

LAMPIRAN 1 : Lembar Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : Laki-laki/ Perempuan

Usia :

Pernah melakukan pembelian pada Marketplace Tokopedia: YA/TIDAK

II. PETUNJUK PENGISIAN

Beri tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai.

Keterangan skor untuk setiap penilaian.

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

III. PERTANYAAN KHUSUS

1. Apakah anda mengenal Idol BTS (Bangtan Seonyendan)?

a. Ya b. Tidak

2. Pernah Menyaksikan Iklan Tokopedia versi BTS ?

a. Ya b. Tidak

3. Pernah membeli produk di Tokopedia selama masa BTS menjadi Brand Ambassador ?

a. Ya b. Tidak

IV. PERTANYAAN UMUM

1. BRAND AMBASSADOR (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
	1. REPUTASI					
1.	BTS sebagai Brand Ambassador memiliki reputasi yang baik.					
2.	BTS sebagai Brand Ambassador memiliki prestasi yang baik					
3.	BTS adalah seorang Idol yang memiliki perilaku dan sikap yang baik (berpola pikir modern, dan tidak pernah terjerat kasus negatif).					
	2. DAYA TARIK					
4.	BTS sebagai Brand Ambassador memiliki visual yang menarik perhatian saya					
5.	BTS sebagai Brand Ambassador memiliki gaya hidup yang menarik untuk diikuti.					
6.	BTS sebagai Brand Ambassador selalu berhasil menarik perhatian					

	penggemar disetiap event yang mereka buat					
	3. KEAHLIAN					
7.	BTS sebagai Brand Ambassador memiliki pengetahuan yang luas mengenai Tokopedia.					
8.	BTS sebagai Brand Ambassador telah berpengalaman dalam mempromosikan produk.					
9.	BTS sebagai Brand Ambassador adalah sosok yang ahli dalam bidang yang mereka geluti.					
	4. KEPERCAYAAN					
10.	Tokopedia mengambil keputusan yang tepat telah memilih BTS karena mereka merupakan Idol yang jujur dan dapat dipercaya.					
11.	BTS sebagai Brand Ambassador bersikap kredibel terhadap produk yang mereka promosikan.					
	5. KEKUATAN					
12.	Menurut saya BTS memiliki pengaruh yang kuat pada setiap produk yang mereka promosikan					
13.	Menurut saya BTS sebagai brand ambassador memiliki kemampuan yang dapat mempengaruhi					

	persepsi konsumen mengenai Tokopedia					
14	Menurut saya semua produk yang dipromosikan BTS memiliki kualitas yang bagus					

2. IKLAN (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
	1. ATTENTION					
1.	Iklan cetak Tokopedia selalu mencolok.					
2.	Iklan yang ditampilkan Tokopedia baik media cetak maupun media elektronik terlihat menarik.					
	2. INTEREST					
3.	Iklan yang ditampilkan Tokopedia memiliki tampilan yang menarik dan mudah diingat.					
4.	Iklan Tokopedia memberikan informasi pesan iklan dengan baik.					
5.	Iklan yang dilakukan Tokopedia dapat dijumpai diberbagai Platform.					
	3. MENIMBULKAN KEINGINAN					

6.	Saya memutuskan berbelanja di Tokopedia setelah melihat Iklan yang mereka sampaikan.					
7.	Iklan yang disampaikan Tokopedia memiliki pesan yang mampu menstimulasi keinginan saya untuk mengetahui lebih banyak mengenai Tokopedia.					
.	4. MENGHASILKAN SUATU TINDAKAN					
8.	Pesan yang ada pada iklan Tokopedia mampu mempengaruhi saya untuk memilih Tokopedia sebagai media belanja Online.					
9.	Iklan Tokopedia mampu meyakinkan saya untuk melakukan pembelian.					

3. PROMOSI (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
	1. PERIKLANAN					
1.	Iklan yang disampaikan oleh Tokopedia membuat saya tertarik untuk membeli produknya					
2.	Tampilan iklan di TV dan social media menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan aplikasi Tokopedia.					

	2. DISKON/POTONGAN HARGA					
3.	Dengan potongan harga calon pembeli bisa memiliki produk dari Tokopedia					
4.	Tawaran cashback di Tokopedia mampu menarik calon pembeli untuk mengetahui produk lebih lanjut					
	3. PUBLISITAS DAN HUBUNGAN DEGAN KONSUMEN					
5.	Tokopedia menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dengan memberikan layanan yang terbaik jika ada kekeliruan pembelian .					
6.	Saya disarankan oleh keluarga atau teman untuk menggunakan aplikasi Tokopedia.					
	4. PROMOSI PENJUALAN.					
7.	Tokopedia sering melakukan diskon harga pada semua toko penjual selain dari gratis ongkir.					
8.	Tokopedia melakukan promosi penjualan melalui voucher belanja, diskon, gratis ongkir, give away dan lain-lain.					

5. PELAYANAN						
9.	Penjelasan mengenai produk yang diberikan oleh Tokopedia pada rincian/ deskripsi barang membuat saya berminat untuk melakukan pembelian.					
10.	Layanan pada aplikasi yang diberikan Tokopedia sangat memuaskan.					

4. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1. KEMANTAPAN PADA SEBUAH PRODUK						
1.	Akan memilih Tokopedia untuk membeli suatu produk secara <i>online</i> .					
2.	Memutuskan membeli di Tokopedia karena Tokopedia menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan.					
2. MEMBERIKAN REKOMENDASI						
3.	Akan merekomendasikan Tokopedia kepada keluarga, kerabat, dan teman-teman					

4.	Akan merekomendasikan Tokopedia kepada pihak lain yang mencari aplikasi belanja <i>online</i> .					
3. PEMBELIAN ULANG						
5.	Merasa puas memilih aplikasi Tokopedia sebagai platform belanja <i>online</i> .					
6.	Akan melakukan pembelian kembali pada aplikasi Tokopedia					

5. MINAT BELI (Z)

	MINAT TRANSAKSIONAL					
1.	saya tertarik membeli produk melalui platform e-commerce Tokopedia					
2.	Saya mencari barang-barang kebutuhan saya di Tokopedia					
3.	Saya selalu mengikuti promo-promo yang ada di Tokopedia					
	MINAT REFERENSIAL					
4.	saya merokomendasikan promo Tokopedia kepada orang lain					
5.	Saya merekomendasikan orang-orang untuk membeli produk melalui Tokopedia					
	MINAT PEFERENSIAL					
6.	Saya lebih memilih Tokopedia daripada E-commerce lainnya					

7.	Saya lebih menyukai layanan dari Tokopedia daripada E-commerce lainnya					
8.	Saya lebih memilih promo yang ditawarkan oleh Tokopedia daripada promo dari E-commerce lainnya					
	MINAT EKSPLORATIF					
9.	Saya mencari tahu informasi tentang promo Tokopedia					
10.	Saya mendengarkan referensi dari orang lain sebelum melakukan transaksi di Tokopedia					
11.	Saya mengikuti media social Tokopedia untuk mendapatkan informasi promo dari Tokopedia					

LAMPIRAN 2 : UJI VALIDITAS dan RELIABILITAS

Uji Validitas (Validity)

Dalam penelitian ini uji validitas diukur dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor yang diperoleh. Suatu item pernyataan dinyatakan valid jika nilai koefisien korelasi (r hitung) melebihi dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5 persen (0,05) sebagai berikut, $df = 186 - 2 = 184$ (0,1439) yang artinya r hitung lebih besar dari r tabel, maka data tersebut dikatakan valid, dari hasil uji validitas dengan bantuan SPSS terlihat hasilnya seperti tabel berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Brand Ambassador (BTS)

ITEM	r hitung	r tabel	KET
x1.1	0.905	0.143	Val
x1.2	0.906	0.143	Val
x1.3	0.869	0.143	Val
x1.4	0.881	0.143	Val
x1.5	0.830	0.143	Val
x1.6	0.917	0.143	Val
x1.7	0.729	0.143	Val
x1.8	0.893	0.143	Val
x1.9	0.907	0.143	Val
x1.10	0.902	0.143	Val
x1.11	0.900	0.143	Val
x1.12	0.892	0.143	Val

x1.13	0.878	0.143	Val
x1.14	0.862	0.143	Val

Minat Beli

Iklan

ITEM	r hitung	r tabel	KET
x2.1	0.664	0.143	Val
x2.2	0.805	0.143	Val
x2.3	0.809	0.143	Val
x2.4	0.878	0.143	Val
x2.5	0.746	0.143	Val
x2.6	0.834	0.143	Val
x2.7	0.885	0.143	Val
x2.8	0.822	0.143	Val
x2.9	0.825	0.143	Val

ITEM	r hitung	r tabel	KET
z1	0.819	0.143	Val
z2	0.832	0.143	Val
z3	0.869	0.143	Val
z4	0.899	0.143	Val
z5	0.898	0.143	Val
z6	0.900	0.143	Val
z7	0.868	0.143	Val
z8	0.894	0.143	Val
z9	0.801	0.143	Val
z10	0.837	0.143	Val
z11	0.829	0.143	Val

Promosi

ITEM	r hitung	r tabel	KET
x3.1	0.817	0.143	Val
x3.2	0.862	0.143	Val
x3.3	0.863	0.143	Val
x3.4	0.852	0.143	Val
x3.5	0.840	0.143	Val
x3.6	0.730	0.143	Val

x3.7	0.835	0.143	Val
x3.8	0.869	0.143	Val
x3.9	0.865	0.143	Val
x3.10	0.885	0.143	Val

Keputusan Pembelian

ITEM	r hitung	r tabel	KET
y1	0.901	0.143	val
y2	0.926	0.143	val
y3	0.891	0.143	val
y4	0.911	0.143	val
y5	0.901	0.143	val
y6	0.893	0.143	val

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa nilai r hitung (*Corrected item Total Correlation*) dari uji validitas mempunyai nilai yang lebih besar dari nilai r tabel yang lebih dulu menentukan = 0,05 kemudian *degree of freedom (df)* $n - 2$ dimana n adalah sampel jadi $df = 186 - 2 = 184$ adalah 0.1439. Dari data diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan tiap-tiap variabel adalah valid.

Reabilitas

Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Brand Ambassador	0,976	0,60	Reliabel
Iklan	0,932	0,60	Reliabel
Promosi	0,951	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,954	0,60	Reliabel
Minat Beli	0,963	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data primer

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *cronbach alpha* brand ambassador sebesar 0,976, *cronbach alpha* iklan penjualan sebesar 0,932, *cronbach alpha* promosi sebesar 0,951, dan *cronbach alpha* keputusan pembelian sebesar 0,954, *cronbach alpha* minat beli sebesar 0,963. Hasil kelima variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari 0,60. Dengan demikian indikator-indikator dalam penelitian ini sudah reliabel dengan menggunakan variabel independen brand ambassador (X1), iklan (X2), promosi (X3) dan variabel dependen keputusan pembelian (Y) serta variabel intervening minat beli (Z).

Lampiran 3 : UJI ASUMSI KLASIK

Pengujian terhadap asumsi klasik adalah untuk menguji model analisa yang telah digunakan. Metode regresi akan menghasilkan persamaan yang baik apabila memenuhi pengujian sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali,2016). Untuk mengetahui data yang digunakan dalam model

regresi berdistribusi normal atau tidak, dapat digunakan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Jika nilai *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari = 0,05, maka data normal. Hasil uji *Kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut :

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		186
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	24.16984951
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.729
Asymp. Sig. (2-tailed)		.663

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

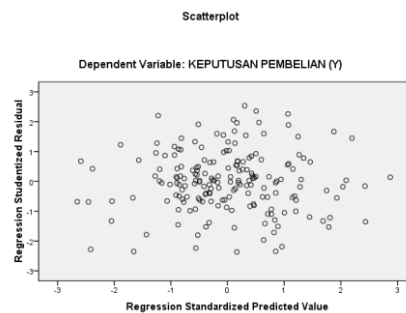
Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *exact.sig* (2-tailed) sebesar 0,729. yang berarti bahwa kedua nilai tersebut lebih dari 0,05. yang berarti distribusi data dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

1. Uji Heterokedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan model Glejser test, yaitu dengan cara mengresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Sehingga dapat diketahui ada tidaknya derajat kepercayaan 5 persen. Jika nilai signifikan variabel independen $> 0,05$ maka, tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebab jika nilai signifikan variabel independen $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas :

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas , dapat dilihat bahwa titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk pola teratur. Serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol), hal ini menunjukkan tidak terjadinya penyimpangan asumsi kalsik heterokedastisitas, pada model regresi yang dibuat, dan menerima heterokedastisitas

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) jika variabel bebas regresi memiliki $VIF < 10$ atau nilai tolerance > 0.1 maka tidak ada multikolinieritas antar variabel independen. Berikut adalah hasilnya uji multikolinieritas :

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 BRAND AMBASSADOR (X1)	.971	1.030
IKLAN (X2)	.965	1.036
PROMOSI (X3)	.983	1.017
MINAT BELI (Z)	.971	1.030

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.13 diatas, diketahui semua variabel independen mempunyai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 menunjuk pada model regresi tersebut, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan multikolinieritas.

3. Autokorelasi

Tabel Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	2.114 ^a

a. Predictors: (Constant), MINAT BELI (Z), BRAND AMBASSADOR (X1), PROMOSI (X3), IKLAN (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

LAMPIRAN 4 : R Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081