

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berlandaskan perolehan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis mengenai “pengaruh kualitas pelayanan, online customer review, promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian produk Grace and Glow (studi kasus pada Grace and Glow Official Shop Di Shopee), maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t-hitung sebesar 2,774 dengan signifikansi 0,007 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dikarenakan signifikan lebih kecil dari 0,05 dan $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$ sehingga H_a diterima H_0 ditolak.
2. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, diperoleh t-hitung sebesar 3,563 dengan signifikansi 0,001 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dikarenakan signifikan lebih kecil dari 0,05 dan $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$ sehingga H_a diterima H_0 ditolak.
3. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, sehingga diperoleh t-hitung sebesar

5,610 dengan signifikansi 0,000 sehingga ditarik kesimpulan bahwa

promo gratis ongkir berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena signifikan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_a diterima H_0 ditolak.

4. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Grace and Glow melalui aplikasi Shopee

H2: *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Grace and Glow melalui aplikasi Shopee

H3: Promo Gratis Ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Grace and Glow melalui aplikasi Shopee

H4: Kualitas Pelayanan, *Online Customer Review*, Promo Gratis Ongkir secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Grace and Glow pada *Marketplace* Shopee

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, *online customer review*, promo gratis ongkir berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan

terhadap keputusan pembelian. Adapun saran dari penulis, seperti dibawah ini:

1. Bagi Perusahaan

Grace and Glow diharapkan bisa meningkatkan bagian kualitas pelayanan, *online customer* dan promo gratis ongkir dalam rangka mendukung keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, konsumen menjadi nyaman dan bahkan akan melakukan pembelian ulang, lalu bagian *online customer review*, bisa ditingkatkan pada fitur maupun feedback yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Dan yang terakhir bagian yang tak kalah penting, yang selalu diminati oleh konsumen yaitu promo gratis ongkir, bisa ditingkatkan dengan memperbanyak promo ini dan mempermudah persyaratannya. Agar Grace and Glow lebih maju dan berkembang. + tambahan produk

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Universitas dalam menambah ilmu pengetahuan serta pengalaman mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Online Customer Review, Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian

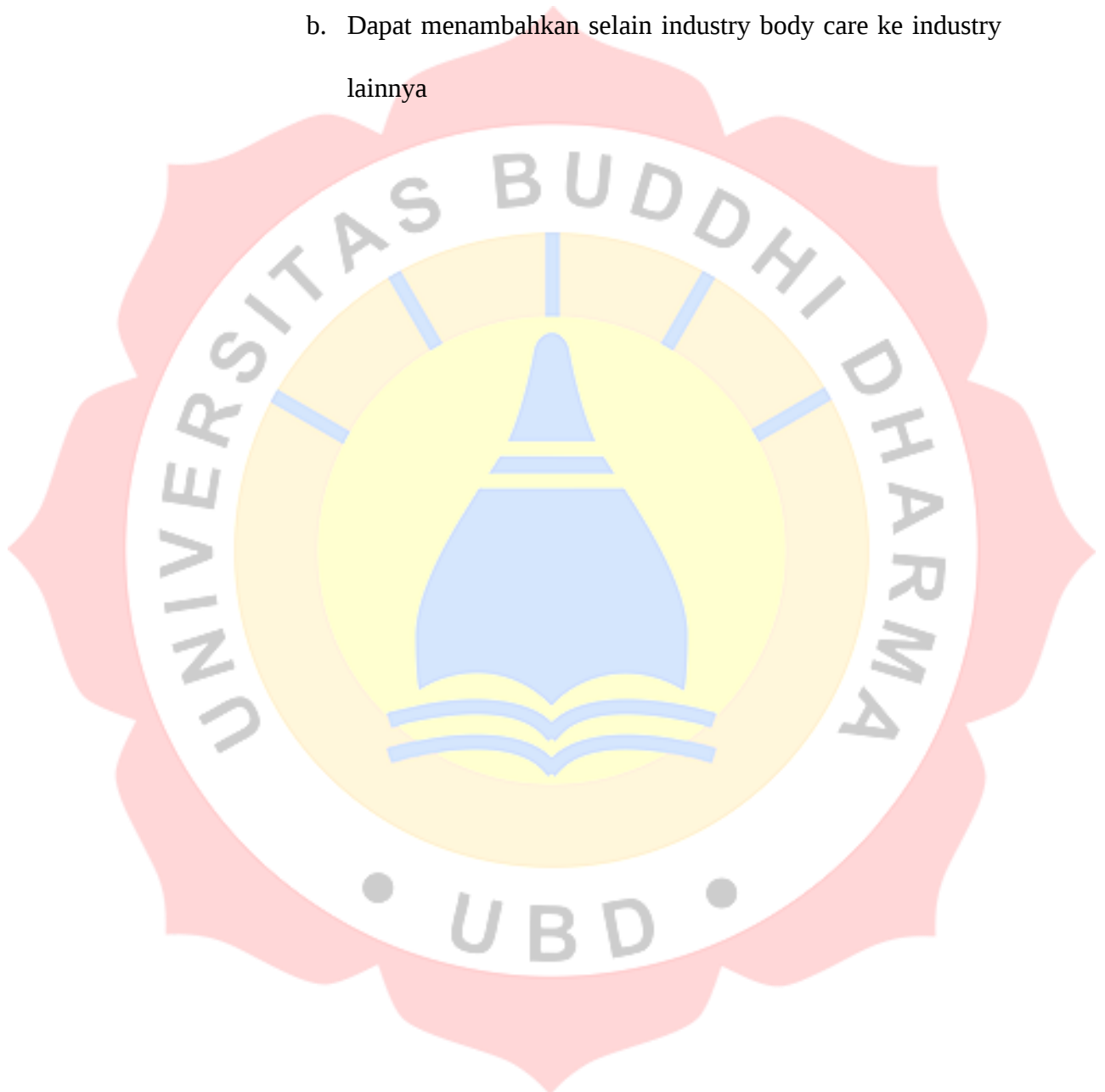
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah jumlah variabel independent seperti menambah variabel

citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga.

Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

- b. Dapat menambahkan selain industry body care ke industry lainnya



DAFTAR PUSTAKA

2. +Nikamabi+-+Tomy+Saputra+(Eso+Hernawan). (n.d.).

6. +Emabi+-+Fernando+Chesar+Matius+(Sutrisna). (n.d.).

6. +Nikamabi+-+Ryan+Prathama+(20180500118). (n.d.).

7. +Nikamabi+-+Michael. (n.d.).

9. +Nikamabi+-+Acell+Sidharta. (n.d.).

Abdullah, D., Maryana, M., & Ani, M. (2021). Prediksi Tingkat Pengguna Narkoba Dengan Metode Regresi Linear Berganda Berbasis Web. *Techsi - Jurnal Teknik Informatika*, 13(2). <https://doi.org/10.29103/techsi.v13i2.3738>

Agreta, M. (2022). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv.Cahaya Prima Lestari* (Vol. 1, Issue 2).

Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2). <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>

Andy SE., MM dan Winda, C. O. (2022). Pengaruh Sistem Aplikasi E-Wallet, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Citra Raya. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3.

Angela Jonathan, E. H. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Traveloka. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).

Aristian, R. S., & Ginny, P. L. (2023). Pengaruh Personal Selling, Media Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Cyberindo Aditama. In *Nikambi: Jurnal Ekonomi & Bisnis* (Vol. 2, Issue 2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>

Calistia, M., & Andy. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tip Top Supermarket Cimone. *Emabi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3).

Christiandi, A., & Hermawan, E. (2022). Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada PT Ginsa Inti Pratama. *Emabi : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3).

Christianti, C. C., Suswatiningsih, T. E., & Trimerani, R. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Keripik Pisang Susu Lampung. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(2). <https://doi.org/10.33512/jat.v15i2.17927>

COVER - BAB III (1). (n.d.).

- Fauziah, A., Nugroho, D. W. pratito sri, & Wardana, E. S. (2021). Kepuasan Pelanggan Belanja Online (Pada Marketplace Tokopedia Situs www.tokopedia.com/klikbarcode). *Solusi*, 19(2). <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3156>
- Hafizhah, A. N. (2020). Pengaruh Tagline Gratis Ongkir di Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Belanja Online di Kalangan Mahasiswa” (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2016). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Harga, P., Ongkir, G., Customer, D. O., Terhadap, R., Pembelian, K., Situs, P., Shopee, M., Yang, V., & Widiyanto, G. (2023a). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Harga, P., Ongkir, G., Customer, D. O., Terhadap, R., Pembelian, K., Situs, P., Shopee, M., Yang, V., & Widiyanto, G. (2023b). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Harga Produk, P., Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lee Dwing Nofyani, C., Hernawan, E., Produk, H., Merek, C., merek, K., & Pembelian, K. (2023). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Hutabarat, J. R. (2020). *Pengaruh Influencer Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Di Kecamatan Medan Timur)*. Sasmitodia, 1–5.
- Karyawan, K., Gema, P. T., & Anugerah, S. (n.d.). *Pengaruh Disipin Kerja, Konflik Kerja, Dan Stres Kerja Terhadap*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Kotler, M., & Armstrong, D. (2019). *BAB II Kajian Pustaka 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Pemasaran*.
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Nafingatunisak, N., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(1). <https://doi.org/10.35448/jmb.v15i1.16944>
- Nanda Yuli Tania, Mokhamad Taufik, Z. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Butik Fayya Galery Pulo. *Proceedings ...*, 4(1).

Pamulang, U. (2021). Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmbi unsrat) manajemen strategi untuk meningkatkan penjualan. *Jmbi Unsrat*, 8(1).

Parameswari, R., & Ginny, P. L. (2022). The Effect Of Paylater Payment Methods On The Increase Of Impulse Purchases. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(2). <https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.1183>

Parameswari, R., Tholok, F. W., & Pujiarti, P. (2020). The Effect Of Professionalism On Employe Work Productivity At Sakura Jaya Company. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2). <https://doi.org/10.31253/pe.v18i2.352>

Pengaruh Cash On Delivery, Promo Gratis. (n.d.).

Pujiarti, P., Parameswari, R., & Janamarta, S. (2021). Performance Appraisal Standardization Of Educational Manpower And Education Management. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1). <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.510>

Putri, G. A., & Widiyanto, G. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Gunung Mandiri Internusa. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1).

Rosianna, E. (2023a). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Promosi, Ulasan Konsumen , Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Pembelian Scarlett Whitening di Marketplace Tokopedia)* (Vol. 3, Issue 2).

Rosianna, E. (2023b). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Promosi, Ulasan Konsumen , Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Pembelian Scarlett Whitening di Marketplace Tokopedia)* (Vol. 3, Issue 2).

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).

Tholok, F. W., Sugandha, S., Janamarta, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2). <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1825>

Tomy Saputra & Eso Hermawan, 2023. (n.d.).

Tri Gumelar, B., Pudjo Wibowo, F., Kunci, K., Produk, K., & Pembelian, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Diving Pada PT Captain Marine Indonesia. In *NIKAMABI: JURNAL EKONOMI & BISNIS* (Vol. 2, Issue 2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>

- Upiparami Herlinah, D. A., & Andy, A. (2023). Pengaruh lingkungan kerja, Motivasi Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT.Telaga Mestika Mas. *Nikambi*, 2(1). <https://doi.org/10.31253/ni.v2i1.2015>
- Wahyuni, S., & Andy, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dengan Dimensi Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Koneksi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Lokal Sepatu Compass Kota Tangerang. *NIKAMABI*, 1(2). <https://doi.org/10.31253/ni.v1i2.1565>
- Wati, R. W. R., Robustin, T. P., & Hartanto. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Pribadi Dan Faktor Sosial Dalam Keputusan Pembelian Rumah Di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang (Studi Kasus Pada Perumahan Griya Kunir Asri). *Progress Conference*, 2.
- Wibowo, FX. P., & Listen, G. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Media Bernas Jogja. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1).
- Widiyanto, G., & Sugandha. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Ekonomi Bisnis*, 17(1).
- Wiediyan, W., & Andy, A. (2022). Mempertahankan Produktivitas, Motivasi dan Loyalitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja di Tengah Pandemi Covid-19 di PT. Arlisco Elekrika Perkasa. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Wilda Silvany

Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 13 Januari 2002

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Kristen Protestan

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Jl. Rambutan Raya Blok d9 No 27, Bumi Asri,
Kutabumi, Pasar Kemis, Tangerang

Nomor Telepon : 089630076689

Email : wildasilvany@gmail.com

IPK Terakhir : 3,50

Riwayat Pendidikan

SD : SDN Kutabumi 1 (2008-2014)

SMP : SMPN 1 Pasar Kemis (2014-2017)

SMA : SMAN 11 Kab Tangerang (2017-2020)

PERGURUAN TINGGI : Universitas Buddhi Dharma



LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Responden

Terhormat,

Izinkan saya memperkenalkan diri. Saya Wilda Silvany, mahasiswi program studi Ilmu Administrasi Niaga konsentrasi Pemasaran Universitas Buddhi Dharma. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berbentuk skripsi di Universitas Buddhi Dharma yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Online Customer Review*, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Grace and Glow Di Shopee" saya selaku penulis mengharapkan ketersediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini secara menyeluruh dengan tepat dan sebenarnya. Atas waktu dan perhatian Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

I. Petunjuk Pengisian

Diharapkan pada saat mengisi kuesioner ini, para responden dapat mengisi jawaban dengan sejujur-jujurnya berdasarkan pendapat anda. Berikan tanda dengan meng-klik pada point yang sesuai dengan pilihan anda. Berikan keterangan pengisian

1. = Sangat Tidak Setuju
2. = Tidak Setuju
3. = Cukup
4. = Setuju
5. = Sangat Setuju

II. Identitas Responden

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin : Perempuan ☐ Laki-laki ☐

Usia : ☐ < 15 ☐ 26-35

☐ 15-25 ☐ 36-45

Pekerjaan : ☐ Pelajar ☐ Karyawan

☐ Mahasiswa ☐ Wiraswasta



Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	C	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1	Produk yang saya terima lengkap dan aman					
2	Konsumen nyaman dalam berkomunikasi dengan pihak grace and glow					
3	Informasi yang disampaikan oleh pihak Grace and Glow mengenai produk, sangat akurat					
4	Pihak Grace and Glow sangat tepat dalam menangani masalah yang dialami oleh konsumen					
5	Pihak Grace and Glow selalu available dan fast respon dalam membantu pelanggan					

6	Pihak Grace and Glow melayani dengan sikap ramah dan sopan					
7	Layanan yang disediakan sangat mudah diakses					
8	Grace and Glow memiliki reputasi dan kredibilitas yang baik					
9	Pihak Grace and Glow sangat memahami yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen					
10	Pihak grace and glow siap sedia mendengarkan keluhan konsumen					

No Responden	Kualitas Pelayanan X1										
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
1	2	3	4	5	4	3	1	5	2	2	31
2	3	1	2	2	3	4	5	4	3	3	30
3	4	4	3	5	4	4	2	1	2	4	33
4	3	5	4	3	4	3	5	2	1	2	32
5	4	3	4	5	4	2	1	4	3	2	32
6	3	4	4	1	2	3	5	3	4	4	33
7	4	5	5	4	3	4	2	1	4	4	36
8	4	3	5	2	4	3	5	2	3	2	33
9	4	3	3	3	4	5	4	4	2	4	36
10	4	5	3	2	1	5	5	5	5	5	40
11	5	3	2	3	4	5	4	2	4	3	35
12	4	3	4	3	3	4	3	5	3	3	35
13	3	4	3	4	3	3	4	4	5	4	37
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
15	4	5	4	5	5	3	4	4	2	5	41
16	2	3	4	5	3	4	3	5	3	4	36
17	4	4	1	2	3	4	5	3	4	4	34
18	4	5	3	4	4	3	4	4	2	5	38
19	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	37
20	5	5	4	4	3	2	3	2	2	3	33

21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	2	4	3	2	4	4	3	4	3	3	32
23	3	3	3	2	1	3	5	4	4	4	32
24	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
25	2	3	4	3	1	4	5	1	3	1	27
26	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
27	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	35
28	4	4	1	2	3	5	4	4	2	4	33
29	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
30	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	30
31	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	36
32	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	47
33	5	4	4	3	4	3	4	5	2	2	36
34	5	4	4	3	4	4	3	4	2	3	36
35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
36	3	2	4	3	4	5	4	5	3	4	37
37	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
38	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	41
39	1	3	2	2	2	3	2	1	2	3	21
40	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47
41	1	1	5	3	3	3	3	4	5	1	29
42	1	2	2	3	4	2	1	1	2	1	19

43	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	25
44	3	3	2	2	3	3	4	3	1	3	27
45	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	27
46	4	3	3	3	4	3	2	4	4	5	35
47	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32
48	4	5	5	3	3	1	3	3	3	3	33
49	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
50	5	1	2	3	5	4	4	4	4	4	36
51	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	35
52	4	5	5	3	4	3	5	4	5	5	43
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	4	4	5	4	4	5	2	4	42
55	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	39
56	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
57	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	35
58	2	1	3	5	1	4	3	2	5	2	28
59	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
60	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
61	3	2	1	3	4	3	3	4	3	3	29
62	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	36
63	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	47
64	4	4	2	3	1	4	4	4	4	3	33

65	3	4	4	3	2	5	4	5	4	3	37
66	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	45
67	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	41
68	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	35
69	3	3	4	5	5	4	5	5	4	3	41
70	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
71	5	4	3	3	3	1	2	3	3	3	30
72	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	43
73	4	2	5	4	2	4	4	5	1	1	32
74	5	4	5	4	5	3	4	4	2	3	39
75	3	4	3	4	5	5	3	4	5	4	40
76	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	35
77	4	3	5	2	4	1	3	3	5	1	31
78	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
79	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	40
80	4	5	3	2	1	5	5	5	4	4	38
81	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	42
82	4	5	3	2	1	4	4	4	2	4	33
83	5	1	2	3	4	4	5	4	5	5	38
84	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	39
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32

87	5	4	2	1	3	3	3	3	3	3	30
88	3	3	1	3	2	1	3	5	2	3	26
89	4	1	2	3	5	3	4	4	3	4	33
90	4	4	3	3	4	5	5	4	3	4	39
91	5	3	4	2	1	5	5	5	5	5	40
92	4	1	2	3	5	4	4	4	4	4	35
93	5	4	3	2	1	5	5	5	5	5	40
94	2	5	5	4	4	1	3	5	1	1	31
95	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
96	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	34
97	5	1	2	3	5	4	5	4	4	4	37
98	5	3	2	1	5	4	4	5	2	3	34
99	2	4	4	4	5	2	4	4	2	4	35
100	4	4	1	2	3	3	4	4	3	3	31

No Responden	Online Customer Review X2										
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
1	2	3	4	5	4	3	1	5	2	2	31
2	3	1	2	2	3	4	5	4	3	3	30
3	4	4	3	5	4	4	2	1	2	4	33
4	3	5	4	3	4	3	5	2	1	2	32
5	4	3	4	5	4	2	1	4	3	2	32

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	7.0	7.0	7.0
	2	5	5.0	5.0	12.0
	3	34	34.0	34.0	46.0
	4	38	38.0	38.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	4	4.0	4.0	6.0
	3	9	9.0	9.0	15.0
	4	53	53.0	53.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	17	17.0	17.0	21.0
	4	56	56.0	56.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN DATA SPSS UJI RELIABILITIY

Kualitas Pelayanan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.893	.898	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	33.74	36.114	.649	.562	.881
X1.2	33.54	37.261	.663	.617	.881
X1.3	33.56	37.522	.567	.537	.886
X1.4	33.68	36.886	.711	.536	.878
X1.5	33.56	36.249	.749	.618	.875
X1.6	33.87	35.549	.656	.543	.881
X1.7	33.69	35.529	.780	.642	.872
X1.8	33.61	36.624	.697	.592	.878
X1.9	34.18	39.422	.303	.265	.907
X1.10	33.98	35.212	.673	.623	.879

LAMPIRAN DATA SPSS Uji MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Collinearity

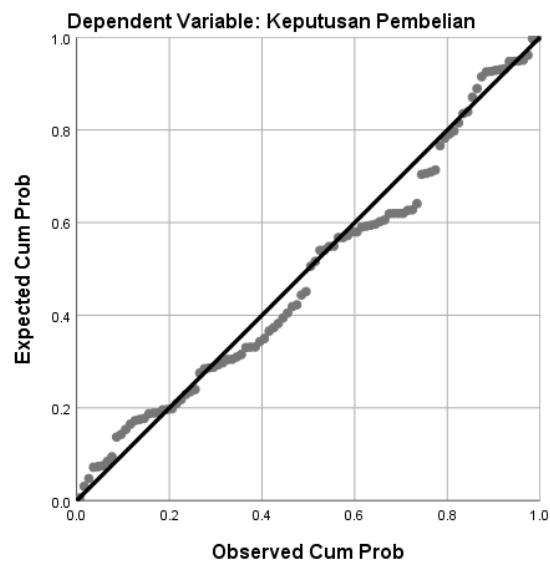
Statistics

Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas_Pelayanan	.512	1.955
	OnlineCustomerRevie	.394	2.540
	w		
	PromoGratisOngkir	.493	2.030

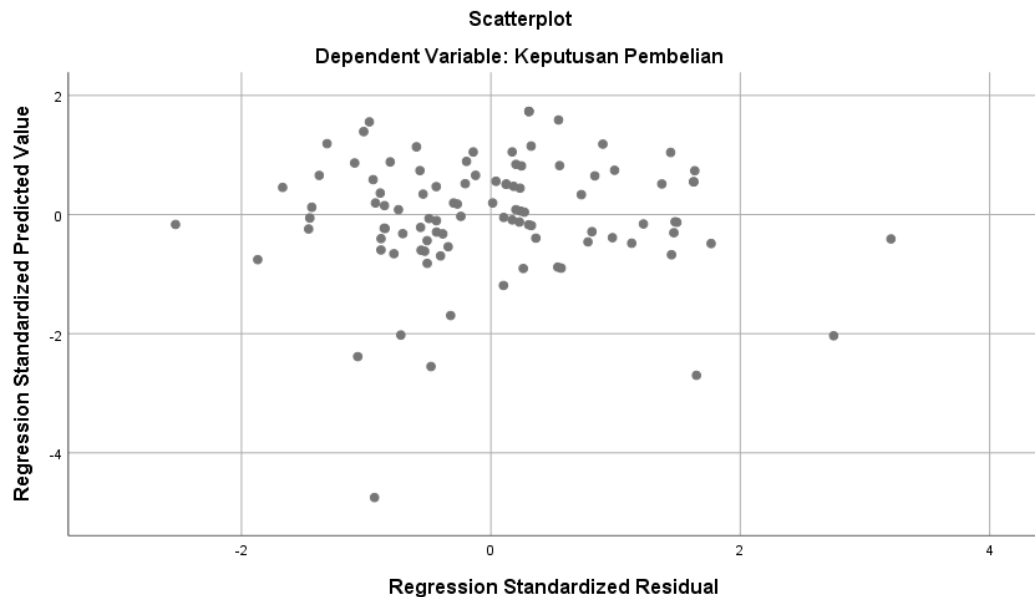
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

LAMPIRAN DATA SPSS Uji NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



LAMPIRAN DATA SPSS Uji HETEROSKEDASTITAS



LAMPIRAN DATA SPSS Uji KORELASI BERGANDA

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kualitas_Pelayanan	36.11	5.872	100
OnlineCustomerReview	40.71	6.347	100
PromoGratisOngkir	41.38	6.515	100
KeputusanPembelian	39.9300	6.11878	100

Correlations

		Kualitas_Pelaya nan	OnlineCustomer Review	PromoGratisOng kir	KeputusanPemb elian
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	.685**	.579**	.675**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
OnlineCustomerReview	Pearson Correlation	.685**	1	.699**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
PromoGratisOngkir	Pearson Correlation	.579**	.699**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100

KeputusanPembelian	Pearson Correlation	.675**	.759**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

LAMPIRAN Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.715	.706	3.31786

a. Predictors: (Constant), PromoGratisOngkir, Kualitas_Pelayanan, OnlineCustomerReview

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

LAMPIRAN DATA SPSS Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.900	2.422		1.198	.234
	Kualitas_Pelayanan	.220	.079	.211	2.774	.007
	OnlineCustomerReview	.298	.084	.309	3.563	.001
	PromoGratisOngkir	.409	.073	.436	5.610	.000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

LAMPIRAN DATA SPSS Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2649.726	3	883.242	80.235	.000 ^b
	Residual	1056.784	96	11.008		
	Total	3706.510	99			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

b. Predictors: (Constant), PromoGratisOngkir, Kualitas_Pelayanan, OnlineCustomerReview