


## LAMPIRAN -LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kartu Bimbingan Skripsi




**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Kampus II, Duku/Monggal XIII, Telp-Fax: (031) 4281183 (surbus) 10754  
 Website: <http://www.unpri.ac.id>


#### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI


Nama	Noum Popy Alonno
Prodi / NIM	Manajemen / 01902015
Judul Skripsi	Pengaruh Product Knowledge, Social Influence, dan Persepsi Kesulitan Penggunaan Terhadap Minat dan Perilaku Adopsi pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Surabaya)
Dosen Pembimbing	Setyono Widan Oyoemba, S.E., M.M
Periode Kepembimbingan	17 September 2022 s.d. 17 Maret 2023

#### URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :


NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	4 Oktober 2022	Disitas Materi Disertasi	Peris	
2.	11 Oktober 2022	Pengantar Judul dan Masalah	Acc	
3.	2 November 2022	Proble	Revisi	
4.	7 November 2022	Proble I lengkap	Acc	
5.	15 November 2022	Proble II lengkap	Acc	
6.	5 Januari 2023	Proble III lengkap	Revisi	
7.	25 Januari 2023	Proble III	Acc	
8.	30 Januari 2023	Persiapan ujian proposal	Revisi	

Bimbingan selesai pada tanggal  
 Dosen Pembimbing

  
Setyono Widan Oyoemba



Mahasiswa

  
Noum Popy Alonno



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.unigrisby.ac.id>

**KARTU PERPANJANGAN BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama	:	Novian Bayu Khorsan
Prodi / NIM	:	19150013 / Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh Product Knowledge, Social Influence, dan Perceptual Attributions Penggunaan Teknologi Aplikasi Platform Rata Marketplace Shopee Grandees Surabaya
Dosen Pembimbing	:	Titi Arpadono, SE, M.Si
Periode Kepembimbingan	:	20 Maret 2023 s/d 20 Juni 2023

**URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :**

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	30-Mei-2023	Revisi Bab 4	Selesai	
2.	05-Juni-2023	Revisi Bab 4 & Bab 5	Selesai	
3.	12-Juni-2023	Revisi Artikel	Selesai	
4.	15-Juni-2023	Artikel	Selesai	

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,

Titi Arpadono



Mahasiswa,

Novian Bayu Khorsan

## Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax: 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.feb.unigsby.ac.id>

Nomor : 230296 /01/FEB/I /2023  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Pimpinan  
CV Samudra Karya Nusantara  
Jl. Randegansari No. 10 RT-02 RW-03, Driyorejo,  
di-  
Gresik

Sesuai Kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Novan Bayu Kharisma  
NIM : 191500013  
Prodi : Manajemen  
Judul : Pengaruh *Product Knowledge*, *Social Influence*, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee Grandeez Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 26 Januari 2023  
D e k a n,

Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., MSM

NPP : 0709404.DY

### Lampiran 3 : Surat Balasan Penelitian



**CV. Samudra Karya Nusantara**  
Distributor Gadget Official  
Alamat : Jalan Randegansari No 10 RT 02 RW 03, Driyorejo, Gresik.  
Telp. 089934681641 E-mail : [samudrakaryanusantara@gmail.com](mailto:samudrakaryanusantara@gmail.com)

Surabaya, 30 Januari 2023.

Kepada Yth,  
Ketua Program Studi Manajemen  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan hormat,

Sehubungan dengan perihal permohonan permintaan informasi dalam penyusunan tugas akhir atau skripsi. Dengan ini kami beritahukan bahwa kami bersedia memberikan ijin kepada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya di bawah ini :

Nama : Novan Bayu Kharisma

NIM : 191500013

Prodi : SI-Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Knowledge, Social Influence, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee Grandez Surabaya*

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,  
CV. Samudra Karya Nusantara

Ali Mashuda

## Lampiran 4 : Catatan Ujian Proposal Skripsi



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus II Dukuhturi Menanggal XII/4, Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234  
Website <http://www.fk.ugriadi-buana.ac.id>

#### CATATAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa	: Novan Bayu Kharisma
NIM	: 191500013
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh <i>Product Knowledge</i> , <i>Social Influence</i> dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Marketplace</i> Shopee Giandaz Surabaya

Bab/ Halaman	Perbaikan/Koreksi
I	penulisan
ii	Penulisan penelitian kerangka theory
iii	Definisi variabel

Surabaya, 6 Februari 2023  
Penguji,

Siti Samsyah, S.E., MM.

## Lampiran 5 : Berita Acara Proposal Skripsi



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Muncung, XII-4, Telp- Fax: 031-8261183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.pgrisab.ac.id>

#### BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Senin, 6 Februari 2023 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap \*1 Tahun Akademik 20 / 20 \_\_\_\_

Nama Mahasiswa	: Novan Bayu Kharisma
NIM	: 191500013
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh <i>Product Knowledge, Social Influence</i> dan Presepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Marketplace Shopee</i> Grandeur Surabaya

Dihadiri oleh :

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1.	191500177	Nurinda Aprilia Antocari	1.
2.	191500188	Esa Muhammad Fadiah	2.
3.	191500149	Imyatin Khairo	3.
4.	191500227	Hani'a Nur Anissa	4.
5.	191500003	Ruqya Nur Fitra	5.
6.	191500179	Kawitah Mardiyah	6.
7.	191500099	Ade Suriani	7.
8.	191500079	Piya Dyah Ramadhani	8.
9.	191500160	Elen Esa Febi I.	9.
10.	191500169	Nur Fauza	10.
11.	191500182	Iman Aky F.	11.
12.	191500103	Hanny Ghelila Jean Ananda	12.
13.	191500061	Nur Julia Rahmawati	13.
14.	191500101	TRI UTAMI	14.
15.	191500202	Samia Fadhil Ruda A.	15.

Surabaya, 6 Februari 2023

Penguji : Siti Samsiyah, S.E., MM. ( )

Pembimbing : Sutama Wisnu Dyatnika, S.E., M.M ( )

## Lampiran 6 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
Kampus : Jl. Dukuh Meranggol No 4, Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipgriabu.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa

Nama : Novan Bayu Kharisma  
NIM : 191500013  
Prodi : Manajemen

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul arti "Pengaruh Product Knowledge, Social Influence, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Grandeur Surabaya" dengan hasil Similarity Index 21% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 03 Juli 2023  
Ketua Program Studi Manajemen,  
  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

## Lampiran 7 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. Dakshinamangal XII/4, Telp. Fax 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unigradiabu.ac.id>

#### BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Novian Bangsuh Kumbira  
 NIM/Program Studi : 191500613  
 Judul Skripsi : Persepsi product knowledge, Social influence, dan Persepsi kemampuan Penggunaan Terhadap Keputusan Pemilihan pada Marketplace Shoppe Graceloz Surabaya  
 Tanggal Ujian Skripsi : 17 Juli 2023  
 Penguji : 1. Dr. Nurcharidah, SE. MEd  
 2. \_\_\_\_\_

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		Alasan memilih shoppe ?	
2		pendataan teknis: persaman & perbedaan	
3		Perangka lain yang ada	
4		Uraian antar var	
5		Pembahasan : keadilan distribusi/pend	
6		Simpulan : — — — nilai terdapat	
7			
8			

Penguji I,

Dr. Nurcharidah

Surabaya, \_\_\_\_\_

Penguji II,





UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal, XII/4, Telp. Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unpgra.ac.id>

BERITA ACARA  
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : KOVAN EDU PRADANA  
NIM/Program Studi : 0500013 MANAJEMEN  
Judul Skripsi : Pengaruh Peringkat Knowledge, Social Influence, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Gramedia Surabaya  
Tanggal Ujian Skripsi : 7 Juli 2023  
Penguji : 1. \_\_\_\_\_  
2. Siema Prianto, I.E., M.M.

No	Tanggal	Matri Konsultasi	Paraf Penguji
1		Revisi masalah disesuai dg judul	
2		Tambahan penulisan kerabatula min 10	
3		Penulisan state pada bab dua teori	
4		Revisi Variabel pada analisis regresi	
5		Penulisan nilai F hitung	
6		Penulisan daftar pustaka sesuai dg pedoman	
7			
8			

Penguji I,

Surabaya, 21 Juli 2023  
Penguji II,

Siema Prianto

## Lampiran 8 : Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat, Saya mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya bermaksud mengajukan kuesioner dalam rangka pengumpulan data yang selanjutnya akan dianalisis untuk kepentingan penyusunan skripsi dengan judul "*Pengaruh Product Knowledge, Social Influence, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan pembelian Pada Marketplace Shopee Grandeoz Surabaya*". Kuesioner dalam penelitian ini hanya bersifat akademik dan bukan untuk dipublikasikan. Mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk bisa meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner ini. atas bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

### A. Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi seluruh pernyataan yang ada dengan sejujur-jujurnya.
2. Kejujuran di dalam memberikan jawaban akan sangat membantu akurasi kebenaran penelitian ini.
3. Berilah tanda (√) pada salah satu pernyataan dibawah ini, sesuai dengan pilihan jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr paling sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

### B. Identitas Responden

1. **Jenis Kelamin** :  
 Laki-Laki     Perempuan
2. **Usia** :  
 15-20 thn     21-25 thn  
 26 thn keatas
3. **Pendidikan Terakhir** :  
 SMA/SMK Sederajat  
 Diploma/Sarjana

Magister

4. **Telah Membeli Produk / Hanya Melihat - lihat laman Marketplace :**

Melakukan Pembelian Produk Aksesoris HP

Melakukan Pembelian Produk lainnya

C. **Pernyataan**

**SS** : Jika pernyataan tersebut **SANGAT SETUJU** dengan diri anda

**S** : Jika pernyataan tersebut **SETUJU** dengan diri anda

**N** : Jika pernyataan tersebut **NETRAL** dengan diri anda

**TS** : Jika pernyataan tersebut **TIDAK SETUJU** dengan diri anda

**STS** : Jika pernyataan tersebut **SANGAT TIDAK SETUJU** dengan diri anda

1. *Product Knowledge (Variabel X1)*

Indikator	No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Atribut Produk</b>	1	Saya memilih produk elektronik di Grandeoz Surabaya karena berkualitas baik					
	2	Grandeoz Surabaya memiliki produk lengkap yang banyak pilihan					
<b>Manfaat Fisik</b>	3	Produk pada Grandeoz Surabaya memiliki fisik yang tidak norak					

	4	Produk Grandeoz Surabaya memiliki keunikan					
<b>Manfaat Psikologis</b>	5	Saya selalu percaya dengan Grandeoz Surabaya					
	6	Membeli produk di Grandeoz tidak akan mengecewakan pembelinya.					

## 2. Social Influence (Variabel X2)

<b>Indikator</b>	<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<i>Rule</i>	7	Saya memiliki kebiasaan khusus saat membeli barang yang akan saya beli					
	8	Saya akan membeli produk sesuai dengan kebiasaan saya, seperti membaca keterangan detail produk pada <i>e-commerce</i>					
<i>Family</i>	9	Saya membeli produk karena keluarga saya membelinya					

	10	Saya terpengaruh untuk membelinya karena mendapat rekomendasi dari kerabat dekat					
<i>Reference</i>	11	Saya akan merekomendasikan produk tersebut saat menguntungkan					
	12	Saya perlu mengetahui referensi orang terdekat saya untuk membeli sebuah produk					
<i>Culture/ Personal Culture</i>	13	Saya membeli produk saat yakin akan kualitas pada toko tersebut					
	14	Saya akan membeli produk jika hasil review atau yang membelinya banyak					

### 3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Variabel X3)

Indikator	No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Perasaan Mudah untuk Digunakan</b>	15	Menggunakan situs dan membeli produk <i>e-commerce</i> Shopee Grandeoz Surabaya membuat pekerjaan menjadi lebih mudah					

		sesuai dengan keinginan saya .					
	16	Saat melakukan kegiatan memilih produk pada shopee dan membeli di Grandeoz Surabaya dapat mempermudah penggunaan.					
<b>Perasaan Mudah untuk Dipelajari</b>	17	Belajar menggunakan situs <i>e-commerce</i> shopee Grandeoz Surabaya adalah mudah bagi saya.					
	18	Menurut saya situs <i>e-commerce</i> shopee Grandeoz Surabaya mudah dimengerti.					
<b>Perasaan tidak menggunakan usaha lebih Ketika menggunakan merek tersebut</b>	19	Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk dapat menggunakan situs <i>e-commerce</i> shopee Grandeoz Surabaya					
	20	Mempelajari beberapa produk pada Grandeoz sangatlah mudah					

#### 4. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

<b>Indikator</b>	<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>Sesuai Kebutuhan</b>	21	Saya berniat untuk membeli produk sesuai kebutuhan					
	22	Beberapa produk pada <i>e-commerce</i> menyediakan hal-hal yang saya butuhkan					
<b>Mempunyai Manfaat</b>	23	Produk yang saya beli memiliki banyak manfaat					
	24	Produk pada <i>e-commerce</i> GerandeoZ memiliki banyak manfaat					
<b>Ketepatan dalam Membeli Produk</b>	25	Saya akan membaca deskripsi produk pada marketplace shopee yang dijual oleh Grandeoz Surabaya					
	26	Saya membaca detail produk yang akan saya beli pada Grandeoz Surabaya					
<b>Pembelian Berulang</b>	27	Jika barang tersebut sangat bermanfaat saya akan membeli produk tersebut kembali					

	28	Saya akan membeli produk secara berulang tanpa alasan tertentu					
--	----	--	--	--	--	--	--



### Lampiran 9 : Data Tabulasi

#### Tabulasi Variabel *Product Knowledge* (X1)

Responden	Tabulasi Product Knowledge (X1)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	5	4	5	5	29
2	3	2	4	4	4	3	20
3	5	4	3	3	4	5	24
4	5	4	5	4	4	4	26
5	3	4	2	3	4	2	18
6	4	4	5	4	3	4	24
7	4	5	3	2	3	3	20
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	5	3	4	3	23
10	3	4	5	4	3	4	23
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	4	4	4	27
13	3	4	4	2	3	4	20
14	4	4	5	3	4	3	23
15	4	4	3	3	2	2	18
16	5	4	5	4	3	3	24
17	3	3	3	3	3	3	18
18	4	5	3	3	4	2	21
19	2	2	3	2	3	5	17
20	3	3	3	3	3	3	18
21	5	5	5	5	5	5	30
22	2	3	2	3	3	3	16
23	1	1	1	1	1	1	6
24	5	4	3	4	5	4	25
25	5	4	5	5	5	5	29
26	3	4	3	2	4	3	19
27	5	5	4	5	5	5	29

<b>28</b>	3	3	2	3	2	3	16
<b>29</b>	2	2	2	2	2	2	12
<b>30</b>	5	5	5	4	5	5	29
<b>31</b>	2	2	2	2	2	2	12
<b>32</b>	5	5	5	5	4	5	29
<b>33</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>34</b>	4	4	4	5	5	5	27
<b>35</b>	5	4	4	4	4	5	26
<b>36</b>	4	4	5	5	4	3	25
<b>37</b>	4	4	4	4	4	3	23
<b>38</b>	4	5	5	4	4	4	26
<b>39</b>	5	4	4	4	4	4	25
<b>40</b>	4	5	5	4	5	4	27
<b>41</b>	4	5	5	4	5	4	27
<b>42</b>	5	4	5	5	4	5	28
<b>43</b>	4	4	5	4	3	4	24
<b>44</b>	4	2	3	3	3	4	19
<b>45</b>	4	5	3	4	4	5	25
<b>46</b>	4	5	3	4	4	4	24
<b>47</b>	3	4	5	3	4	4	23
<b>48</b>	3	3	2	3	3	3	17
<b>49</b>	4	4	3	4	4	3	22
<b>50</b>	2	3	3	4	3	4	19
<b>51</b>	4	5	4	5	4	5	27
<b>52</b>	4	5	4	5	4	4	26
<b>53</b>	5	4	5	4	5	4	27
<b>54</b>	4	5	4	5	4	4	26
<b>55</b>	4	5	5	4	5	4	27
<b>56</b>	5	4	5	4	5	4	27
<b>57</b>	4	4	5	4	4	4	25
<b>58</b>	4	5	4	5	4	5	27
<b>59</b>	5	4	4	4	4	5	26
<b>60</b>	5	5	5	5	5	5	30

<b>61</b>	5	5	4	4	5	5	28
<b>62</b>	5	5	4	5	5	5	29
<b>63</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>64</b>	4	4	4	4	5	4	25
<b>65</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>66</b>	5	4	5	5	5	5	29
<b>67</b>	4	4	4	5	5	4	26
<b>68</b>	5	5	5	4	5	5	29
<b>69</b>	5	5	5	5	5	4	29
<b>70</b>	5	4	4	4	5	5	27
<b>71</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>72</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>73</b>	4	4	4	4	4	5	25
<b>74</b>	5	4	5	5	5	4	28
<b>75</b>	5	4	5	5	5	4	28
<b>76</b>	5	5	5	5	4	5	29
<b>77</b>	5	4	5	5	5	5	29
<b>78</b>	5	5	4	4	5	5	28
<b>79</b>	4	4	4	5	4	4	25
<b>80</b>	5	4	4	4	5	4	26
<b>81</b>	4	4	4	5	5	5	27
<b>82</b>	5	4	5	5	4	4	27
<b>83</b>	5	5	5	4	4	4	27
<b>84</b>	5	4	4	4	4	4	25
<b>85</b>	4	4	3	4	4	4	23
<b>86</b>	4	4	5	4	4	4	25
<b>87</b>	4	5	4	3	4	3	23
<b>88</b>	3	3	3	3	3	3	18
<b>89</b>	4	3	4	3	5	4	23
<b>90</b>	4	4	5	3	3	4	23
<b>91</b>	3	3	3	3	3	3	18
<b>92</b>	4	3	4	3	4	3	21
<b>93</b>	2	3	2	2	3	2	14

<b>94</b>	5	5	3	3	5	5	26
<b>95</b>	3	3	5	4	3	3	21
<b>96</b>	3	3	2	3	3	2	16
<b>97</b>	5	5	4	4	3	3	24
<b>98</b>	4	4	3	2	3	5	21
<b>99</b>	4	4	4	3	3	4	22
<b>100</b>	3	3	3	4	4	3	20
<b>101</b>	4	4	4	5	5	4	26
<b>102</b>	4	4	4	5	5	5	27
<b>103</b>	4	4	5	5	4	4	26
<b>104</b>	3	4	3	4	4	3	21
<b>105</b>	4	3	5	4	5	3	24
<b>106</b>	2	2	3	2	3	2	14
<b>107</b>	4	4	3	4	3	4	22
<b>108</b>	3	4	4	5	4	3	23
<b>109</b>	4	5	4	3	4	4	24
<b>110</b>	4	3	3	3	3	3	19
<b>111</b>	4	4	4	3	3	3	21
<b>112</b>	4	3	3	3	3	3	19

**Tabulasi Variabel *Social Influence* (X2)**

Responden	Tabulasi <i>Social Influence</i> (X2)								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	5	5	3	4	5	5	5	5	37
2	5	5	3	4	4	4	4	4	33
3	5	4	3	3	3	5	5	5	33
4	4	3	3	4	4	4	5	3	30
5	4	3	4	5	5	5	3	4	33
6	5	4	2	3	4	3	5	4	30
7	4	4	5	2	3	2	1	4	25
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	3	4	4	4	3	4	4	30
10	5	4	3	4	3	4	5	3	31
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	3	3	2	3	3	1	4	4	23
13	2	4	1	4	5	5	2	4	27
14	4	4	3	3	3	5	4	4	30
15	5	4	5	4	4	5	4	4	35
16	3	4	1	5	2	5	5	4	29
17	3	5	5	5	5	5	5	5	38
18	3	2	4	3	4	3	4	3	26
19	3	2	4	3	2	3	4	2	23
20	3	5	4	5	5	4	5	5	36
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	5	5	5	4	4	3	4	4	34
23	1	5	5	5	5	5	5	5	36
24	3	5	4	3	5	4	3	5	32
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	2	4	2	4	3	2	4	3	24
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	2	4	3	1	4	3	2	3	22
29	2	5	5	5	5	5	5	5	37

<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>31</b>	2	5	5	5	5	5	5	5	37
<b>32</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>33</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>34</b>	5	5	5	4	4	4	4	4	35
<b>35</b>	5	5	4	4	4	5	5	5	37
<b>36</b>	2	2	3	2	4	5	3	3	24
<b>37</b>	4	5	2	3	2	3	5	4	28
<b>38</b>	5	3	4	4	5	5	5	2	33
<b>39</b>	5	4	3	2	4	4	3	5	30
<b>40</b>	4	2	4	5	4	5	2	4	30
<b>41</b>	5	1	4	5	5	4	1	4	29
<b>42</b>	5	2	4	5	5	4	5	2	32
<b>43</b>	3	5	4	4	2	2	4	3	27
<b>44</b>	2	5	4	4	4	4	4	4	31
<b>45</b>	4	5	3	4	2	3	2	4	27
<b>46</b>	3	5	4	5	4	3	4	3	31
<b>47</b>	3	2	5	5	5	4	3	5	32
<b>48</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	32
<b>49</b>	4	4	3	3	1	4	3	5	27
<b>50</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	32
<b>51</b>	4	4	3	4	5	4	3	4	31
<b>52</b>	5	5	2	3	3	3	2	5	28
<b>53</b>	5	5	3	2	2	2	2	4	25
<b>54</b>	5	5	1	1	2	1	1	4	20
<b>55</b>	5	4	4	5	4	4	4	5	35
<b>56</b>	4	5	4	5	2	2	4	4	30
<b>57</b>	5	4	5	4	4	5	4	3	34
<b>58</b>	4	5	4	5	4	4	5	5	36
<b>59</b>	5	5	4	5	5	5	4	5	38
<b>60</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>61</b>	5	5	4	4	5	4	5	5	37
<b>62</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40

<b>63</b>	5	4	5	5	5	5	5	5	39
<b>64</b>	4	5	4	4	5	4	4	5	35
<b>65</b>	5	5	5	5	4	5	5	5	39
<b>66</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	39
<b>67</b>	5	4	4	4	4	4	5	5	35
<b>68</b>	5	5	5	5	5	5	5	4	39
<b>69</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>70</b>	4	4	4	4	5	4	4	5	34
<b>71</b>	5	5	5	5	5	4	5	5	39
<b>72</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>73</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	33
<b>74</b>	4	5	5	5	4	5	5	5	38
<b>75</b>	5	5	4	4	5	4	5	5	37
<b>76</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>77</b>	5	5	5	5	5	4	4	5	38
<b>78</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>79</b>	4	4	5	5	5	5	5	5	38
<b>80</b>	4	4	4	4	5	4	5	5	35
<b>81</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>82</b>	5	4	4	4	4	4	5	5	35
<b>83</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>84</b>	4	4	5	5	5	5	5	4	37
<b>85</b>	4	3	3	4	3	4	3	4	28
<b>86</b>	5	4	4	3	4	3	4	3	30
<b>87</b>	2	4	3	4	4	3	3	4	27
<b>88</b>	4	4	5	5	4	4	4	4	34
<b>89</b>	3	4	3	3	4	4	4	5	30
<b>90</b>	3	3	5	5	3	4	4	3	30
<b>91</b>	3	5	5	5	5	5	5	5	38
<b>92</b>	3	4	4	3	4	4	3	4	29
<b>93</b>	4	2	2	3	3	3	3	4	24
<b>94</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>95</b>	3	5	4	4	5	4	5	4	34

<b>96</b>	3	3	2	3	2	4	3	5	25
<b>97</b>	4	5	3	3	5	4	3	4	31
<b>98</b>	3	5	4	3	3	4	2	4	28
<b>99</b>	3	4	2	3	5	4	4	3	28
<b>100</b>	5	3	2	3	4	3	2	4	26
<b>101</b>	3	4	4	4	4	4	4	5	32
<b>102</b>	4	4	4	5	5	5	5	5	37
<b>103</b>	4	4	5	5	4	5	4	4	35
<b>104</b>	3	3	3	4	3	3	4	5	28
<b>105</b>	2	4	5	3	4	4	4	5	31
<b>106</b>	3	2	3	2	2	2	2	3	19
<b>107</b>	3	4	5	3	4	3	3	4	29
<b>108</b>	2	4	3	5	2	2	4	3	25
<b>109</b>	3	4	4	3	3	4	5	3	29
<b>110</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	34
<b>111</b>	4	3	3	4	3	3	4	4	28
<b>112</b>	5	5	4	3	4	4	4	4	33



**Tabulasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)**

Responden	Tabulasi Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)						Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	3	5	4	1	4	21
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	3	4	3	23
6	4	5	3	5	5	1	23
7	3	5	5	4	3	4	24
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	5	3	2	4	22
10	4	4	3	4	5	3	23
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	3	4	5	5	5	27
13	3	4	5	3	5	3	23
14	3	2	3	4	2	4	18
15	5	3	4	4	4	3	23
16	5	4	5	4	4	4	26
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	4	3	5	2	24
19	4	2	3	4	2	3	18
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	4	5	3	2	5	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	3	5	4	3	5	24
25	5	5	5	5	5	5	30
26	2	4	3	2	4	3	18
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	3	2	2	3	2	16

<b>29</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>31</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>32</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>33</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>34</b>	5	5	5	4	4	5	28
<b>35</b>	4	4	4	5	5	4	26
<b>36</b>	4	3	3	5	3	2	20
<b>37</b>	4	4	4	4	4	4	24
<b>38</b>	5	4	4	4	5	5	27
<b>39</b>	4	5	4	5	5	4	27
<b>40</b>	4	4	5	4	4	5	26
<b>41</b>	5	4	5	4	5	4	27
<b>42</b>	4	5	5	4	5	4	27
<b>43</b>	4	4	4	3	4	3	22
<b>44</b>	4	4	4	4	4	4	24
<b>45</b>	4	5	3	5	4	3	24
<b>46</b>	4	5	4	5	4	3	25
<b>47</b>	3	4	3	4	3	3	20
<b>48</b>	4	4	4	4	4	4	24
<b>49</b>	1	2	4	2	4	3	16
<b>50</b>	4	4	4	4	4	4	24
<b>51</b>	4	5	4	5	4	5	27
<b>52</b>	4	4	5	5	5	5	28
<b>53</b>	4	5	4	5	4	5	27
<b>54</b>	4	5	4	4	5	5	27
<b>55</b>	5	4	4	5	4	5	27
<b>56</b>	5	4	4	5	5	4	27
<b>57</b>	4	4	5	4	5	4	26
<b>58</b>	4	5	5	4	5	4	27
<b>59</b>	2	3	1	3	2	4	15
<b>60</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>61</b>	2	3	2	3	2	1	13

<b>62</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>63</b>	5	5	4	5	5	5	29
<b>64</b>	2	2	3	2	3	1	13
<b>65</b>	5	5	5	4	5	5	29
<b>66</b>	5	5	5	5	4	5	29
<b>67</b>	1	2	2	3	2	3	13
<b>68</b>	4	4	5	4	5	5	27
<b>69</b>	5	4	5	4	4	5	27
<b>70</b>	3	3	3	3	3	1	16
<b>71</b>	5	5	4	4	4	5	27
<b>72</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>73</b>	2	2	3	2	2	3	14
<b>74</b>	5	5	4	5	5	5	29
<b>75</b>	3	1	2	3	3	2	14
<b>76</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>77</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>78</b>	5	5	5	5	4	5	29
<b>79</b>	2	3	2	2	3	2	14
<b>80</b>	1	2	2	2	2	3	12
<b>81</b>	2	3	2	2	2	2	13
<b>82</b>	3	2	3	3	3	2	16
<b>83</b>	2	2	3	2	2	2	13
<b>84</b>	3	2	2	3	3	1	14
<b>85</b>	4	5	4	4	4	3	24
<b>86</b>	4	3	4	3	3	4	21
<b>87</b>	5	3	3	4	5	3	23
<b>88</b>	5	4	4	5	5	5	28
<b>89</b>	3	4	2	3	2	3	17
<b>90</b>	3	3	4	3	3	4	20
<b>91</b>	5	5	5	5	5	5	30
<b>92</b>	4	3	4	4	3	3	21
<b>93</b>	2	3	4	4	4	4	21
<b>94</b>	5	5	5	5	5	5	30

<b>95</b>	4	5	4	4	5	4	26
<b>96</b>	4	2	4	3	2	3	18
<b>97</b>	3	4	2	2	4	3	18
<b>98</b>	4	4	3	3	3	4	21
<b>99</b>	4	4	4	4	3	3	22
<b>100</b>	3	2	3	3	4	3	18
<b>101</b>	5	5	4	4	4	5	27
<b>102</b>	5	5	4	4	4	4	26
<b>103</b>	4	4	4	4	4	4	24
<b>104</b>	4	3	4	5	3	4	23
<b>105</b>	3	3	4	4	4	4	22
<b>106</b>	3	2	3	2	4	2	16
<b>107</b>	3	4	3	4	3	4	21
<b>108</b>	2	4	3	4	2	3	18
<b>109</b>	4	4	3	3	3	4	21
<b>110</b>	4	4	4	4	4	4	24
<b>111</b>	4	4	3	4	4	3	22
<b>112</b>	4	4	3	4	4	4	23

### Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Tabulasi Keputusan Pembelian (Y)								Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	5	5	5	5	5	5	5	4	39
2	4	2	4	4	4	4	4	5	31
3	4	4	3	3	5	5	5	1	30
4	4	4	4	4	4	4	4	3	31
5	4	3	2	2	4	4	4	5	28
6	4	3	4	5	3	5	5	3	32
7	5	2	2	3	3	3	4	4	26
8	4	4	4	4	3	3	3	3	28
9	2	3	4	3	2	3	3	1	21
10	4	4	3	4	3	5	4	1	28
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	4	3	1	5	3	5	4	4	29
13	4	4	3	5	3	4	4	4	31
14	3	4	4	4	4	3	3	5	30
15	3	5	1	3	3	4	4	2	25
16	3	3	5	5	5	5	4	4	34
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	3	4	3	5	3	4	5	32
19	4	5	3	5	4	4	3	1	29
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	4	3	2	3	4	4	3	2	25
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	3	5	4	4	3	2	29
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	2	4	3	2	4	3	2	1	21
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	3	4	2	3	2	4	3	2	23
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40

<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>31</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>32</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>33</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>34</b>	4	4	5	2	2	3	3	1	24
<b>35</b>	4	5	5	1	3	2	2	3	25
<b>36</b>	3	2	5	5	3	3	3	3	27
<b>37</b>	4	5	4	4	4	4	4	2	31
<b>38</b>	5	4	5	4	5	4	4	4	35
<b>39</b>	5	4	5	4	5	5	4	4	36
<b>40</b>	5	4	5	4	5	4	5	5	37
<b>41</b>	5	5	4	5	4	5	4	4	36
<b>42</b>	4	5	5	5	4	5	4	5	37
<b>43</b>	4	2	2	3	2	2	4	4	23
<b>44</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	32
<b>45</b>	4	4	4	3	4	3	5	4	31
<b>46</b>	4	3	4	4	4	4	3	4	30
<b>47</b>	4	5	4	4	4	3	3	3	30
<b>48</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	32
<b>49</b>	2	4	3	2	4	3	4	3	25
<b>50</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	32
<b>51</b>	4	5	4	5	4	5	4	4	35
<b>52</b>	4	5	4	5	4	4	5	5	36
<b>53</b>	5	4	4	4	5	5	4	4	35
<b>54</b>	4	5	4	5	4	5	4	5	36
<b>55</b>	4	5	5	5	4	4	5	5	37
<b>56</b>	5	4	5	4	5	4	5	4	36
<b>57</b>	5	5	4	5	4	4	4	4	35
<b>58</b>	5	4	5	5	4	4	4	4	35
<b>59</b>	5	5	5	4	5	5	5	4	38
<b>60</b>	5	3	3	3	3	3	3	3	26
<b>61</b>	2	5	5	4	5	5	5	4	35
<b>62</b>	4	5	5	3	3	3	3	3	29

<b>63</b>	5	2	2	2	2	2	2	2	19
<b>64</b>	3	4	5	4	5	5	5	4	35
<b>65</b>	5	2	2	2	2	2	2	2	19
<b>66</b>	5	2	2	1	2	1	1	2	16
<b>67</b>	3	5	4	4	4	4	4	4	32
<b>68</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>69</b>	5	5	4	5	5	4	4	5	37
<b>70</b>	2	5	5	5	4	4	4	4	33
<b>71</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>72</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>73</b>	1	5	5	4	4	4	5	4	32
<b>74</b>	5	5	5	5	5	4	4	5	38
<b>75</b>	2	5	5	4	5	5	5	4	35
<b>76</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>77</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>78</b>	5	4	5	5	5	5	5	5	39
<b>79</b>	1	5	4	4	4	4	5	5	32
<b>80</b>	2	5	4	4	5	5	5	4	34
<b>81</b>	1	4	5	4	4	4	5	4	31
<b>82</b>	2	5	5	4	4	4	4	4	32
<b>83</b>	1	5	4	4	5	5	5	5	34
<b>84</b>	1	5	4	4	5	5	5	5	34
<b>85</b>	4	4	5	4	4	4	4	3	32
<b>86</b>	5	4	4	4	2	2	3	2	26
<b>87</b>	4	4	5	3	4	4	3	5	32
<b>88</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	32
<b>89</b>	4	3	3	3	3	3	4	4	27
<b>90</b>	4	3	3	4	3	3	3	3	26
<b>91</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>92</b>	5	3	3	3	4	2	3	1	24
<b>93</b>	3	4	3	3	4	3	4	3	27
<b>94</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	40
<b>95</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	33

<b>96</b>	4	2	3	2	3	2	2	1	19
<b>97</b>	2	4	3	2	4	3	3	2	23
<b>98</b>	2	4	3	2	4	2	4	2	23
<b>99</b>	4	4	5	4	4	3	4	3	31
<b>100</b>	4	5	3	2	4	4	5	3	30
<b>101</b>	4	5	4	4	5	5	5	5	37
<b>102</b>	4	4	5	5	5	5	5	5	38
<b>103</b>	4	5	5	4	5	4	4	4	35
<b>104</b>	3	3	4	4	5	3	3	2	27
<b>105</b>	4	3	4	4	4	3	4	3	29
<b>106</b>	2	2	2	3	3	3	2	5	22
<b>107</b>	3	4	3	4	3	4	4	4	29
<b>108</b>	4	3	3	4	2	3	4	4	27
<b>109</b>	3	4	4	5	4	3	3	3	29
<b>110</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	31
<b>111</b>	4	3	3	3	3	4	4	3	27
<b>112</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	32



## Lampiran 10 : Lampiran Perhitungan SPSS

### Uji Validitas *Product Knowledge* (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.708**	.657**	.629**	.683**	.669**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.708**	1	.556**	.560**	.603**	.581**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.657**	.556**	1	.641**	.593**	.548**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	.629**	.560**	.641**	1	.678**	.613**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X1.5	Pearson Correlation	.683**	.603**	.593**	.678**	1	.647**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X1.6	Pearson Correlation	.669**	.581**	.548**	.613**	.647**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.872**	.800**	.809**	.831**	.843**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112

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

### Uji Reliabilitas *Product Knowledge* (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	7

## Uji Validitas Social Influmce (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.231*	.215*	.191*	.219*	.237*	.217*	.249**	.462**
	Sig. (2-tailed)		.014	.023	.044	.020	.012	.021	.008	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.2	Pearson Correlation	.231*	1	.293**	.244**	.244**	.231*	.387**	.488**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.014		.002	.009	.009	.014	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.3	Pearson Correlation	.215*	.293**	1	.578**	.536**	.494**	.439**	.313**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.023	.002		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.4	Pearson Correlation	.191*	.244**	.578**	1	.509**	.568**	.589**	.350**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.044	.009	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.5	Pearson Correlation	.219*	.244**	.536**	.509**	1	.642**	.421**	.392**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.020	.009	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.6	Pearson Correlation	.237*	.231*	.494**	.568**	.642**	1	.517**	.429**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.012	.014	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.7	Pearson Correlation	.217*	.387**	.439**	.589**	.421**	.517**	1	.282**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.8	Pearson Correlation	.249**	.488**	.313**	.350**	.392**	.429**	.282**	1	.623**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.001	.000	.000	.000	.003		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.462**	.567**	.728**	.753**	.739**	.765**	.725**	.623**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

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

## Uji Reliabilitas Social Influence (X2)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	9

## Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.672**	.690**	.725**	.638**	.647**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.2	Pearson Correlation	.672**	1	.616**	.657**	.664**	.611**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.3	Pearson Correlation	.690**	.616**	1	.617**	.580**	.729**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.4	Pearson Correlation	.725**	.657**	.617**	1	.612**	.660**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.5	Pearson Correlation	.638**	.664**	.580**	.612**	1	.502**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.6	Pearson Correlation	.647**	.611**	.729**	.660**	.502**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.870**	.840**	.841**	.845**	.796**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112

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

## Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	7

## Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.009	.157	.258**	.144	.132	.082	.199*	.358**
	Sig. (2-tailed)		.924	.098	.006	.131	.166	.387	.046	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.2	Pearson Correlation	.009	1	.573**	.484**	.590**	.609**	.584**	.392**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.924		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.3	Pearson Correlation	.157	.573**	1	.549**	.627**	.482**	.517**	.499**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.098	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.4	Pearson Correlation	.258**	.484**	.549**	1	.524**	.704**	.583**	.567**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.5	Pearson Correlation	.144	.590**	.627**	.524**	1	.693**	.676**	.568**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.131	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.6	Pearson Correlation	.132	.609**	.482**	.704**	.693**	1	.767**	.569**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.166	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.7	Pearson Correlation	.082	.584**	.517**	.583**	.676**	.767**	1	.632**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.387	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.8	Pearson Correlation	.199*	.392**	.499**	.567**	.568**	.569**	.632**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.358**	.708**	.751**	.800**	.813**	.836**	.817**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

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

## Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	9

## Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.140	3.485		2.927	.004		
	Product Knowledge	.031	.115	.024	.269	.788	.805	1.243
	Social Influence	.434	.105	.388	4.116	.000	.732	1.366
	Presepsi Kemudahan Penggunaan	.290	.097	.257	2.993	.003	.882	1.134

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.140	3.485		2.927	.004		
	Product Knowledge	.031	.115	.024	.269	.788	.805	1.243
	Social Influence	.434	.105	.388	4.116	.000	.732	1.366
	Presepsi Kemudahan Penggunaan	.290	.097	.257	2.993	.003	.882	1.134

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.140	3.485		2.927	.004		
	Product Knowledge	.031	.115	.024	.269	.788	.805	1.243
	Social Influence	.434	.105	.388	4.116	.000	.732	1.366
	Presepsi Kemudahan Penggunaan	.290	.097	.257	2.993	.003	.882	1.134

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1159.214	3	386.405	15.162	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2752.465	108	25.486		
	Total	3911.679	111			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Presepsi Kemudahan Penggunaan, Product Knowledge, Social Influence

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.03819768
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.080
	Negative	-.101
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.007 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.671 <sup>a</sup>	.451	.436	1.83126	2.336

a. Predictors: (Constant), Presepsi Kemudahan Penggunaan, Product Knowledge, Social Influence

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian