

Petunjuk Pengisian

Berikan jawaban atas setiap pernyataan dengan skala Likert berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Variabel X1: *Customer Rating*

No	Indikator	Pernyataan	Sumber
1	<i>Perceived usefulness</i> (Kegunaan yang dirasakan)	Saya mendapatkan manfaat dari adanya rating	(Febrianti, 2022)
2	<i>Perceived trustment</i> (Kepercayaan yang dirasakan)	Rating Shopee yang tinggi mendorong saya untuk lebih percaya berbelanja di Shopee	
3	<i>Perceived enjoyment</i> (Kenikmatan yang dirasakan)	Rating yang tinggi mendorong saya untuk senang berbelanja di Shopee	
4	<i>Perceived credibility</i> (Kredibilitas yang dirasakan)	<i>Customer Rating</i> di Shopee dianggap jujur dan dapat dipercaya responden sebagai bahan pertimbangan pembelian.	
5	<i>Information clarity</i> (Kejelasan informasi)	Informasi <i>Customer Rating</i> di Shopee disajikan dengan jelas dan mudah dipahami.	

Variabel X2: Kualitas Layanan (*E-Service Quality*)

No	Indikator	Pernyataan	Sumber
1	Keandalan (<i>reliability</i>)	Shopee memberikan pelayanan sesuai dengan harapan saya	(Wahyuning S, 2024)
2	Daya tanggap(<i>responsiveness</i>)	Shopee merespon keluhan yang saya ajukan	
3	Jaminan (<i>assurance</i>)	Shopee memberikan jaminan tepat waktu serta keamanan dalam proses transaksi yang saya lakukan	
4	Empati (<i>empathy</i>)	Shopee memberikan pelayanan yang baik berupa informasi yang akurat dan up to date	
5	Berwujud (<i>tangibles</i>)	Shopee menyediakan tampilan aplikasi yang mudah digunakan oleh saya	

No	Indikator	Pernyataan	Sumber
6	Konsistensi layanan (<i>service consistency</i>)	Shopee memberikan kualitas layanan yang konsisten setiap kali digunakan.	

Variabel Y: Keputusan Pembelian

No	Indikator	Pernyataan	Sumber
1	Kemantapan pada sebuah produk	Produk yang ada di Shopee memiliki kualitas baik	(Febrianti, 2022)
2	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya terbiasa berbelanja menggunakan aplikasi Shopee	
3	Memberikan rekomendasi pada orang lain	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di Shopee	
4	Melakukan pembelian ulang	Saya bersedia melakukan pembelian ulang di Shopee	
5	Kesediaan mengeluarkan biaya (<i>willingness to pay</i>)	Saya bersedia mengeluarkan biaya untuk membeli produk di Shopee karena sesuai dengan nilai yang saya harapkan.	
6	Kecepatan dalam mengambil keputusan pembelian	Saya dapat mengambil keputusan pembelian dengan cepat saat berbelanja di Shopee.	

Lampiran 2 Jawaban Responden

Keputusan Pembelian						TY
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
5	5	5	3	5	5	28
5	5	5	3	3	3	24
5	5	4	4	5	4	27
5	5	5	3	3	5	26
5	5	2	2	5	4	23
4	5	5	4	5	5	28
4	4	3	3	3	4	21
5	5	2	5	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	3	5	5	5	3	26
4	4	2	3	4	5	22
4	5	2	3	5	4	23
4	3	3	4	4	5	23
5	5	5	5	5	5	30
2	4	2	4	5	5	22
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
3	3	5	4	5	5	25
4	5	2	4	4	3	22
5	4	3	3	4	3	22
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	2	5	4	23
4	5	3	4	3	4	23
5	4	3	3	4	4	23
5	5	3	2	4	3	22
2	2	2	4	2	4	16
4	3	4	3	5	4	23
4	4	3	2	4	4	21
4	4	2	1	4	2	17
1	1	4	4	1	2	13
5	5	4	3	5	3	25

5	5	4	3	5	3	25
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	5	5	4	26
4	4	3	4	4	4	23
4	3	2	4	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	4	22
2	5	5	5	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
1	3	5	5	5	5	24
2	3	3	4	1	1	14
3	4	3	4	4	3	21
3	5	3	3	4	3	21
3	4	4	4	4	4	23
4	5	4	5	5	5	28
3	4	3	4	3	4	21
4	5	4	3	4	4	24
3	4	3	3	3	3	19
5	3	5	4	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	5	3	22
5	4	5	5	5	4	28
3	3	3	4	4	5	22
4	3	4	4	3	4	22
3	4	3	4	4	3	21
4	4	5	5	4	4	26
5	4	5	5	5	4	28
3	4	4	3	4	3	21
4	4	4	3	3	3	21
3	4	3	3	4	3	20
3	4	4	4	4	3	22
3	4	3	5	4	3	22
4	3	3	4	5	4	23
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	4	27
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	5	29

5	5	5	5	5	5	30
---	---	---	---	---	---	----

<i>Customer Rating</i>					TX1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
4	4	4	5	5	22
1	5	3	3	5	17
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
3	2	2	3	5	15
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	5	19
3	3	3	3	5	17
2	2	3	3	5	15
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	5	17
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
3	4	4	3	5	19
5	5	5	5	5	25
4	3	4	3	5	19
4	3	3	3	5	18
2	2	2	2	5	13
4	4	4	4	5	21
3	3	4	4	5	19
5	5	4	3	5	22
3	5	5	4	5	22
3	3	3	3	5	17
4	4	4	4	5	21
4	4	3	3	5	19
3	5	4	3	5	20
4	4	4	4	5	21
5	3	4	4	5	21
2	2	2	4	5	15
3	4	4	3	5	19
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21

4	4	2	2	5	17
4	4	4	4	5	21
4	5	5	3	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	3	4	5	22
3	4	2	4	5	18
5	2	3	4	5	19
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
1	1	4	3	4	13
4	4	3	4	4	19
4	4	3	4	4	19
4	5	5	5	4	23
3	4	4	3	4	18
4	4	4	3	4	19
4	4	4	3	4	19
4	3	5	5	4	21
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	4	23
5	3	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	3	4	4	19
4	3	3	3	4	17
4	5	3	4	4	20
5	5	4	5	4	23
5	5	5	3	4	22
5	4	3	4	4	20
3	4	5	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	5	4	4	4	21
5	3	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21

3	4	4	4	4	19
4	3	4	4	4	19
3	3	4	4	4	18

Kualitas Layanan						TX2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
4	4	4	4	4	3	23
5	5	4	4	3	3	24
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	4	24
2	5	4	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	23
3	5	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	5	5	5	28
3	4	4	5	4	4	24
2	5	5	5	5	5	27
5	5	5	5	2	2	24
5	4	4	4	4	4	25
4	4	3	4	4	4	23
4	4	3	4	3	4	22
5	5	5	5	5	5	30
2	4	5	5	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	3	3	4	23
5	5	4	4	3	5	26
4	4	4	4	4	3	23
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
3	4	2	3	3	4	19
2	2	4	2	4	4	18

5	4	3	4	4	3	23
3	4	3	4	3	3	20
5	4	4	4	3	4	24
2	2	2	2	2	2	12
4	4	4	4	4	3	23
4	3	5	5	5	5	27
4	5	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
1	3	4	2	1	4	15
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	2	1	2	18
4	3	4	3	4	3	21
3	3	4	3	3	4	20
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	5	28
4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	3	3	4	23
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	5	28
5	5	3	3	4	5	25
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	3	4	3	22
4	3	3	4	3	4	21
3	3	4	4	3	4	21
5	5	5	4	4	5	28
5	4	5	5	5	5	29
4	4	3	3	4	5	23
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	3	4	3	22
3	5	4	4	3	3	22
4	3	4	3	4	4	22
4	5	5	4	3	3	24

5	5	5	5	5	5	30
4	3	5	5	4	5	26
2	4	5	5	5	5	26
3	4	4	5	5	5	26
5	5	4	5	5	5	29
2	5	5	5	5	5	27

Lampiran 3 Jawaban Responden

Variabel *Customer Rating* (X1)

Perceived usefulness (Kegunaan yang dirasakan)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	3	3,9	3,9	6,6
	Netral	14	18,4	18,4	25,0
	Setuju	37	48,7	48,7	73,7
	Sangat Setuju	20	26,3	26,3	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Perceived trustment (Kepercayaan yang dirasakan)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju	5	6,6	6,6	7,9
	Netral	13	17,1	17,1	25,0
	Setuju	32	42,1	42,1	67,1
	Sangat Setuju	25	32,9	32,9	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Perceived enjoyment (Kenikmatan yang dirasakan)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6,6	6,6	6,6
	Netral	19	25,0	25,0	31,6
	Setuju	33	43,4	43,4	75,0
	Sangat Setuju	19	25,0	25,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Perceived credibility (Kredibilitas yang dirasakan)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,6	2,6	2,6
	Netral	21	27,6	27,6	30,3
	Setuju	37	48,7	48,7	78,9
	Sangat Setuju	16	21,1	21,1	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Information clarity (Kejelasan informasi)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	31	40,8	40,8	40,8
	Sangat Setuju	45	59,2	59,2	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Variabel Kualitas Layanan (X2)

		Keandalan (reliability)			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju	7	9,2	9,2	10,5
	Netral	12	15,8	15,8	26,3
	Setuju	30	39,5	39,5	65,8
	Sangat Setuju	26	34,2	34,2	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

		Daya tanggap(responsiveness)			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,6	2,6	2,6
	Netral	13	17,1	17,1	19,7
	Setuju	34	44,7	44,7	64,5
	Sangat Setuju	27	35,5	35,5	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

		Jaminan (assurance)			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,6	2,6	2,6
	Netral	11	14,5	14,5	17,1
	Setuju	39	51,3	51,3	68,4
	Sangat Setuju	24	31,6	31,6	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

		Empati (empathy)			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	5,3	5,3	5,3
	Netral	16	21,1	21,1	26,3
	Setuju	31	40,8	40,8	67,1
	Sangat Setuju	25	32,9	32,9	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

		Berwujud (tangibles)			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	2	2,6	2,6	5,3
	Netral	18	23,7	23,7	28,9
	Setuju	37	48,7	48,7	77,6
	Sangat Setuju	17	22,4	22,4	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Konsistensi layanan (service consistency)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,9	3,9	3,9
	Netral	17	22,4	22,4	26,3
	Setuju	28	36,8	36,8	63,2
	Sangat Setuju	28	36,8	36,8	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Variabel Keputusan Pembelian (X3)

Kemantapan pada sebuah produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	4	5,3	5,3	7,9
	Netral	16	21,1	21,1	28,9
	Setuju	26	34,2	34,2	63,2
	Sangat Setuju	28	36,8	36,8	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Kebiasaan dalam membeli produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	2,6
	Netral	14	18,4	18,4	21,1
	Setuju	33	43,4	43,4	64,5
	Sangat Setuju	27	35,5	35,5	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Memberikan rekomendasi pada orang lain					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	11,8	11,8	11,8
	Netral	20	26,3	26,3	38,2
	Setuju	21	27,6	27,6	65,8
	Sangat Setuju	26	34,2	34,2	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Melakukan pembelian ulang					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju	4	5,3	5,3	6,6
	Netral	19	25,0	25,0	31,6
	Setuju	30	39,5	39,5	71,1
	Sangat Setuju	22	28,9	28,9	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Kesediaan mengeluarkan biaya (willingness to pay)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,6	2,6	2,6
	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	3,9
	Netral	12	15,8	15,8	19,7
	Setuju	26	34,2	34,2	53,9
	Sangat Setuju	35	46,1	46,1	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Kecepatan dalam mengambil keputusan pembelian					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju	2	2,6	2,6	3,9
	Netral	20	26,3	26,3	30,3
	Setuju	32	42,1	42,1	72,4
	Sangat Setuju	21	27,6	27,6	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Lampiran 4 Hasil Uji SPSS

Uji Instrumen Penelitian

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Customer Rating
X1.1	Pearson Correlation	1	,505**	,420**	,517**	-,130	,769**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,262	,000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.2	Pearson Correlation	,505**	1	,501**	,440**	-,069	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,556	,000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.3	Pearson Correlation	,420**	,501**	1	,557**	-,126	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,276	,000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.4	Pearson Correlation	,517**	,440**	,557**	1	-,129	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,266	,000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.5	Pearson Correlation	-,130	-,069	-,126	-,129	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,262	,556	,276	,266		,000
	N	76	76	76	76	76	76
Customer Rating	Pearson Correlation	,769**	,789**	,769**	,763**	,037	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,750	
	N	76	76	76	76	76	76

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

		Correlations						Kualitas Layanan
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	,430**	,310**	,337**	,263*	,203	,603**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,003	,022	,079	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.2	Pearson Correlation	,430**	1	,403**	,560**	,312**	,318**	,680**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,006	,005	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.3	Pearson Correlation	,310**	,403**	1	,632**	,467**	,480**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000		,000	,000	,000	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.4	Pearson Correlation	,337**	,560**	,632**	1	,656**	,615**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,000	,000	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.5	Pearson Correlation	,263*	,312**	,467**	,656**	1	,667**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,022	,006	,000	,000		,000	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.6	Pearson Correlation	,203	,318**	,480**	,615**	,667**	1	,746**
	Sig. (2-tailed)							
	N							

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Kualitas Layanan
Kualitas Layanan	Sig. (2-tailed)	,079	,005	,000	,000	,000		,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
	Pearson Correlation	,603**	,680**	,732**	,860**	,769**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	76	76	76	76	76	76	76
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Correlations								
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Keputusan Pembelian
Y1.1	Pearson Correlation	1	,578**	,300**	,025	,465**	,326**	,675**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,830	,000	,004	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Y1.2	Pearson Correlation	,578**	1	,173	-,003	,463**	,319**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000		,136	,982	,000	,005	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Y1.3	Pearson Correlation	,300**	,173	1	,508**	,376**	,354**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,009	,136		,000	,001	,002	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Y1.4	Pearson Correlation	,025	-,003	,508**	1	,283*	,398**	,552**
	Sig. (2-tailed)	,830	,982	,000		,013	,000	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Y1.5	Pearson Correlation	,465**	,463**	,376**	,283*	1	,555**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,013		,000	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Y1.6	Pearson Correlation	,326**	,319**	,354**	,398**	,555**	1	,721**
	Sig. (2-tailed)	,004	,005	,002	,000	,000		,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,675**	,612**	,691**	,552**	,776**	,721**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	76	76	76	76	76	76	76
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,689	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

,821	6
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,755	6

Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,78274180
Most Extreme Differences	Absolute		,094
	Positive		,084
	Negative		-,094
Test Statistic			,094
Asymp. Sig. (2-tailed)			,096 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,495 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,482
		Upper Bound	,507
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,196	1,685		2,491	,015
Customer Rating	-,160	,109	-,230	-1,468	,146
Kualitas Layanan	,044	,079	,088	,560	,577

a. Dependent Variable: ABS_RES

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,156	1,255		-,125	,901
Customer Rating	,005	,141	,006	,036	,971
Kualitas Layanan	,008	,112	,012	,072	,943
Lag2	-,155	,121	-,153	-1,283	,204

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,745	2,518		2,679	,009		
Customer Rating	,085	,163	,061	,525	,601	,542	1,847
Kualitas Layanan	,640	,117	,636	5,453	,000	,542	1,847

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Hipotesis

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	,462	,447	2,821
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Customer Rating				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	497,897	2	248,949	31,291	,000 ^b
Residual	580,774	73	7,956		
Total	1078,671	75			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Customer Rating					

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	6,745	2,518		2,679	,009
Customer Rating	,085	,163	,061	,525	,601
Kualitas Layanan	,640	,117	,636	5,453	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Lampiran 5 Tabel R Validitas

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290

Lampiran 6 Hasil Plagiasi

Kepala UPT Perpustakaan dan
Kearypan Al Ghazali
Siti Nurhasanah, M.H
NIK: 41 230714 025

171 INTAN FAKSI LISANDRA-22BH10057 - Intan Lisandra

ORIGINALITY REPORT

23%	17%	11%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unugha.ac.id Internet Source	1%
2	eprints.unugha.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
4	positori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Student Paper	1%
6	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
7	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
8	Submitted to Universitas Raharja Student Paper	1%
9	Submitted to Universiti Malaysia Sabah Student Paper	1%

102 Nafi, Zidni Choiron. "Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Kepemimpinan Kepala Madrasah Terhadap Kinerja Guru Madrasah Aliyah Se-Kecamatan Kesugihan Kabupaten Cilacap.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
Publication

<1 %

103 Pandini, Dwi Intan. "Determinan Loyalitas Pelanggan Pada Produk PT. Unilever Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi di Tengah Isu Boikot (Studi Kasus Pada Pelanggan Muslim Wilayah Barlingmascakeb).", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
Publication

<1 %

104 Sujiati, Ani Eva. "Implementasi Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Pada Sistem Pengelolaan CV. Borneo Transport di Kota Semarang", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)
Publication

<1 %

105 repository.iainpurwokerto.ac.id
Internet Source

<1 %

Exclude quotes ☐ On
Exclude bibliography ☐ On



Exclude matches

< 5 words

Lampiran 7 Biodata Penulis



Penulis dilahirkan pada tanggal 21 september 2003 sebagai anak ke-1 dari enam bersaudara, saat ini bertempat tinggal di apaekon Sridadi Rt/Rw 004/004, Desa Sridadi, Kec. Wonosobo, Kab. Tanggamus, Lampung, HP : 0895359775600

Email: lisandrانتan177@gmail.com

Pendidikan SD ditempuh oleh penulis dari SD N 1 Sridadi dan lulus pada tahun 2016. SMP ditempuh penulis di SMP N 1 Kotaagung, lulus pada tahun 2019. SMA ditempuh penulis di MA MiNAT Kesugihan Cilacap, lulus pada tahun 2022. Pada tahun 2022 penulis Diterima di jurusan Manajemen Universitas Nadhlatul Ulama Al Ghazali Cilacap Selama Pendidikan SMA-Kuliah Penulis Tinggal Di Pondok Pesantren Al Ihya Ulumaddin kesugihan Cilacap