SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DATA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama lengkap : Caroline Purba

Nim : 24220086

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E commerce Kota Depok

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data yang saya gunakan dalam penyususnan tugas akhir ini adalah data yang sah, yang saya peroleh dari sumber terpercaya, baik data primer maupun data sekunder, serta tidak direkayasa atau dimanipulasi dalam bentuk apapun.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuaian atau ketidak absahan data dalam skripsi ini, maka saya bersedua bertanggung jawab penuh, baik secara akademik maupun secara hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Nusa Mandiri.

Demikan surat pernyataan ini saya buat dengan sebear-benarnya dan penuh tanggung jawab untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Caroline Purba

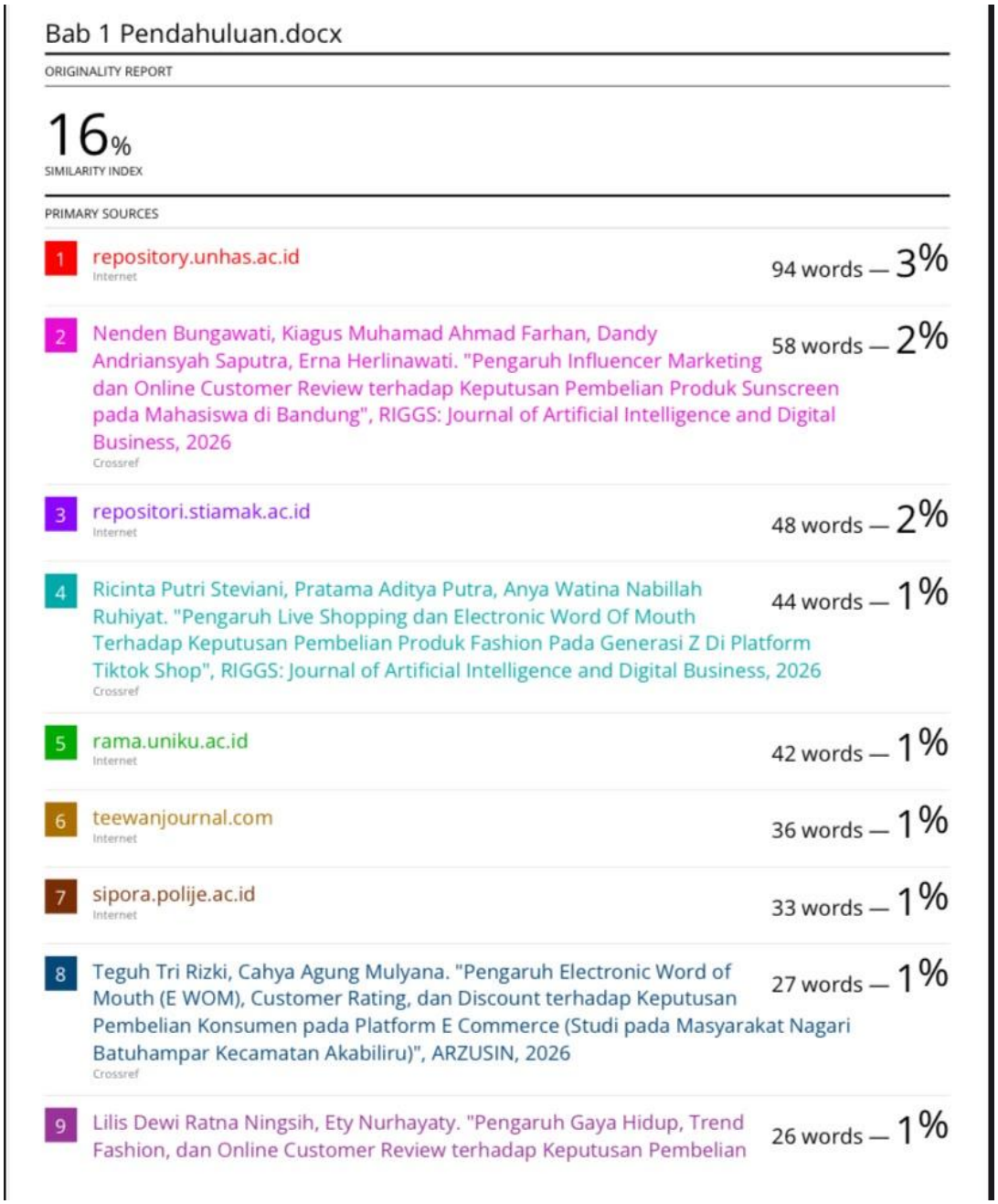
Nim: 24220086

LAMPIRAN

Lampiran A Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme

PENGECEKAN PLAGIARISME

1. BAB 1



Bab 1 Pendahuluan.docx

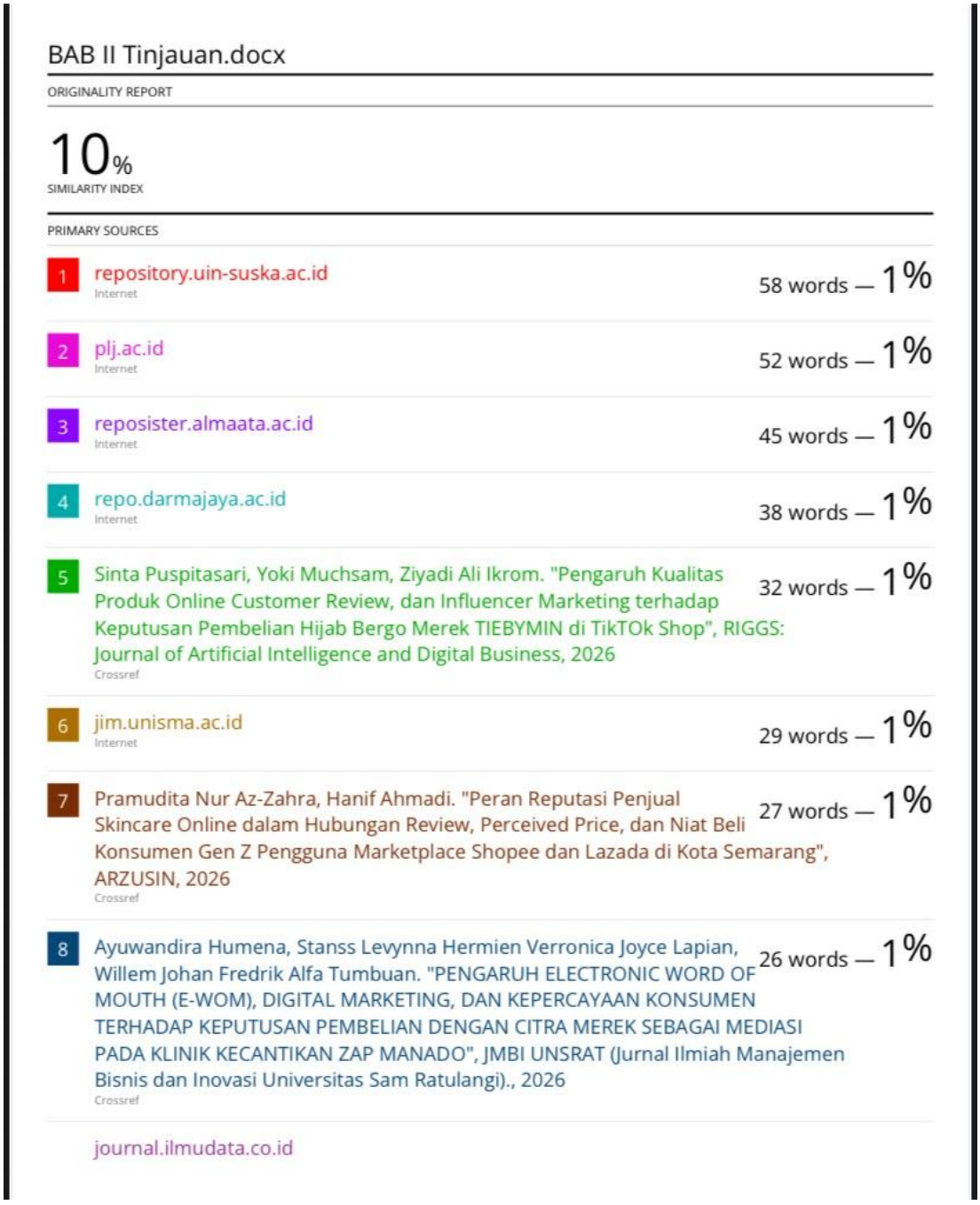
ORIGINALITY REPORT

16%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.unhas.ac.id Internet	94 words — 3%
2	Nenden Bungawati, Kiagus Muhamad Ahmad Farhan, Dandy Andriansyah Saputra, Erna Herlinawati. "Pengaruh Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen pada Mahasiswa di Bandung", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	58 words — 2%
3	repositori.stiamak.ac.id Internet	48 words — 2%
4	Ricinta Putri Steviani, Pratama Aditya Putra, Anya Watina Nabillah Ruhiyat. "Pengaruh Live Shopping dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Generasi Z Di Platform Tiktok Shop", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	44 words — 1%
5	rama.uniku.ac.id Internet	42 words — 1%
6	teewanjournal.com Internet	36 words — 1%
7	sipora.polije.ac.id Internet	33 words — 1%
8	Teguh Tri Rizki, Cahya Agung Mulyana. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E WOM), Customer Rating, dan Discount terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform E Commerce (Studi pada Masyarakat Nagari Batuhampar Kecamatan Akabiliru)", ARZUSIN, 2026 Crossref	27 words — 1%
9	Lilis Dewi Ratna Ningsih, Ety Nurhayaty. "Pengaruh Gaya Hidup, Trend Fashion, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	26 words — 1%

2. BAB II



BAB II Tinjauan.docx

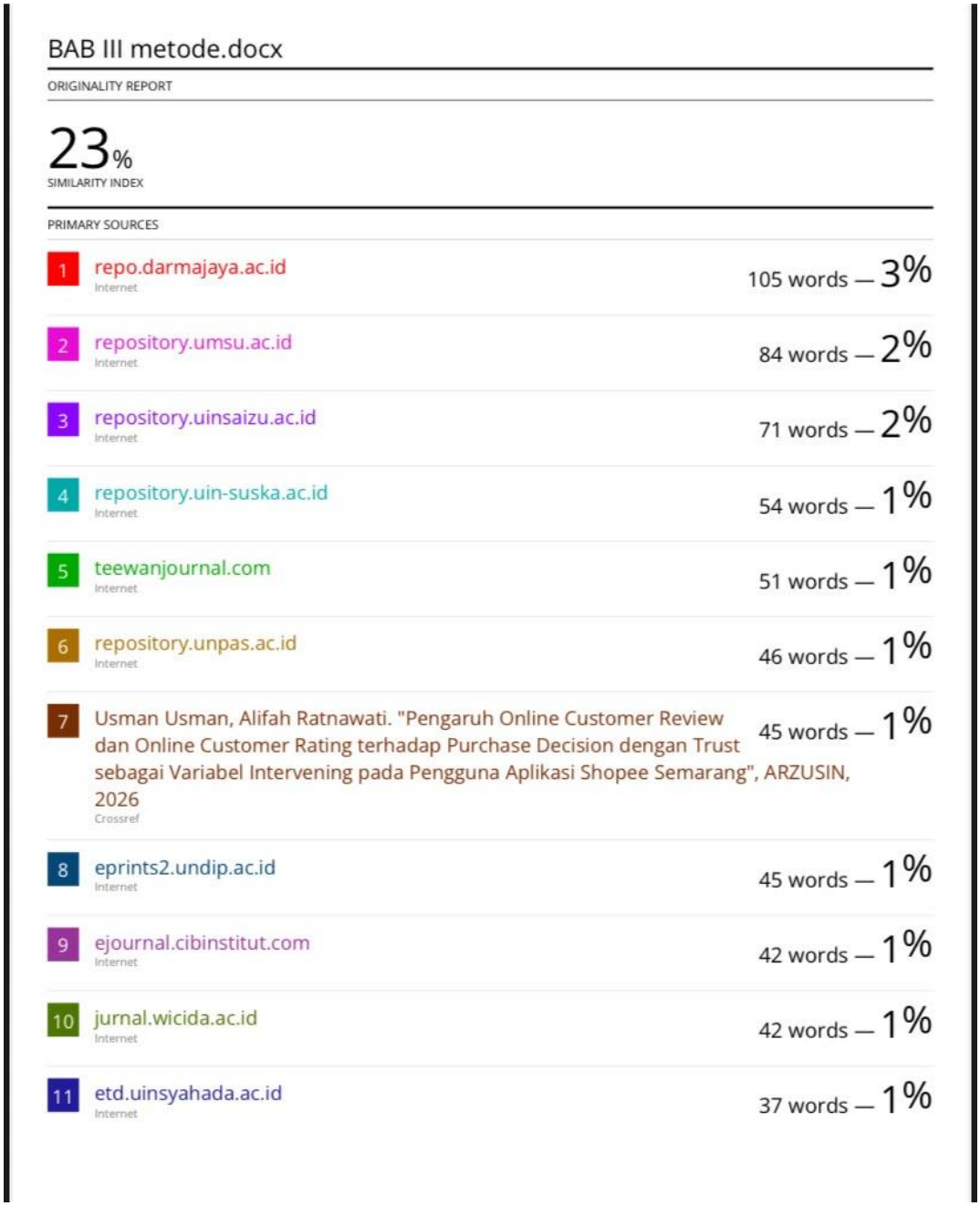
ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet	58 words — 1%
2	plj.ac.id Internet	52 words — 1%
3	reposister.almaata.ac.id Internet	45 words — 1%
4	repo.darmajaya.ac.id Internet	38 words — 1%
5	Sinta Puspitasari, Yoki Muchsam, Ziyadi Ali Ikrom. "Pengaruh Kualitas Produk Online Customer Review, dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Hijab Bergo Merek TIEBYMIN di TikTOk Shop", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	32 words — 1%
6	jim.unisma.ac.id Internet	29 words — 1%
7	Pramudita Nur Az-Zahra, Hanif Ahmadi. "Peran Reputasi Penjual Skincare Online dalam Hubungan Review, Perceived Price, dan Niat Beli Konsumen Gen Z Pengguna Marketplace Shopee dan Lazada di Kota Semarang", ARZUSIN, 2026 Crossref	27 words — 1%
8	Ayuwandira Humena, Stanss Levynna Hermien Verronica Joyce Lapian, Willem Johan Fredrik Alfa Tumbuan. "PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), DIGITAL MARKETING, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI MEDIASI PADA KLINIK KECANTIKAN ZAP MANADO", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2026 Crossref	26 words — 1%
	journal.ilmudata.co.id	

3. BAB III



BAB III metode.docx

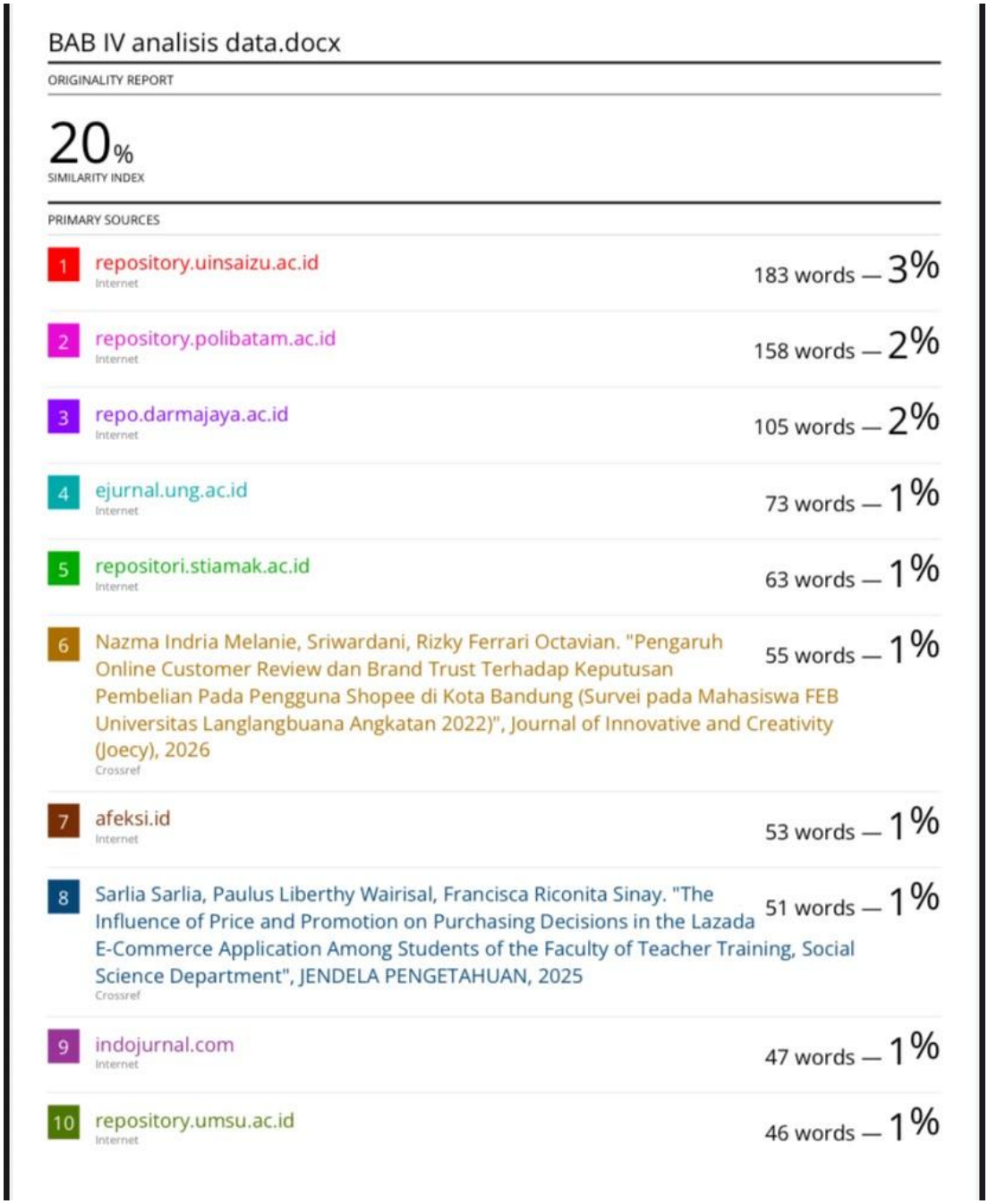
ORIGINALITY REPORT

23%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repo.darmajaya.ac.id Internet	105 words — 3%
2	repository.umsu.ac.id Internet	84 words — 2%
3	repository.uinsaizu.ac.id Internet	71 words — 2%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet	54 words — 1%
5	teewanjournal.com Internet	51 words — 1%
6	repository.unpas.ac.id Internet	46 words — 1%
7	Usman Usman, Alifah Ratnawati. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Decision dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Shopee Semarang", ARZUSIN, 2026 Crossref	45 words — 1%
8	eprints2.undip.ac.id Internet	45 words — 1%
9	ejournal.cibinstitut.com Internet	42 words — 1%
10	jurnal.wicida.ac.id Internet	42 words — 1%
11	etd.uinsyahada.ac.id Internet	37 words — 1%

4. BAB IV



BAB IV analisis data.docx

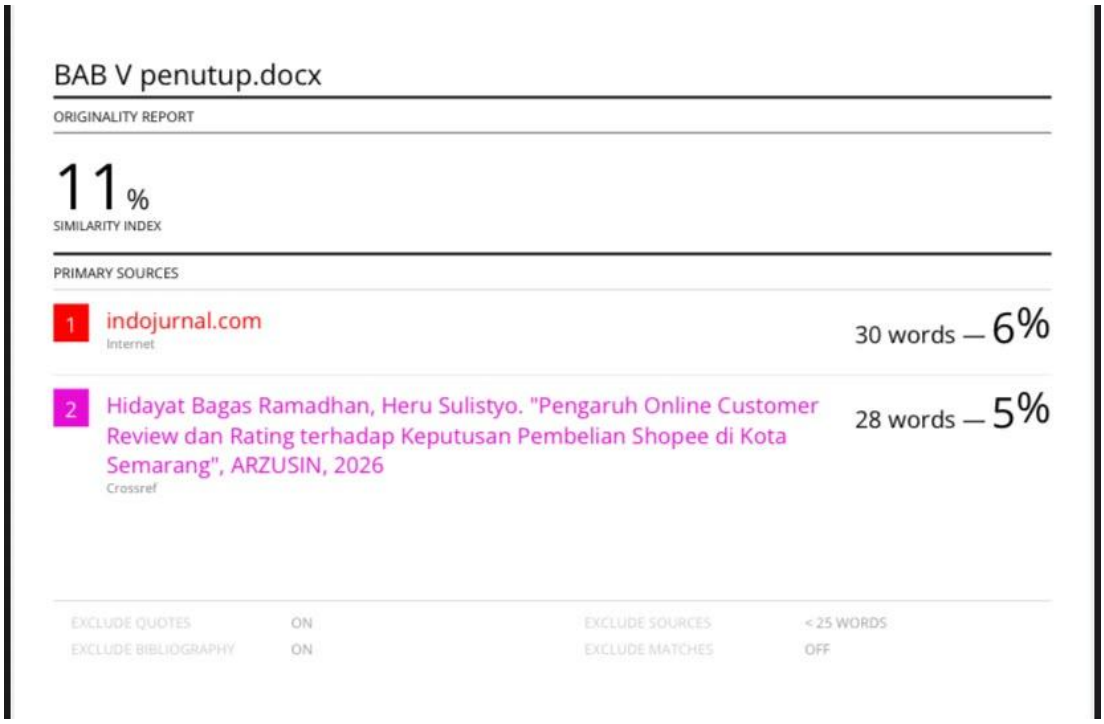
ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsaizu.ac.id Internet	183 words — 3%
2	repository.polibatam.ac.id Internet	158 words — 2%
3	repo.darmajaya.ac.id Internet	105 words — 2%
4	ejurnal.ung.ac.id Internet	73 words — 1%
5	repositori.stiamak.ac.id Internet	63 words — 1%
6	Nazma Indria Melanie, Sriwardani, Rizky Ferrari Octavian. "Pengaruh Online Customer Review dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Kota Bandung (Survei pada Mahasiswa FEB Universitas Langlangbuana Angkatan 2022)", Journal of Innovative and Creativity (Joecy), 2026 Crossref	55 words — 1%
7	afeksi.id Internet	53 words — 1%
8	Sarlia Sarlia, Paulus Liberthy Wairisal, Francisca Riconita Sinay. "The Influence of Price and Promotion on Purchasing Decisions in the Lazada E-Commerce Application Among Students of the Faculty of Teacher Training, Social Science Department", JENDELA PENGETAHUAN, 2025 Crossref	51 words — 1%
9	indojurnal.com Internet	47 words — 1%
10	repository.umsu.ac.id Internet	46 words — 1%

5. BAB V



BAB V penutup.docx

ORIGINALITY REPORT

11 %
SIMILARITY INDEX

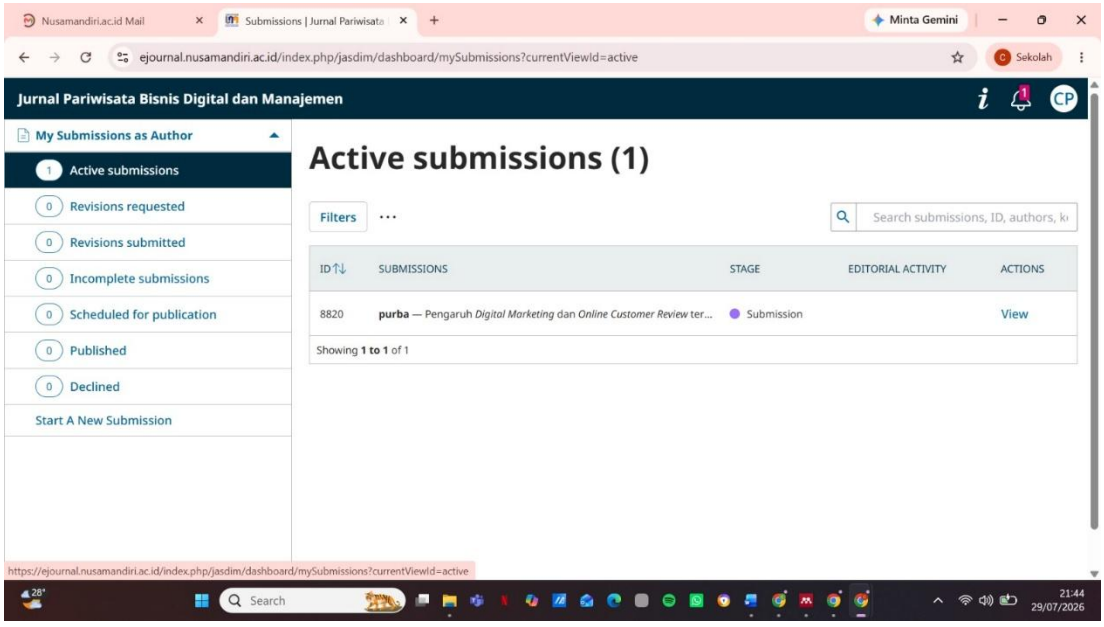
PRIMARY SOURCES

1	indojurnal.com Internet	30 words — 6%
2	Hidayat Bagas Ramadhan, Heru Sulistyo. "Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Kota Semarang", ARZUSIN, 2026 Crossref	28 words — 5%

EXCLUDE QUOTES ON
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON
EXCLUDE SOURCES < 25 WORDS
EXCLUDE MATCHES OFF

Lampiran A Bukti Submit/Publish Artikel Ilmiah

BUKTI SUBMIT ARTIKEL ILMIAH



Lampiran B Form Kuesioner Dataset

KUISIONER PENELITIAN

Yth. Responden,

Perkenalkan saya Caroline Purba, mahasiswi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri sedang melakukan penelitian untuk penyusunan Tugas Akhir yang bersjudul "Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-commerce* Kota Depok ".

Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban benar atau salah, sehingga diharapkan Anda menjawab sesuai pengalaman dan pendapat pribadi. Seluruh data atau informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas perhatian, waktu, dan partisipasi Anda, saya ucapkan Terima kasih.

Hormat saya,

Caroline Purba

1. Identitas Responden
    a. Nama …..
    b. Jenis Kelamin
        - Laki-laki
        - Perempuan
    c. Usia
        - 14-16 Tahun
        - 17-20 Tahun
        - 21-24 Tahun
        - 25-28 Tahun
    d. Apakah domisili Anda di Kota Depok?
        - Ya
        - Tidak
2. Petunjuk Pengisian Kuisioner

    Petunjuk Penilaian:

    Berikan penilaian terhadap setiap pernyataan dengan memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat dan pengalaman Anda selama menggunakan Shoppe. Penilaian menggunakan skala Likert 1-5 sebagai berikut:

    1 = Sangat Tidak Setuju

    2 = Tidak Setuju

    3 = Netral

    4 = Setuju

    5 = Sangat Setuju

3. Pernyataan Kuisioner

a. Variabel *Digital Marketing*

No	Pernyataan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mudah menemukan informasi produk Shopee melalui media digital					
2	Informasi produk di Shopee mudah diakses kapan saja					
3	Saya dapat mengakses aplikasi Shopee kapan saja saat dibutuhkan					
4	Fitur-fitur di Shopee mudah digunakan saat berbelanja					
5	Tampilan iklan dan promosi Shopee menarik perhatian saya untuk melihat produk					
6	Voucher dan diskon Shopee sering saya temui di internet					
7	Penjual di Shopee aktif berinteraksi dengan pengguna melalui fitur chat					
8	Shopee memberikan respon yang cepat melalui fitur chat					
9	Shopee menampilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan saya					
10	Produk yang diiklankan Shopee sesuai dengan minat saya					

b. Variabel *Online Customer Review*

No	Pernyataan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa ulasan pelanggan di Shopee sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya					
2	Ulasan dari pembeli lain membantu saya dalam menilai kualitas produk.					
3	Ulasan pelanggan memberikan informasi yang jelas mengenai produk					
4	Ulasan pelanggan menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk secara lengkap					
5	Banyaknya ulasan membuat saya lebih yakin untuk membeli produk					
6	Saya lebih tertarik pada produk yang memiliki banyak ulasan					
7	Rating bintang memengaruhi keputusan saya dalam membeli produk					
8	Saya cenderung memilih produk dengan rating yang tinggi					
9	Ulasan pelanggan menggambarkan kondisi produk yang sebenarnya					
10	Foto atau video dalam ulasan membantu saya memahami kondisi produk.					

c. Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Skala				
1	Saya membeli produk sesuai dengan kebutuhan saya.	STS	TS	N	S	SS
2	Saya mempertimbangkan manfaat produk sebelum membeli					
3	Saya memilih merek yang sudah saya kenal saat berbelanja di Shopee					
4	Saya mempertimbangkan reputasi merek saat memilih produk					
5	Saya memilih toko terpercaya yang memiliki reputasi baik di Shopee					
6	Saya memilih penjual yang memberikan pelayanan cepat dan baik					
7	Saya membeli produk ketika terdapat promo atau diskon					
8	Saya membeli produk ketika benar-benar membutuhkannya.					
9	Saya menentukan jumlah barang yang akan dibeli sebelum checkout.					
10	Saya membeli lebih dari satu produk apabila terdapat penawaran yang menarik.					

DATASET KUISIONER

1. Variabel *Digital Marketing*

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	3	4	3	3	5	4
4	5	5	4	5	5	3	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	3	3	2	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	2	4	2	2	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	3	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	3	4	2	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	3	3	3	4	4
3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	3	3	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	4	5
4	4	5	5	4	2	4	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
4	3	3	5	3	2	4	2	3	2
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	4	3	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	3	5	2	2	4
5	5	5	5	5	5	4	3	5	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
5	5	5	5	4	5	5	3	4	4

5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	4	3	2	4	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	5	3	3	4	2	1	4	4
5	5	5	4	4	4	4	3	5	5
4	5	5	5	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	5	3	3	3	4	4	5	5	4
4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	3	3	4	3	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	4	4	3	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	3	3	5	4	3
5	5	5	5	5	3	5	5	5	4
5	5	5	5	5	3	2	3	2	2
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	3	4	3	3	4	5
5	5	5	4	3	2	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	4	3	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	2	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	2	3	4	4	4
4	3	3	5	2	5	4	5	5	3
4	4	5	3	4	5	4	5	4	3
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	4	3	4	3	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	4	2	4	2	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	3	3	5	3	4	4
4	4	4	4	4	5	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	2	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5

5	4	3	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	4	3	4	3	3	5	3	4
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	3	3	4	5	4	4
4	4	5	5	5	3	5	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	3	4
5	4	4	5	3	5	3	5	4	4
5	5	4	4	3	4	2	4	4	4
5	5	5	4	3	3	3	4	4	4
4	4	5	5	3	3	3	3	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	3	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	3	4	5	4	5	4
5	4	4	3	4	2	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	2	4	4	4	4	5
5	4	3	3	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	2	3	3	4	4
4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	3	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	3	4	3	4	4	4
4	4	5	4	2	4	4	5	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	5	5	3	5	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	4	4	4	4
2	1	1	1	1	3	2	2	1	1
5	5	5	5	4	3	3	3	5	4
5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
3	1	1	1	3	2	3	2	1	2
3	4	4	5	2	4	4	5	4	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	3	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	4

5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

2. Variabel *Online Customer Review*

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	5	4	5	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
3	3	4	4	4	5	5	5	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	5	4	4	5	5	5	5	4	5
3	4	4	3	4	4	4	5	3	5
2	1	2	3	4	5	4	4	4	4
3	4	2	3	4	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	4	3	4	5	5	5	4	5
2	3	2	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	4	5	4	4	4	5

4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	4	3	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	4	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	5	5	5	4	5
4	5	4	3	4	4	4	5	3	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	3	3	5	5	5
3	4	4	4	4	4	5	4	3	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
3	4	4	4	4	5	5	5	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
3	5	3	2	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
3	3	3	4	4	5	4	4	3	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	3	4	5
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	3	3	5	5	5	5	3	4
4	5	3	5	3	5	4	5	2	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	2	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	5	4	2	4	5	5	5	2	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5

3	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	3	5	4	5	3	5	3	4
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
3	5	4	2	5	5	5	5	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	5	5	5	3	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	3	3	4	4	5	5	5	4	3
4	5	4	5	4	3	5	4	3	4
4	3	4	2	5	4	5	5	2	5
2	4	4	2	4	5	4	4	2	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
5	5	4	5	5	3	5	5	4	4
2	1	2	3	4	5	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	5	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	4	3	3	3	5
4	5	5	4	5	5	5	5	3	5
1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
3	3	4	5	5	5	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4

3	4	4	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	3	5	5	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4

3. Variabel Keputusan Pembelian

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10
5	5	2	2	5	2	4	4	2	5
5	5	3	3	4	3	3	3	3	5
5	5	5	4	5	5	3	5	3	4
5	5	5	4	4	4	3	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	3	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	3	4	4	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	5	3	2	1	1	4	5
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	3	5	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3	2	3	5
4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	5	5	4	4	5	4
4	3	4	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

4	5	3	4	4	3	4	5	5	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	3
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5	3	3	3
4	2	4	4	4	4	4	2	4	4
5	5	5	5	5	5	3	3	5	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	3	3	5	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	5	4	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
3	3	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	4	4	5	3	4	3	3	3
4	5	3	4	2	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	3	4	5	5	5	5
3	4	3	3	5	4	4	3	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5	3	4
5	5	4	4	4	5	3	4	4	5
5	3	5	4	5	5	5	5	4	5
5	4	3	3	3	3	3	3	3	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	3	4	5	5	3	4	5	4
3	3	3	5	5	5	5	3	5	5
5	5	4	4	5	3	5	4	5	3
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	3	3	3	3	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
4	4	4	5	5	5	5	3	5	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4	3
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	3	4	5	3

5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
2	2	5	5	5	4	5	2	5	5
5	4	5	5	4	3	3	5	4	5
5	5	2	4	2	1	1	3	5	1
5	4	5	5	5	5	3	5	2	5
5	4	5	5	5	5	4	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	3	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	3	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
5	4	3	4	5	4	3	5	4	3
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
3	4	5	5	5	5	2	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5	4	3	5	2
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
4	4	3	3	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	5	5	5	3	4	4
5	4	5	3	4	5	4	4	5	4
3	2	2	5	5	4	5	2	4	5
4	5	4	4	5	4	2	4	4	3
5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
2	2	5	5	5	5	2	1	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	5	5	2	5	5	5
3	3	4	3	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
4	4	5	4	5	5	3	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	5	5	5	5	4	3
5	5	3	4	4	5	4	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5	3	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	3	4	2	3	3	4	5	4
3	3	4	3	5	5	5	3	5	4
1	1	2	1	2	1	3	1	3	5
5	5	5	5	4	5	3	5	5	5
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	3	4	5	5
4	3	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	3	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	2	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5

DATA MSI

X1	X2	Y
41,956	43,451	29,089
43,360	40,359	29,307
31,768	42,274	36,957
35,805	41,974	35,241
36,741	36,487	37,241
43,360	38,866	38,826
36,780	36,744	37,443
42,232	43,451	43,820
27,876	39,685	30,865
43,360	43,451	43,820
25,542	38,225	23,486
39,292	28,455	33,540
40,035	43,451	43,820
43,360	43,451	43,820
27,153	33,545	38,640

43,360	43,451	43,820
35,430	39,570	39,943
25,331	31,254	28,930
39,128	42,274	36,550
40,546	41,974	42,536
36,780	36,487	37,241
40,933	40,854	39,227
30,759	28,845	33,552
31,773	32,063	26,984
25,111	28,030	25,332
39,653	42,039	42,569
39,794	37,413	37,923
32,544	29,871	27,194
27,990	25,508	26,446
29,547	31,211	28,408
43,360	43,451	43,820
38,945	43,451	42,510
22,604	30,659	32,867
20,760	22,824	24,525
34,561	30,385	30,864
32,917	29,780	30,864
43,360	43,451	42,569
29,070	30,788	32,673
37,037	42,274	40,474
36,053	33,354	39,848
33,012	22,445	42,472
37,590	43,451	35,030
26,637	30,266	27,852
37,364	34,916	37,635

36,733	32,637	29,867
43,360	43,451	43,820
31,116	36,929	36,147
39,589	39,575	41,150
39,334	39,301	37,237
30,160	29,780	30,864
23,861	36,764	43,820
36,342	32,683	33,059
32,540	32,210	36,050
29,327	32,595	36,488
39,381	43,451	32,051
40,744	43,451	41,348
31,563	33,425	35,328
25,583	29,374	27,724
36,815	35,499	33,399
30,304	37,899	30,049
34,349	33,114	36,152
43,360	41,339	41,163
30,160	29,780	30,864
36,780	36,744	35,238
40,933	43,451	28,498
33,491	36,644	38,794
35,753	30,459	35,178
35,258	33,907	35,273
39,885	37,974	38,926
30,102	26,594	27,074
42,014	42,113	41,156
31,778	38,126	35,825
30,053	43,451	34,961

27,081	30,265	35,639
37,988	39,928	34,822
40,933	27,895	32,566
37,719	35,829	43,820
31,661	32,784	31,452
30,678	31,498	36,603
31,981	36,571	34,954
40,933	31,184	37,280
31,282	36,854	33,102
34,130	39,644	38,597
32,256	34,008	34,000
30,160	27,955	35,510
30,178	32,204	24,059
28,308	35,327	37,278
38,165	40,981	37,952
43,360	40,046	43,820
39,303	35,393	38,719
32,917	32,923	27,998
32,917	29,780	30,864
34,162	38,040	37,349
35,372	37,867	35,138
34,742	39,256	36,324
39,382	39,380	37,468
30,426	32,332	32,145
36,760	38,133	36,120
33,871	42,274	33,258
34,376	43,451	43,820
34,277	36,744	36,009
33,658	36,502	34,975

30,411	34,310	37,288
31,828	41,339	36,637
30,757	30,466	40,470
42,014	41,974	43,820
36,078	32,429	34,286
34,726	32,058	35,174
31,528	31,408	30,109
34,223	26,195	31,132
43,360	36,644	37,532
34,121	37,014	36,112
34,906	25,491	31,978
39,805	43,451	34,875
36,807	40,743	33,475
39,319	39,159	39,860
30,886	29,780	39,814
27,573	28,845	29,118
43,360	43,451	43,820
31,833	38,709	41,817
36,571	34,015	33,690
43,360	43,451	43,820
27,779	28,845	30,864
27,200	24,266	27,995
29,821	29,344	34,116
30,759	37,923	32,447
43,360	43,451	43,820
42,145	42,158	38,164
36,821	40,978	33,339
39,381	42,274	39,932
43,360	43,451	43,820

40,933	42,274	43,820
32,309	31,654	30,610
34,091	38,794	32,382
11,670	10,000	15,901
34,524	35,390	40,417
36,717	29,780	27,283
14,885	40,739	41,579
28,839	35,622	42,536
41,950	43,451	37,979
36,063	34,259	37,466
39,706	39,505	39,848
35,616	43,451	38,787
38,441	43,451	38,659
40,724	40,821	41,323
36,757	35,435	38,382
38,578	42,032	41,163
40,592	43,451	39,950
40,933	40,594	40,006
43,360	42,032	38,634

Lampiran C Output SPSS

OUTPUT SPSS

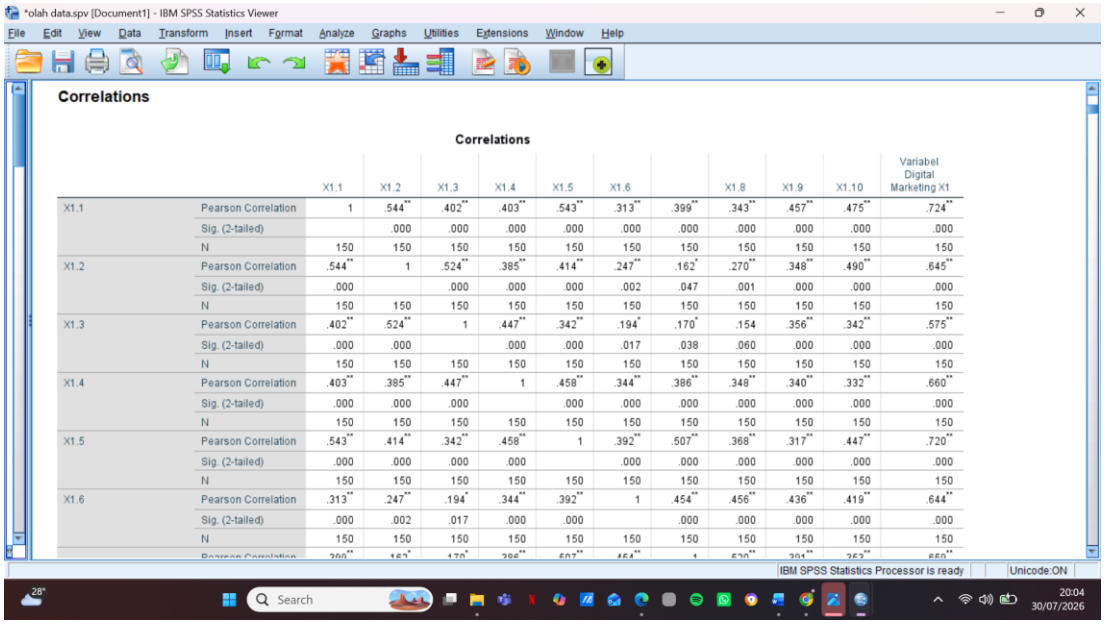
1. Deskripsi Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Variabel Digital Marketing X1	150	11.670	43.360	35.07329	5.869753
Variabel Online Customer Review X2	150	10.000	43.451	36.33555	5.914579
Variabel Keputusan Pembelian Y	150	15.901	43.820	35.94511	5.375477
Valid N (listwise)	150				

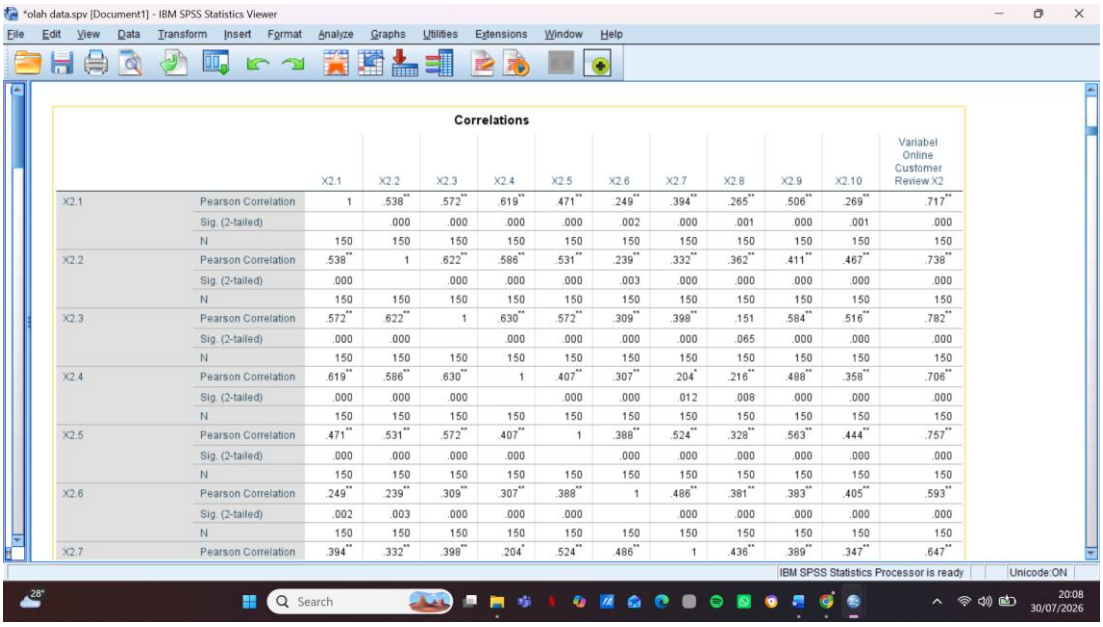
2. Uji Validitas

a. Variabel *Digital Marketing*



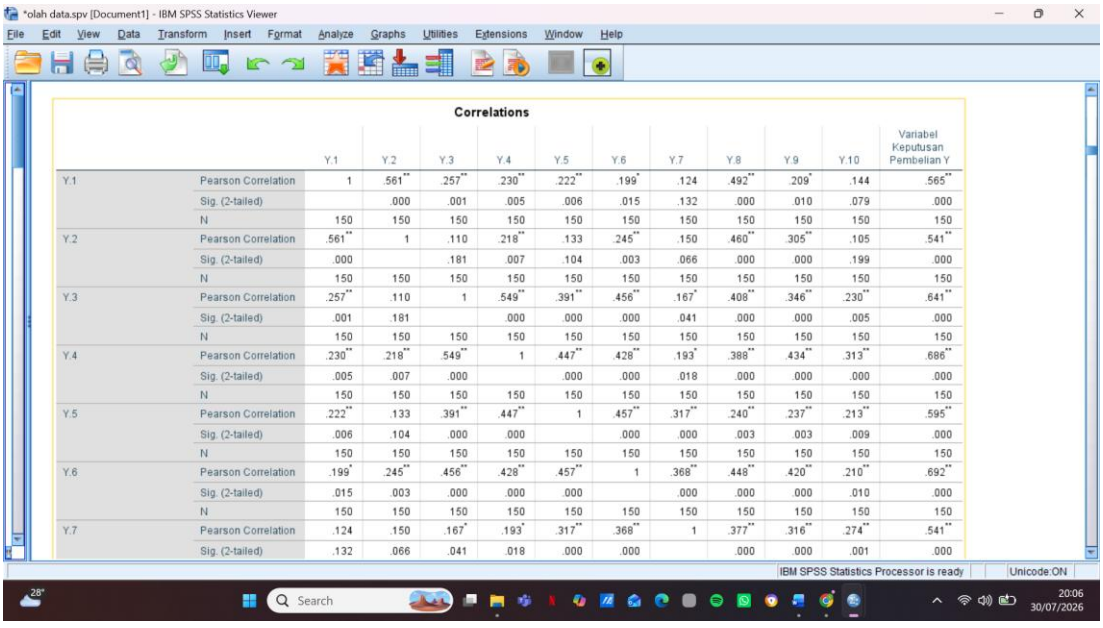
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Variabel Digital Marketing X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.544**	.402**	.403**	.543**	.313**	.399**	.343**	.457**	.475**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.544**	1	.524**	.385**	.414**	.247**	.162*	.270**	.348**	.490**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.047	.001	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.402**	.524**	1	.447**	.342**	.194*	.170*	.154	.356**	.342**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.017	.038	.060	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.403**	.385**	.447**	1	.458**	.344**	.386**	.348**	.340**	.332**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.543**	.414**	.342**	.458**	1	.392**	.507**	.368**	.317**	.447**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	.313**	.247**	.194*	.344**	.392**	1	.454**	.456**	.436**	.419**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.017	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

b. Variabel *Online Customer Review*



		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Variabel Online Customer Review X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.538**	.572**	.619**	.471**	.249**	.394**	.265**	.506**	.269**	.717**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.001	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.538**	1	.622**	.586**	.531**	.239**	.332**	.362**	.411**	.467**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.572**	.622**	1	.630**	.572**	.309**	.398**	.151	.584**	.516**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.065	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.619**	.586**	.630**	1	.407**	.307**	.204*	.216**	.488**	.358**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.012	.008	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.5	Pearson Correlation	.471**	.531**	.572**	.407**	1	.388**	.524**	.328**	.563**	.444**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.6	Pearson Correlation	.249**	.239**	.309**	.307**	.388**	1	.486**	.381**	.383**	.405**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.7	Pearson Correlation	.394**	.332**	.398**	.204*	.524**	.486**	1	.436**	.389**	.347**	.647**

c. Variabel Keputusan Pembelian



		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Variabel Keputusan Pembelian Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.561**	.257**	.230**	.222**	.199*	.124	.492**	.209*	.144	.565**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.005	.006	.015	.132	.000	.010	.079	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y.2	Pearson Correlation	.561**	1	.110	.218**	.133	.245**	.150	.460**	.305**	.105	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000		.181	.007	.104	.003	.066	.000	.000	.199	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y.3	Pearson Correlation	.257**	.110	1	.549**	.391**	.456**	.167*	.408**	.346**	.230**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.001	.181		.000	.000	.000	.041	.000	.000	.005	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y.4	Pearson Correlation	.230**	.218**	.549**	1	.447**	.428**	.193*	.388**	.434**	.313**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.005	.007	.000		.000	.000	.018	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y.5	Pearson Correlation	.222**	.133	.391**	.447**	1	.457**	.317**	.240**	.237**	.213**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.006	.104	.000	.000		.000	.000	.003	.003	.009	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y.6	Pearson Correlation	.199*	.245**	.456**	.428**	.457**	1	.368**	.448**	.420**	.210**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.015	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.010	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y.7	Pearson Correlation	.124	.150	.167*	.193*	.317**	.368**	1	.377**	.316**	.274**	.541**
	Sig. (2-tailed)	.132	.066	.041	.018	.000	.000		.000	.000	.001	.000

3. Uji Reliabilitas

a. Variabel *Digital Marketing*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.863	10

b. Variabel *Online Customer Review*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	10

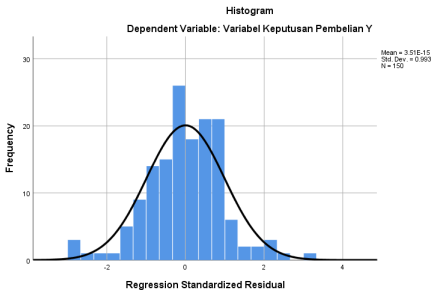
c. Variabel Keputusan Pembelian

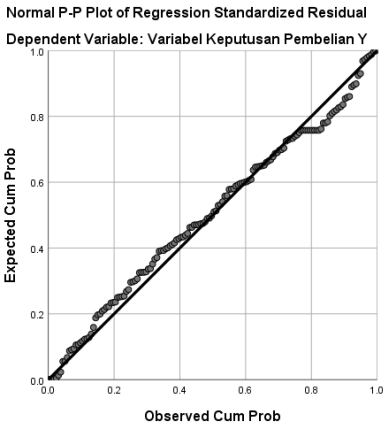
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	10

4. Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.96259358
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.056
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068[c]





5. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.819	2.202		5.368	.000
	Variabel Digital Marketing X1	.256	.074	.280	3.477	.001
	Variabel Online Customer Review X2	.417	.073	.458	5.693	.000

a. Dependent Variable: Variabel Keputusan Pembelian Y

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676[a]	.457	.449	3.989459

a. Predictors: (Constant), Variabel Online Customer Review X2, Variabel Digital Marketing X1

b. Dependent Variable: Variabel Keputusan Pembelian Y

7. Uji Hipotesis

   a. Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.819	2.202		5.368	.000
	Variabel Digital Marketing X1	.256	.074	.280	3.477	.001
	Variabel Online Customer Review X2	.417	.073	.458	5.693	.000

a. Dependent Variable: Variabel Keputusan Pembelian Y

   b. Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1965.847	2	982.923	61.758	.000[b]
	Residual	2339.620	147	15.916		
	Total	4305.467	149			

a. Dependent Variable: Variabel Keputusan Pembelian Y

b. Predictors: (Constant), Variabel Online Customer Review X2, Variabel Digital Marketing X1