


## Lampiran 1: Log Bimbingan Skripsi

10/9/2020 Print Log Bimbingan Skripsi



**STIE (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi) Malangkuçeçwara**  
Jl. Terusan Candi Kalasan, Malang, Jawa Timur  
phone +62 0341 481913, fax +62 0341 495619  
email info@stie-mce.ac.id, www.stie-mce.ac.id

printed:  
2020-10-09 11:45:59  
verification:  
96d6ba4

---

### Log Bimbingan Skripsi

Nama Mahasiswa : DIKKY SAPUTRO MARGONO  
NPK : K.2016.1.33756  
Nama Dosen : DIDIK PRIYO SUGIHARTO, SE, MM  
NIK : 202.710.278

No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Maret 2020
1	1	30-03-2020	Bimbingan Judul dan outline skripsi	
No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Juni 2020
2	1	04-06-2020	Bimbingan bab 1 sd 3	
3	1	10-06-2020	Revisi Rumusan masalah dan Jenis penelitian.	
4	1	16-06-2020	e-mail revisi bab 1 dan bab 3	
5	1	19-06-2020	Acc bab 1 sd 3.	
6	2	30-06-2020	Bimbingan bab 4 dan 5.	
No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Juli 2020
7	2	01-07-2020	REvisi bab 4	
8	2	13-07-2020	E-mail revisi bab 4	
9	2	16-07-2020	Bab 4 Acc dan bimbingan bab 5.	
10	2	28-07-2020	Revisi bab 5.	
No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Agustus 2020
11	2	03-08-2020	Acc bab 1 - 5.	

*Keterangan: Tahap 1 (Bab 1-3) dan Tahap 2 (Bab 4-5)*

202.155.107.24/-abm/pdf/PrintLogBimbinganSkripsi.php?npk=K.2016.1.33756&nik=202.710.278&key=96d6ba4 1/1

## **Lampiran 2: Kuesioner**

### **KUESIONER**

Para Responden yang Terhormat,

Sehubungan dengan tugas akhir saya sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) STIE Malangkuçeçwara Malang, saya:

Nama : Dikky Saputro Margono

NPK : K.2016.1.33756

Prodi : Manajemen

saya mengharapkan bantuan saudara untuk mengisi semua pernyataan yang tertera. bantuan saudara sangat berharga dalam proses pengumpulan data untuk penyelesaian tugas skripsi saya, saya sangat berharap saudara mengisi secara jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

atas perhatian dan kerjasamanya, saya mengucapkan terimakasih.

Peneliti

Dikky Saputro Margono

## **Identitas Responden**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :

## **PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

pilih salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang telah disediakan sesuai dengan jawaban dan kenyataan yang saudara alami. kejujuran sangat berarti bagi peneliti demi hasil survey yang akurat dan optimal.

### **Keterangan**

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Variabel	Pernyataan	Alternatif				
		STS	TS	N	S	SS
Social Media Marketing	Membangun Hubungan					
	Saya dapat dengan mudah mengakses akun Instagram TRIPLAY.ID.					
	Membangun Merk					
	Menurut saya penyampaian pesan/informasi TRIPLAY.ID kepada khalayak umum jelas dan mudah dipahami.					
	Publisitas					
	<i>Feed</i> atau tampilan akun Instagram TRIPLAY.ID memiliki kualitas yang menarik dan konsisten, sehingga mempengaruhi saya untuk mengikuti atau memfollow akun TRIPLAY.ID.					
	Promosi					
	Saya mendapat informasi tentang TRIPLAY.ID melalui <i>social media</i> (Youtube & Instagram).					
	Analisa Riset Pasar					
	TRIPLAY.ID sering memberikan promo spesial pada akun instagramnya.					

Variabel	Pernyataan	Alternatif				
		STS	TS	N	S	SS
Kualitas Pelayanan	Tangibles					
	1. Saya senang dengan pelayanan TRIPLAY.ID terutama jika saya <i>top up voucher games</i> 5x maka akan mendapatkan 1x <i>top up voucher games</i> secara gratis ( <i>cashback</i> )					
	Reliability					
	2. Admin TRIPLAY.ID berkomunikasi dengan bahasa yang ramah dan sopan kepada saya.					
	Responsiveness					
	3. Admin TRIPLAY.ID membalas pesan saya dengan cepat atau <i>fast response</i> .					
	4. Admin TRIPLAY.ID mampu memberikan penjelasan dengan baik tentang produk yang saya inginkan.					
	Assurance					
	5. TRIPLAY.ID memberikan jaminan produk yang baik dan melakukan <i>refund</i> jika produk tidak sesuai dengan pesanan atau cacat produk.					
	Emphaty					
Saya merasa puas setelah membeli produk atau <i>top up voucher games</i> di TRIPLAY.ID						

Variabel	Pernyataan	Alternatif				
		STS	TS	N	S	SS
Keputusan Pembelian	Pengenalan Masalah					
	1. Kebutuhan saya terhadap <i>top up voucher games online</i> tinggi					
	Pencarian Informasi					
	2. Saya tertarik untuk <i>top up voucher games online</i> di TRIPLAY.ID					
	Evaluasi Alternatif					
	3. Saya mengetahui beberapa penjual <i>voucher games online</i> selain TRIPLAY.ID seperti CODASHOP, UNIPIN dan KIOSGAMER					
	4. TRIPLAY.ID menjadi alternative yang saya pilih					
	Keputusan Pembelian					
	5. Saya memutuskan untuk <i>top up voucher games online</i> di TRIPLAY.ID karena memiliki pelayanan yang bagus dan memuaskan.					
	6. Saya memutuskan untuk <i>top up voucher games online</i> di TRIPLAY.ID karena kualitasnya terjamin (bukan <i>voucher illegal</i> ) dan keamanan akun <i>games</i> saya terjaga dengan baik.					
	7. Saya membeli produk atau <i>top up voucher games</i> di TRIPLAY.ID karena metode pembayarannya mudah dan lengkap.					
	8. Saya membeli produk atau <i>top up voucher games online</i> di TRIPLAY.ID karena direkomendasikan langsung oleh <i>pro player</i> dan youtuber melalui akun Instagram atau akun youtube mereka.					
	9. Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian <i>voucher games online</i> di TRIPLAY.ID					

### Lampiran 3: Hasil Analisis SPSS 22 Uji Validitas

#### Uji Validitas *Social Media Marketing* (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,661**	,581**	,516**	,514**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,661**	1	,494**	,568**	,433**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,581**	,494**	1	,425**	,427**	,745**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,516**	,568**	,425**	1	,465**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,514**	,433**	,427**	,465**	1	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,	,000
	N	100	100	100	100	100	100
TX1	Pearson Correlation	,831**	,800**	,745**	,761**	,754**	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).

#### Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,314**	,337**	,228*	,192	,427**	,574**
	Sig. (2-tailed)	,	,001	,001	,023	,055	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,314**	1	,477**	,523**	,273**	,483**	,722**
	Sig. (2-tailed)	,001	,	,000	,000	,006	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,337**	,477**	1	,558**	,319**	,389**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,	,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,228*	,523**	,558**	1	,503**	,543**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,023	,000	,000	,	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,192	,273**	,319**	,503**	1	,393**	,653**
	Sig. (2-tailed)	,055	,006	,001	,000	,	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,427**	,483**	,389**	,543**	,393**	1	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TX2	Pearson Correlation	,574**	,722**	,729**	,803**	,653**	,750**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,
	N	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).

## Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

**Correlations**

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TY
Y1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 ,517** 100	,122 ,227 100	,417** ,000 100	,433** ,000 100	,243* ,015 100	,322** ,001 100	,309** ,002 100	,329** ,001 100	,658** ,000 100
Y2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,517** ,000 100	1 ,002 100	,398** ,000 100	,508** ,000 100	,358** ,000 100	,372 ,000 100	,334** ,001 100	,535** ,000 100	,721** ,000 100
Y3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,122 ,227 100	,302** ,002 100	1 ,034 100	,252* ,011 100	,248* ,013 100	,297** ,003 100	,199* ,048 100	,413** ,000 100	,482** ,000 100
Y4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,417** ,000 100	,398** ,000 100	1 ,034 100	,583** ,000 100	,269** ,007 100	,432 ,000 100	,297** ,003 100	,353** ,000 100	,638** ,000 100
Y5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,433** ,000 100	,508** ,000 100	,252* ,011 100	1 ,000 100	,540** ,000 100	,543** ,000 100	,412** ,000 100	,639** ,000 100	,787** ,000 100
Y6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,243* ,015 100	,358** ,000 100	,248 ,013 100	,269** ,007 100	1 ,000 100	,561** ,000 100	,377** ,000 100	,531** ,000 100	,644** ,000 100
Y7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,322** ,001 100	,372** ,000 100	,297** ,003 100	,432** ,000 100	,561** ,000 100	1 ,000 100	,428** ,000 100	,533** ,000 100	,712** ,000 100
Y8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,309** ,002 100	,334** ,001 100	,199* ,048 100	,412** ,000 100	,377** ,000 100	,428** ,000 100	1 ,000 100	,528** ,000 100	,662** ,000 100
Y9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,329** ,001 100	,535** ,000 100	,413** ,000 100	,639** ,000 100	,531** ,000 100	,533** ,000 100	,528** ,000 100	1 ,000 100	,781** ,000 100
TY	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,658** ,000 100	,721** ,000 100	,482** ,000 100	,787** ,000 100	,644** ,000 100	,712** ,000 100	,662** ,000 100	,781** ,000 100	1 ,000 100

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

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



#### Lampiran 4: Hasil Analisis SPSS 22 Uji Reliabilitas

##### Uji Reliabilitas *Social Media Marketing* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	5

##### Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	6

##### Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	9

## Lampiran 5: Hasil Analisis SPSS 22 Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

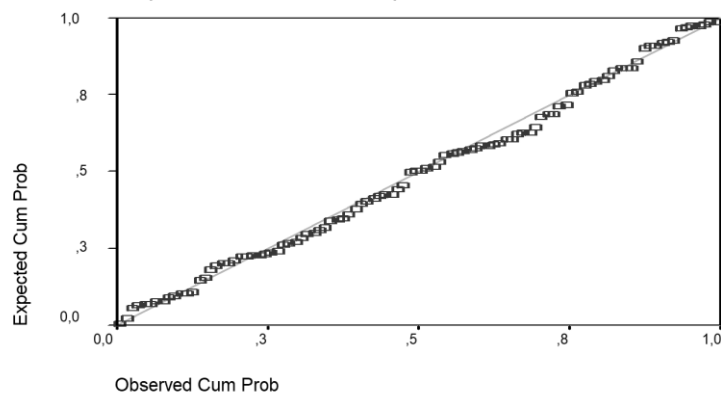
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-,4879452
	Std. Deviation	37,20391083
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,037
Kolmogorov-Smirnov Z		,587
Asymp. Sig. (2-tailed)		,882

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



## Lampiran 6: Hasil Analisis SPSS 22 Uji Multikolinieritas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Social Media Marketing	,975	1,026
	Kualitas Pelayanan	,975	1,026

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Lampiran 7: Hasil Analisis SPSS 22 Uji Heteroskedastisitas

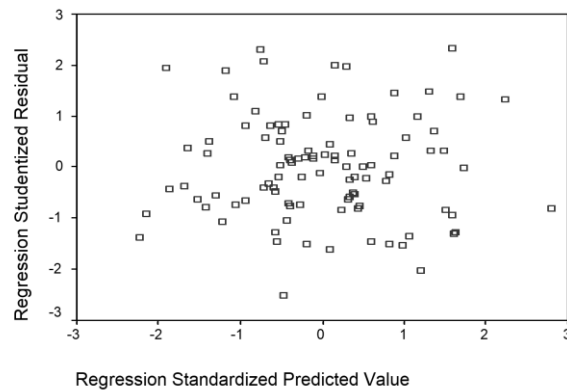
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,234	22,271		,145	,885
	Social Media Marketing	1,175	,990	,120	1,187	,238
	Kualitas Pelayanan	-,058	,081	-,073	-,721	,472

a. Dependent Variable: ABSRESID

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



### Lampiran 8: Hasil Analisis SPSS 22 Regresi Linear Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,332	2,747		1,941	,055
	Social Media Marketing	,605	,161	,306	3,747	,000
	Kualitas Pelayanan	,773	,112	,563	6,886	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Lampiran 9: Hasil Analisis SPSS 22 Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,332	2,747		1,941	,055
	Social Media Marketing	,605	,161	,306	3,747	,000
	Kualitas Pelayanan	,773	,112	,563	6,886	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Lampiran 10: Hasil Analisis SPSS 22 Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1285,337	2	642,668	87,136	,000 <sup>a</sup>
	Residual	715,423	97	7,375		
	Total	2000,760	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Social Media Marketing

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian