

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan penelitian dengan judul: Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Keragaman Produk, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen *My Keranjang Store* Madiun, dengan ini peneliti:

Dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir, bersama ini penelitian menyampaikan kuisisioner penelitian mengenai judul: Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Keragaman Produk, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen *My Keranjang Store* Madiun, dengan ini peneliti:

Nama : Putri Abdi Ningsih
NIM : 2003102141
Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas PGRI Madiun

Memohon kesediaan saudara/i konsumen UMKM *My Keranjang Store* Madiun untuk meluangkan waktunya guna melakukan pengisian pernyataan-pernyataan yang telah disediakan pada daftar ini tanpa ada prasangka dan perasaan terpaksa.

Semua jawaban dan keterangan yang sudah saya peroleh semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian. Jawaban dan keterangan yang akan diberikan oleh saudara/i akan sangat membantu peneliti untuk kelancaran penelitian yang dilakukan. Atas perhatian dan bantuan yang telah saudara/i berikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Putri Abdi Ningsih

Pertanyaan Demografis:

Nama :

1. Usia:

- 17-20 tahun
- 21-25 tahun
- 26-30 tahun

2. Jenis kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

3. Frekuensi membeli pada UMKM *My Keranjang Store* Madiun dalam:

- 1-3 kali
- 4-5 kali
- > 5 kali

4. Domisili di Kota Madiun:

- Kec. Taman
- Kec. Kartoharjo
- Kec. Manguharjo

Cara Pengisian:

Saudara/i cukup memberikan tanda *checklist* (\surd) pada salah satu kolom jawaban yangtelah tersedia sesuai dengan pilihan anda sendiri secara pribadi.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

DRAFT KUISIONER:

PERSEPSI KUALITAS PRODUK						
Sumber: Tjiptono (2018)						
No	Variabel dan Indikator	(1) STS	(2) TS	(3) N	(4) S	(5) SS
1. Indikator: Kinerja (<i>Performance</i>)						
	1) Produk UMKM <i>My Keranjang Store</i> sesuai dengan harapan dan keinginan saya.					
	1) Kualitas produk yang tersedia di UMKM <i>My keranjang Store</i> lebih bagus dari pada toko yang lainnya.					
2. Indikator: Fitur (<i>Features</i>).						
	2) Saya merasa bentuk produk yang disajikan UMKM <i>My Keranjang Store</i> sangat menarik.					
3. Indikator: Conformance To Specification (Kesesuaian Dengan Spesifikasi)						
	3) Saya merasa produk yang dijual UMKM <i>My Keranjang Store</i> sudah sesuai dengan standar kualitas yang ditawarkan.					
	4) Produk yang diterima konsumen dari UMKM <i>My Keranjang Store</i> saat pembelian <i>online</i> sesuai dengan spesifikasi yang dicantumkan.					
4. Indikator: <i>Aesthetics</i> (estetika)						

	5) Menurut saya, produk yang dijual UMKM <i>My Keranjang Store</i> sangat menarik perhatian.					
KERAGAMAN PRODUK						
Sumber: Philip Kotler (2015)						
No	Item Pertanyaan	(1) STS	(2) TS	(3) N	(4) S	(5) SS
1. Indikator: Variasi merk produk						
	6) Menurut saya, di UMKM <i>My Keranjang Store</i> saya dapat memilih merk produk berdasarkan variasi yang ditawarkan.					
2. Variasi Kelengkapan Produk						
	7) Saya merasa toko ini memiliki banyak pilihan produk yang berbeda untuk setiap kategori (seperti peralatan rumah tangga dan <i>fashion</i>).					
3. Indikator: Variasi ukuran produk						
	8) Saya merasa UMKM <i>My keranjang Store</i> memiliki daya tarik berupa banyak nya jenis ukuran produk yang dapat dipilih sesuai kebutuhan. 9) Saya dapat dengan mudah menemukan produk yang lengkap sesuai ukuran kualitas (mulai rendah					

	hingga kualitas tinggi) yang saya inginkan di toko ini.					
4. Indikator: Variasi kualitas produk						
	10) UMKM <i>My keranjang Store</i> Madiun memiliki varian kualitas produk sehingga konsumen dapat memilih sesuai selera.					
	11) UMKM <i>My keranjang Store</i> memiliki daya tarik berupa banyak nya jenis kualitas produk yang dapat dipilih.					
<i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)</i>						
Sumber: Immanuel & Maharia (2015)						
No	Item Pertanyaan	(1) STS	(2) TS	(3) N	(4) S	(5) SS
1. Indikator: Ulasan positif terkait produk atau merk tertentu						
	12) Saya merasa semakin banyaknya konsumen memberikan ulasan positif pada UMKM <i>My Keranjang Store</i> menunjukkan bahwa penjual memiliki hasil penjualan yang semakin baik.					
2. Indikator: Rekomendasi produk atau merk tertentu						
	13) Saya merasa <i>review</i> menjadi salah satu cara untuk mendapatkan informasi tentang					

	produk UMKM <i>My Keranjang Store</i> Madiun dan merekomendasikan kepada orang lain.					
3. Indikator: Sering membaca ulasan online tentang kesan orang lain terhadap suatu produk						
	14) Saya memutuskan membeli produk UMKM <i>My Keranjang Store</i> Madiun setelah mengetahui banyaknya ulasan <i>online</i> yang positif.					
4. Indikator: percaya diri dalam membeli produk ketika melihat ulasan <i>online</i> positif dari orang lain						
	15) Saya merasa yakin untuk membeli produk ini ketika sudah mengetahui ulasan <i>online</i> dari orang lain. 16) Menurut saya, ulasan <i>online</i> yang positif tentang kualitas, variasi dan harga pada UMKM <i>My Keranjang Store</i> meyakinkan saya untuk memilih pilihan yang tepat membeli produk ini.					
PERSEPSI HARGA						
Sumber: Tjiptono (2008)						
No	Item Pertanyaan	(1) STS	(2) TS	(3) N	(4) S	(5) SS
1. Indikator: keterjangkauan harga						
	17) Saya merasa harga produk yang ditawarkan UMKM					

	<p><i>My Keranjang Store</i> bervariasi meskipun dengan jenis produk yang sama.</p> <p>18) Harga yang ditawarkan UMKM <i>My Keranjang Store</i> Madiun cenderung rendah daripada toko yang lain.</p>					
2. Indikator: kesesuaian harga dengan kualitas produk.						
	19) Harga produk yang dijual UMKM <i>My Keranjang Store</i> sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.					
	20) UMKM <i>My Keranjang Store</i> menyediakan produk dengan kualitas baik tetapi dengan harga yang murah.					
3. Indikator: Harga kompetitif dibandingkan dengan kompetitor.						
	21) Harga produk yang ditawarkan UMKM <i>My Keranjang store</i> cenderung rendah daripada toko yang lain dengan jenis produk yang sama.					
MINAT BELI (Y)						
Dian et al, (2020)						
No	Item Pertanyaan	(1) STS	(2) TS	(3) N	(4) S	(5) SS
1. Indikator: Perhatian (<i>Attention</i>)						

	<p>22) Produk UMKM <i>My Keranjang Store</i> Madiun memberikan kesan positif bagi calon konsumen.</p> <p>23) Saya merasa produk UMKM <i>My Keranjang Store</i> selalu mengikuti perkembangan tas <i>fashion</i> dari masa ke masa.</p>					
2. Indikator: Keinginan (<i>Desire</i>)						
	<p>24) Saya berminat membeli produk UMKM <i>My Keranjang Store</i> karena melihat promosi yang menarik pada <i>instagram</i> dan <i>facebook</i>.</p>					
3. Indikator: ketertarikan (<i>Interest</i>)						
	<p>25) Saya berminat membeli karena tertarik ingin mengetahui lebih jauh produk UMKM <i>My Keranjang Store</i>.</p> <p>26) Saya tertarik untuk membeli produk UMKM <i>My Keranjang Store</i> karena nyaman digunakan.</p>					

Lampiran 2 Data Tabulasi

X1 = Persepsi Kualitas Produk Dan X2 = Keragaman Produk

No	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6
1	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	5	3	3	5	4	5	4	3	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
6	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
7	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
8	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
10	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5	5
11	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3
12	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
13	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
15	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4
16	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
17	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
18	5	3	3	3	4	3	3	5	3	5	3	5
19	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
23	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4
24	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
25	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
26	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5
27	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
28	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5
29	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
30	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4
31	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
32	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
34	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5
35	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4

36	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5
37	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
38	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
39	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
40	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
45	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
46	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
47	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
48	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3
49	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
50	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5
51	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4
52	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
53	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
54	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
55	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
56	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
57	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
58	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
59	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
60	4	5	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
61	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
62	4	5	4	3	3	4	5	5	4	3	5	3
63	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
65	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
66	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
67	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
68	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
69	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
70	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
71	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
72	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
73	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
74	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5

9	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
10	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
11	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
12	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5
13	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3
14	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
16	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
17	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
18	3	5	3	5	4	4	4	4	3	4
19	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4
22	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
23	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
25	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5
26	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
27	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
28	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
29	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
30	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
31	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
35	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
36	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
37	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
38	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
39	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
46	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
47	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
48	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4

49	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
50	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
51	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
52	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
53	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
54	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
56	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
57	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
58	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
59	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
60	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
61	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
62	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4
63	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
64	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
65	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
66	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
67	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
68	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4
69	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
70	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
71	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
72	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
79	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
80	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
81	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
83	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
84	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5

89	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
90	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
91	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
92	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5
93	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
94	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
95	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Databulasi Y

Y = Minat Beli

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
1	4	4	4	5	5
2	5	5	5	5	5
3	5	4	4	5	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	5	4	5	5	4
7	5	4	5	5	5
8	5	4	5	5	5
9	5	4	5	4	4
10	5	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4
12	4	4	4	5	5
13	4	3	4	4	4
14	4	5	5	4	5
15	4	4	4	4	4
16	5	5	5	4	4
17	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4
21	4	4	5	4	5

22	4	4	5	4	4
23	4	5	4	4	5
24	4	4	4	4	4
25	4	4	4	5	4
26	5	4	4	5	5
27	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4
29	4	4	5	5	5
30	5	4	4	5	4
31	4	4	3	4	5
32	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4
34	4	4	4	5	4
35	5	5	5	5	5
36	5	5	4	5	5
37	5	5	5	4	5
38	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	5
40	5	4	5	5	5
41	5	5	5	5	5
42	4	5	5	5	5
43	4	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	4	4
46	5	5	4	5	4
47	5	5	5	5	5
48	5	5	4	5	5
49	4	5	4	5	5
50	5	5	5	5	5
51	4	5	5	4	5
52	5	4	5	5	5
53	4	4	4	4	5
54	5	5	5	4	4
55	5	5	5	4	4
56	4	5	4	4	5
57	5	5	5	4	5
58	5	5	5	5	5
59	4	4	5	5	5
60	4	3	3	3	3
61	3	5	4	5	5

62	3	4	3	4	5
63	4	5	5	4	5
64	4	5	5	4	5
65	4	5	5	4	4
66	5	4	5	5	4
67	5	5	4	4	4
68	5	5	5	4	4
69	5	5	5	5	5
70	5	4	5	4	5
71	5	5	5	5	5
72	4	4	5	5	5
73	4	4	4	3	4
74	4	4	4	5	4
75	5	5	4	5	5
76	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5
78	5	5	4	4	5
79	5	4	5	4	5
80	5	5	5	5	5
81	5	4	4	4	4
82	5	4	4	4	4
83	5	4	5	5	4
84	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5
90	5	4	4	5	5
91	4	4	4	4	5
92	3	3	3	4	4
93	4	4	4	4	5
94	5	4	5	4	5
95	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5

Lampiran 3 Olah Data

1. Uji Validitas

Variabel Persepsi Kualitas Produk (X1)

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Persepsi Kualitas Produk	
X1.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.223*	.406**	.395**	.411**	.376**	.631**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.026	.000	.000	.000	.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.223*	1	.411**	.510**	.308**	.224*	.620**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.026		.000	.000	.002	.025	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	<i>Pearson Correlation</i>	.406**	.411**	1	.523**	.482**	.512**	.774**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	<i>Pearson Correlation</i>	.395**	.510**	.523**	1	.525**	.468**	.801**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	<i>Pearson Correlation</i>	.411**	.308**	.482**	.525**	1	.488**	.755**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.002	.000	.000		.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.376**	.224*	.512**	.468**	.488**	1	.722**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.025	.000	.000	.000		.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Kualitas Produk	<i>Pearson Correlation</i>	.631**	.620**	.774**	.801**	.755**	.722**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Variabel Keragaman Produk (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Keragaman Produk
X2.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.477**	.535**	.274**	.476**	.234*	.727**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000	.000	.006	.000	.019	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	<i>Pearson Correlation</i>	.477**	1	.454**	.423**	.247*	.300**	.695**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000		.000	.000	.013	.002	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	<i>Pearson Correlation</i>	.535**	.454**	1	.399**	.400**	.287**	.745**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000		.000	.000	.004	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	<i>Pearson Correlation</i>	.274**	.423**	.399**	1	.308**	.445**	.681**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.006	.000	.000		.002	.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	<i>Pearson Correlation</i>	.476**	.247*	.400**	.308**	1	.362**	.675**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.013	.000	.002		.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	<i>Pearson Correlation</i>	.234*	.300**	.287**	.445**	.362**	1	.631**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.019	.002	.004	.000	.000		.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100
Keragaman Produk	<i>Pearson Correlation</i>	.727**	.695**	.745**	.681**	.675**	.631**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Variabel Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X3)

		Correlations					Electronic Word Of Mouth
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.461**	.473**	.387**	.487**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.461**	1	.348**	.182	.325**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.070	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.473**	.348**	1	.296**	.408**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.387**	.182	.296**	1	.341**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.070	.003		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.487**	.325**	.408**	.341**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Electronic Word Of Mouth	Pearson Correlation	.807**	.656**	.716**	.619**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Variabel Persepsi Harga (X4)

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Persepsi Harga
X4.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.278**	.426**	.370**	.340**	.692**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.005	.000	.000	.001	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
X4.2	<i>Pearson Correlation</i>	.278**	1	.269**	.250*	.305**	.615**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.005		.007	.012	.002	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
X4.3	<i>Pearson Correlation</i>	.426**	.269**	1	.341**	.417**	.705**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.007		.001	.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
X4.4	<i>Pearson Correlation</i>	.370**	.250*	.341**	1	.393**	.699**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.012	.001		.000	.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
X4.5	<i>Pearson Correlation</i>	.340**	.305**	.417**	.393**	1	.720**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.001	.002	.000	.000		.000
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	<i>Pearson Correlation</i>	.692**	.615**	.705**	.699**	.720**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	
	<i>N</i>	100	100	100	100	100	100

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

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

Variabel Minat Beli (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Minat Beli
Y1						
<i>Pearson Correlation</i>	1	.441**	.562**	.417**	.191	.711**
<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000	.000	.000	.058	.000
<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
Y2						
<i>Pearson Correlation</i>	.441**	1	.550**	.368**	.503**	.776**
<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000		.000	.000	.000	.000
<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
Y3						
<i>Pearson Correlation</i>	.562**	.550**	1	.404**	.421**	.801**
<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000		.000	.000	.000
<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
Y4						
<i>Pearson Correlation</i>	.417**	.368**	.404**	1	.470**	.714**
<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000		.000	.000
<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
Y5						
<i>Pearson Correlation</i>	.191	.503**	.421**	.470**	1	.692**
<i>Sig. (2-tailed)</i>	.058	.000	.000	.000		.000
<i>N</i>	100	100	100	100	100	100
Minat Beli						
<i>Pearson Correlation</i>	.711**	.776**	.801**	.714**	.692**	1
<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	
<i>N</i>	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

Variabel Persepsi Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	6

Variabel Keragaman Produk (X2)*Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.783	6

Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X3)*Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.749	5

Variabel Persepsi Harga (X4)*Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.718	5

Variabel Minat Beli (Y)*Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.793	5

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	1.36237838
	<i>Absolute Most Extreme Differences</i>	.086
	<i>Positive</i>	.086
	<i>Negative</i>	-.077
	<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	.863
	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.446

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Heterokedisitas

Coefficients^a

Model		t	Sig.
	<i>(Constant)</i>	2.920	.004
1	Persepsi Kualitas Produk	-.354	.725
	Keragaman Produk	-.115	.909
	<i>Electronic Word Of Mouth</i>	-.946	.347
	Persepsi Harga	-.153	.879

a. Dependent Variable: ABS_RES

c. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
(<i>Constant</i>)		
1 Persepsi Kualitas Produk	.372	2.687
Keragaman Produk	.337	2.965
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	.366	2.732
Persepsi Harga	.551	1.814

a. *Dependent Variable: Minat Beli*

d. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
(<i>Constant</i>)	3.037	1.831	
1 Persepsi Kualitas Produk	.116	.082	.258
Keragaman Produk	.243	.098	.293
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	.111	.112	.212
Persepsi Harga	.331	.100	.303

a. *Dependent Variable: Minat Beli*

e. Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
(<i>Constant</i>)	1.659	.100
1 Persepsi Kualitas Produk	2.414	.021
Keragaman Produk	2.491	.014
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	1.988	.045
Persepsi Harga	3.298	.001

a. *Dependent Variable: Minat Beli*

f. Koefisien Determinasi (R²)*Model Summary^b*

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.747 ^a	.557	.539

a. *Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth, Keragaman Produk*

b. *Dependent Variable: Minat Beli*

LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Putri Abdi Ningsih dilahirkan di Bojonegoro pada tanggal 27 April 2002, anak ketiga dari pasangan Bapak Suyono dan Ibu Turniawati. Pendidikan Dasar dan menengah ditempuh di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro. Tamat SDN Tapelan 01 Tahun 2014, melanjutkan ke MTS Asy-Syukuriyah tamat pada tahun 2017, selanjutnya melanjutkan ke SMKN 1 Ngraho tamat pada tahun 2020.

Pendidikan berikutnya ditempuh di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun tahun 2020. Semasa Mahasiswa aktif dalam UKM yaitu UKM UKKI At-Tarbiyah. Pada waktu di UKM ikut berpartisipasi sebagai anggota. Dan melaksanakan praktik magang di Sekretariat Daerah Ngawi.