOM

Correlations														
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14
X1	1	.490**	.625**	.629**	.558**	.663**	.577**	.559**	.613**	.489**	.613**	.591**	.530**	.530**
		.006	.000	.000	.001	.000	.001	.001	.000	.006	.000	.001	.003	.003
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	.490**	1	.591**	.564**	.330	.627**	.591**	.596**	.580**	.587**	.517**	.558**	.730**	.730**
		.006	.001	.001	.075	.000	.001	.001	.001	.001	.003	.001	.000	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	.625**	.591**	1	.542**	.456*	.625**	.483**	.537**	.381*	.347	.447*	.492**	.576**	.576**
	.000	.001		.002	.011	.000	.007	.002	.038	.061	.013	.006	.001	.001
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	.629**	.564**	.542**	1	.508**	.569**	.718**	.645**	.748**	.676**	.693**	.560**	.629**	.629**
	.000	.001	.002		.004	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	.558**	.330	.456*	.508**	1	.706**	.488**	.550**	.242	.371*	.448*	.313	.213	.213
	.001	.075	.011	.004		.000	.006	.002	.198	.044	.013	.093	.258	.258
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	.663**	.627**	.625**	.569**	.706**	1	.643**	.720**	.535**	.570**	.535**	.322	.530**	.530**
	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.002	.001	.002	.082	.003	.003
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	.577**	.591**	.483**	.718**	.488**	.643**	1	.557**	.715**	.690**	.534**	.508**	.758**	.758**
	.001	.001	.007	.000	.006	.000		.001	.000	.000	.002	.004	.000	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	.559**	.596**	.537**	.645**	.550**	.720**	.557**	1	.442*	.465**	.517**	.572**	.505**	.505**
	.001	.001	.002	.000	.002	.000	.001		.014	.010	.003	.001	.004	.004
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

[illegible]

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

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



Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
Y1	Pearson Correlation	1	.695**	.688**	.743**	.682**	.835**	.767**	.412*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.024
Y2	Pearson Correlation	.695**	1	.573**	.683**	.518**	.627**	.619**	.417*
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.003	.000	.000	.022
Y3	Pearson Correlation	.688**	.573**	1	.671**	.577**	.597**	.632**	.312
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.001	.000	.000	.093
Y4	Pearson Correlation	.743**	.683**	.671**	1	.667**	.754**	.854**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.004
Y5	Pearson Correlation	.682**	.518**	.577**	.667**	1	.684**	.793**	.385*
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.001	.000		.000	.000	.036
Y6	Pearson Correlation	.835**	.627**	.597**	.754**	.684**	1	.739**	.350
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.058
Y7	Pearson Correlation	.767**	.619**	.632**	.854**	.793**	.739**	1	.490**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.006
Y8	Pearson Correlation	.412*	.417*	.312	.509**	.385*	.350	.490**	1
	Sig. (2-tailed)	.024	.022	.093	.004	.036	.058	.006	
Y9	Pearson Correlation	.577**	.623**	.381*	.583**	.485**	.403*	.512**	.365*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.038	.001	.007	.027	.004	.047
Y10	Pearson Correlation	.803**	.671**	.647**	.841**	.681**	.833**	.764**	.497**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005
TOTAL									
TOTAL		Pearson Correlation	.897**	.788**	.747**	.905**	.820**	.867**	.558**



Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 Uji Reliabilitas EWOM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	16

Lampiran 5 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	10

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 Hasil Analisis Deskriptif Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	102	16	80	63.30	9.046
Agresivitas	102	14	50	36.15	6.626
Valid N (listwise)	102				

Lampiran 7 Hasil Regresi Sederhana ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	2322.527	1	2322.527	109.954	.000 ^b
Residual	2112.267	100	21.123		
Total	4434.794	101			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), EWOM

Lampiran 8 Hasil Uji Korelasi

Correlations

		EWOM	Keputusan Pembelian
EWOM	Pearson Correlation	1	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	102	102
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	102	102

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

© Hak cipta milik IBKKG

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.519	4.596

a. Predictors: (Constant), EWOM

Lampiran 10 Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.591	3.232	.802	.425
	EWOM	.530	.051	.724	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Intensitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.172	3.129	1.972	.051
	Intensitas	1.264	.130	.696	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Konten

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1.	(Constant)	7.627	3.270		.022
1.	Konten	1.198	.136	.662	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Valensi Opini

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1.	(Constant)	6.517	3.314		.052
1.	Valensi Opini	1.876	.208	.671	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 11

Hasil Uji T

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2322.527	1	2322.527	109.954	.000 ^b
	Residual	2112.267	100	21.123		
	Total	4434.794	101			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), EWOM



Lampiran 12

Kuesioner Google Form

Pengaruh EWOM “ Ci Mehong ” Terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk PIK Baking House.

Halo,

Perkenalkan saya Felicia Ribka Angeli Pangaribuan mahasiswi dari Institut Bisnis dan Informatika IBI Kwik Kian Gie. Pada semester akhir ini, saya melakukan sebuah penelitian yang berjudul *Pengaruh EWOM “ Ci Mehong ” Terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk PIK Baking House*. Dan untuk usahanya sendiri yang bernama PIK Baking House merupakan usaha yang didirikan oleh Ci Mehong atau yang mempunyai nama asli Tjie Nofia Handayani. Awalnya PIK Baking House sendiri merupakan tempat yang dibuat oleh Ci Mehong yang berlokasi di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara. Yang dimana pertama kali usahanya membuka tempat kursus memasak. Maka dari itu, hal ini membuat saya tertarik dalam meneliti bagaimana pengaruh yang diberikan oleh Ci Mehong melalui media digital atau EWOM *Electronic Word of Mouth* dalam mempengaruhi keputusan pembelian dari para audiens atau followers yang berada di media sosial.

Salam format,
Felicia Ribka.

Email
Valid email

This form is collecting emails. [Change settings](#)

© Hak cipta milik PIK Baking House

Hak Cipta Dikuasai
Pemerintah

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin 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.



Mengetahui mengenai Ci Mehong?

- ☒ Ya
☐ Tidak

Sudah mengikuti akun resmi Ci Mehong?

- ☐ Ya
☐ Tidak

Pernah membeli produk yang dijual oleh Ci Mehong

- ☐ Ya
☐ Tidak

Banyak terdapat unggahan informasi produk di media sosial mengenai produk-produk PIK Baking House yang dijual.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
☐ Tidak Setuju
☐ Netral
☐ Setuju
☐ Sangat Setuju

Saya tertarik dengan produk-produk Ci Mehong, karena cara penyampaian informasi yang dilakukan menarik perhatian saya.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
☐ Tidak Setuju
☐ Netral

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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

Sebelum membeli, saya sering sekali mencari informasi yang lengkap mengenai produk

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Sering munculnya produk Ci Mehong di media sosial saya, membuat saya tertarik untuk mencari tahu bahkan membeli.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju

...

Saya merasa aman dan percaya untuk menanyakan mengenai produk kepada konsumen lain yang sudah pernah mencoba.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Saya merasa tertarik dengan produk, jika kolom komentar media sosialnya ramai dengan komentar konsumen mengenai produk.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral



C 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.

Saya sering membaca review mengenai produk dari konsumen lain secara online untuk mengetahui produk tersebut memiliki kesan yang baik bagi orang lain.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Terdapat komentar positif dari konsumen maupun pengguna lain yang pernah mencoba produk PIK Baking House.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral

Terdapat banyak ulasan atau pendapat dari para konsumen maupun pengguna (*creator*) lain pada akun media sosial mengenai produk-produk PIK Baking House.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Melalui adanya komentar di media sosial, saya mendapatkan rekomendasi dari konsumen lain tentang produk Ci Mehong.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju



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

Melalui akun media sosial resmi PIK Baking House, saya mendapatkan informasi mengenai variasi pada produk-produk yang dijual oleh Ci Mehong.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Saya tertarik pada produk yang dijual Ci Mehong dikarenakan konsep PALUGADA "apa yang lu mau, gua ada"

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral

Melalui media sosial PIK Baking House milik Ci Mehong, saya mendapatkan informasi mengenai kualitas pada produk-produk yang dijual.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Dalam konten Ci Mehong seringkali mendengar "ada harga, ada kualitas".

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju



C 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.

Melalui media sosial dari orang yang membuat konten review mengenai produk Ci Mehong, saya mendapatkan informasi mengenai harga dan kualitas dari produk-produk tersebut.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Saya tertarik dalam membeli produk yang memiliki informasi mengenai harga secara jelas.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Produk PIK Baking House milik Ci Mehong sesuai dengan kebutuhan saya.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Saya akan membeli produk Ci Mehong suatu saat nanti jika ada hari-hari besar (penting).

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju



C 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.

Saya mencari informasi terkait produk yang dijual oleh Ci Mehong sebelum melakukan keputusan pembelian.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Saya yakin dalam membeli produk Ci Mehong walau harga yang kurang terjangkau tetapi dilihat dari informasi mengenai kualitas produknya.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Saya sering membeli produk tanpa berfikir dikarenakan adanya rekomendasi Review dari media sosial.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Jika di lingkungan terdekat saya membahas mengenai produk Ci Mehong, saya segera ingin membelinya agar tidak tertinggal informasi.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

Saya memutuskan untuk membeli produk Ci Mehong setelah membandingkan dengan produk lainnya.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Jika sekali saya merasa suka terhadap suatu produk, saya akan kembali membeli produk tersebut.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Produk PIK Baking House milik Ci Mehong menawarkan harga yang mahal, namun sesuai dengan rasa dan kualitas produk yang dijual.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

Harga produk yang ditawarkan oleh Ci Mehong sesuai dengan harapan saya.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju



Lampiran 13

Data Kuesioner Variabel EWOM

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
1.	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5
2.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3.	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4.	3	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
5.	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
6.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	2
7.	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
8.	3	1	5	1	5	5	5	3	3	3	2	2	3	3	4	5
9.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10.	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
13.	3	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2
14.	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4
15.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16.	4	2	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
17.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19.	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
20.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21.	5	3	5	4	5	4	4	3	5	4	5	2	5	5	5	4
22.	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23.	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
24.	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
25.	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
26.	4	5	3	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	5	3	4
27.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	3	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5
30.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31.	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
32.	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33.	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	5	4	5
34.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
35.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36.	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	2	4
37.	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3

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.



38	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
39	3	4	4	3	4	4	4	FALSE	3	4	4	4	3	4	3	4
40	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
41	FALSE	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5
44	2	1	3	1	2	3	3	2	1	1	1	2	2	1	2	2
45	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4
46	4	3	5	3	4	5	4	5	4	2	4	2	4	5	4	4
47	4	5	4	5	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4
48	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3	5
49	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
50	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
53	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4
54	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	FALSE	3	5	2	3	5
55	3	3	5	5	FALSE	4	3	4	5	3	3	5	5	5	4	4
56	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	2	3	5	5	3	5
57	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	2	5	5	5	3	5
58	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
60	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	FALSE	5	4	5	5	4
61	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
62	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
64	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
65	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
66	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	2	5	2	5	5	4	4	3	2	3	3	3	3	3	5
69	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	3	2	2	4	4	5	5	3	3	4	3	3	3	3	5
71	3	3	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5
72	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
75	4	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	3	4
76	4	2	2	4	4	5	4	4	5	5	4	2	2	4	2	4
77	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

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.



79	4	4	3	5	4	3	5	2	4	5	5	3	4	4	3	5
80	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4
81	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3
82	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
83	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
85	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5
86	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
88	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3
89	5	3	5	2	3	3	5	4	3	4	5	4	5	5	4	3
90	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	5
91	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
92	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4
97	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	5
98	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4
99	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
100	4	3	5	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
101	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
102	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	3

Lampiran 14

Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	2	2	3	5	4	4
4	1	3	4	5	4	4	2	3	3	2
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	3	4	3	4	FALSE	3	4	4	4
7	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5
8	1	1	2	2	1	1	1	4	2	1
9	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4
10	2	2	4	3	4	3	3	4	3	2
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	3	4	5	3	2	2	3	4	3	3



13	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14	3	3	4	4	1	2	3	3	3	2
15	3	2	4	3	2	2	2	4	4	3
16	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
19	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	2	3	4	5	1	1	2	5	3	3
22	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
23	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4
24	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4
25	3	5	4	4	3	4	5	3	4	5
26	4	5	4	5	3	5	5	4	5	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	3	4	4	4	2	3	3	5	4	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	5	1	1	1	3	5	3
34	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
36	3	3	5	5	2	4	5	5	4	5
37	2	2	3	4	1	2	2	5	4	3
38	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4
39	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4
40	4	5	5	4	2	3	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3
44	2	3	3	1	1	1	2	2	2	1
45	3	4	4	3	2	2	4	5	4	3
46	3	4	4	4	2	2	3	4	4	3
47	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
48	4	5	4	4	3	3	3	4	5	3
49	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4
50	4	4	5	4	2	2	4	4	4	2
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3

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.



54	5	5	5	3	3	3	3	5	2	5
55	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4
56	5	3	5	5	4	4	4	4	4	3
57	5	5	3	4	5	5	4	4	4	3
58	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
59	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
60	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
61	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3
62	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	5	4	4	3	3	5	4	2
65	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
66	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
67	3	4	4	3	2	2	3	4	3	3
68	2	2	5	2	2	2	2	4	3	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3
71	3	3	3	3	1	3	3	5	3	3
72	3	4	5	5	2	2	4	5	4	4
73	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3
74	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
75	4	3	3	4	4	1	5	5	4	3
76	2	4	3	3	4	4	3	2	2	3
77	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
78	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
79	2	4	4	5	3	5	5	3	3	3
80	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3
81	4	3	3	4	3	3	4	5	5	4
82	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4
83	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	4	4	4	5	5	FALSE	4	3	5
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
88	3	4	4	5	5	3	3	3	4	3
89	2	1	3	4	1	1	1	3	5	3
90	3	4	5	3	1	3	3	2	3	3
91	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1
92	3	4	5	4	3	2	3	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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 IBKKG.

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



95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3		
97	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3		
98	3	3	4	3	2	1	3	5	3	3		
99	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5		
100	3	2	4	2	2	2	3	2	3	2		
101	3	3	4	4	3	1	2	5	3	1		
102	4	3	4	4	2	2	3	5	4	5		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

- 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.