

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
PERSEPSI HARGA PRODUK LUAR NEGERI TERHADAP
IMPULSIVE BUYING PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi Kasus Pada Generasi Z dan *Milenial* di Kota Depok)



GERALD GORGA

NIM: 4517030035

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2021



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

GERALD GORGA. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus pada Generasi Z dan *Milenial* di Kota Depok). Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. 2021

Belanja adalah salah satu upaya manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan adanya perkembangan teknologi, metode tradisional belanja yang awalnya adalah proses yang di mana konsumen melakukan interaksi perdagangan dengan produsen melalui interaksi secara tatap muka, kini mulai beralih menggunakan mode baru dalam interaksi perdagangan yaitu mengembangkan seluruh hubungan kegiatan antara penjual dan pembeli melalui teknologi internet sebagai *marketplace*. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* Dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang berdomisili di Kota Depok. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data penelitian dianalisis menggunakan PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap *Impulsive Buying* dengan nilai koefisien sebesar 0,467 dan nilai *p-value* 0,000. Persepsi Harga berpengaruh terhadap *Impulsive Buying* dengan nilai koefisien sebesar 0,164 dan nilai *p-value* 0,095.

Kata kunci: *E-Commerce* Shopee, *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

GERALD GORGA. *The Influence of Electronic Word of Mouth and Foreign Product Price Perception on Shopee E-Commerce Users Impulsive Buying (Case Study on Generation Z and Millennials in Depok City)*. Jakarta State Polytechnic, Department of Commercial Administration, 2021

Shopping is one of the ways that people try to meet their needs. With the advancement of technology, the traditional method of shopping, which was originally a process in which consumers conducted trade interactions with producers face-to-face, has now begun to shift to using new modes of trade interaction, namely, using internet technology as a marketplace to develop all activity relationships between sellers and buyers. The study sought to ascertain the impact of electronic word of mouth and perception of foreign product prices on the impulse buying of Shopee E-Commerce users. Purposive sampling was used, with a total sample of 100 respondents from the city of Depok. A questionnaire was used to collect data in this study. PLS-SEM (Partial Least Squares-Structural Equation Modeling) with SmartPLS software was used to analyze the research data. With a coefficient value of 0.467 and a p-value of 0.000, the findings of this study indicate that Electronic Word of Mouth has an effect on Impulsive Buying. With a coefficient of 0.164 and a p-value of 0.095, price perception has an effect on Impulsive Buying.

Keywords: *Shopee E-Commerce, Electronic Word of Mouth, Price Perception*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Gerald Gorga
NIM : 4517030035
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus pada Generasi Z dan *Milenial* di Kota Depok)

Depok, 13 September 2021

Pembimbing II

Pembimbing I

Husnil Barry, S.E., M.S.M

Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si

NIP 198807012014041002

NIP 199001042019032026

Mengetahui Ketua Jurusan
Administrasi Niaga



Dra. Lis Mariam., M.Si

NIP. 6501311989032001



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Gerald Gorga
NIM : 4517030035
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus pada Generasi Z dan *Milenial* di Kota Depok)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Senin
Tanggal : 13 September 2021
Waktu : 09.00 s.d. 10.00 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B.,M.Si
NIP 199001042019032026
Penguji 1 : Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si
NIP 198007112015041001
Penguji 2 : Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP 197404032001121002

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 13 September 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Gerald Gorga

4517030035



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Generasi Z dan Milenial di Kota Depok)**” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa proses penelitian ini tidak terlepas dari partisipasi, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Eng. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2017-2021.
4. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan dan dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan, saran dan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan, saran dan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Bapak Tamba Levy Pandjaitan dan Ibu Anah Sulistianah selaku kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material serta selalu mendoakan penulis sehingga diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman dan senior Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis selama penyusunan tugas akhir.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang turut membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun agar menjadi bahan evaluasi bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca maupun pihak lain yang berkepentingan.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 13 September 2021

Penulis,

Gerald Gorga

NIM. 4517030035



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Perumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1. <i>Impulsive Buying</i>	9
2.1.2. <i>Electronic Word of Mouth</i>	12
2.1.3. Persepsi Harga	14
2.1.4. Pengertian <i>E-Commerce</i>	16
2.1 Kerangka Penelitian.....	18
2.2 Deskripsi Konseptual.....	24
2.3 Hubungan antara E-WoM terhadap <i>Impulsive Buying</i>	26
2.4 Hubungan antara Persepsi Harga terhadap <i>Impulsive Buying</i>	27
2.5 Perumusan Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2.1 Waktu Penelitian	30
3.2.2 Tempat Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.2.1 Populasi dan Sampel	32
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.3 Teknik Pengolahan Data	42
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Hasil Rekapitulasi Data.....	52
4.1.1. Hasil Penyebaran Kuesioner	52
4.1.2. Karakteristik Responden	53
4.2. Hasil Analisis Data	55
4.2.1. Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian.....	55
4.2.2. Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	73
4.2.3. Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	79
4.2.4. Pengujian Hipotesis.....	80
4.3. Hasil Model Pengukuran.....	82
4.4. Pembahasan.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	90
CURRICULUM VITAE.....	123



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 10 E-Commerce di Indonesia Kuartal 3, 2019	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3. 1 Variabel Penelitian	32
Gambar 4. 1 <i>Output PLS Algorithm</i>	83
Gambar 4. 2 <i>Output Bootstrapping</i>	84





DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Relevan/Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	30
Tabel 3. 2 Skala Model Likert.....	36
Tabel 3. 3 Definisi Konsep dan Operasional	37
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Penelitian.....	38
Tabel 3. 5 Dimensi Variabel	40
Tabel 3. 6 Kriteria Penilaian PLS	50
Tabel 4. 1 Tahap Penyebaran Kuesioner	52
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Generasi.....	54
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jumlah Pengguna Shopee.....	54
Tabel 4. 6 Kriteria Penafsiran Deskripsi Persentase	55
Tabel 4. 7 Data Responden Variabel E-WoM	56
Tabel 4. 8 Data Responden Persepsi Harga	62
Tabel 4. 9 Data Responden <i>Impulsive Buying</i>	66
Tabel 4. 10 Indeks Jawaban Responden	72
Tabel 4. 11 Nilai <i>Outer Loading</i>	74
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	75
Tabel 4. 13 Nilai <i>Cross Loading</i>	76
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Fornell Larcker	78
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>	78
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>R-Square (R2)</i>	79
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian <i>Effect Size (f2)</i>	79
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Koefisien Jalur	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis	81

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	102
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	115





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Belanja adalah salah satu upaya manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan adanya perkembangan teknologi, metode tradisional belanja yang awalnya adalah proses yang di mana konsumen melakukan interaksi perdagangan dengan produsen melalui interaksi secara tatap muka, kini mulai beralih menggunakan mode baru dalam interaksi perdagangan yaitu mengembangkan seluruh hubungan kegiatan antara penjual dan pembeli melalui teknologi internet. Teknologi internet sebagai *marketplace* atau bisa disebut *e-commerce* atau belanja *online* dapat diartikan sebagai kegiatan bisnis secara elektronik dimana kegiatan bisnis menggunakan teknologi internet sebagai penghubung kegiatan komersial.

Berdasarkan data *website* depokkota.bps.go.id, Kota Depok mencatat 65,17 persen penduduk Kota Depok adalah pengguna internet. Sebagian besar atau 65,3% internet, diakses melalui perangkat ponsel pintar atau *smartphone*. Ada enam besar kategori usaha di Kota Depok yakni perdagangan, informasi dan komunikasi (infokom), industri, *real estate*, angkutan pergudangan, dan jasa. Sekitar 40 persen pengusaha bergerak di sektor perdagangan, disusul sektor infokom sebesar 22 persen. Potensi ini kalau dikelola oleh pemerintah dengan baik, para pedagang diajak berwirausaha secara *online*, tentu akan melejitkan laju pertumbuhan ekonomi di Kota Depok. Tingginya pengguna internet di Kota Depok, menjadi modal bagi Depok untuk mengembangkan ekonomi digital. Upaya pengembangan ke arah ekonomi digital ini, juga seiring dengan tren belanja *online* yang tengah berkembang di masyarakat.

Menurut berita yang dilansir oleh Liputan6.com, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) mencatat perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat beberapa tahun terakhir ini. Namun sayangnya, *e-commerce* di Indonesia diserbu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

produk impor dan penjual asing lantaran saat ini karakteristik *e-commerce* masih tanpa batas. Data dari Dirjen Bea Cukai menunjukkan bahwa sepanjang 2018, secara rata-rata jumlah barang kiriman impor melalui *e-commerce* meningkat 10,5 persen per bulan. Tren tersebut terjadi akibat dari mudahnya konsumen Indonesia untuk membeli barang dari luar negeri. Terkait hal ini, LIPI melalui Pusat Penelitian Ekonomi LIPI telah melakukan survey kepada 1.626 pembeli dan penjual *online* di seluruh Indonesia. Dua alasan utama konsumen berbelanja produk dari luar negeri adalah karena produknya langka di pasar Indonesia dan harga barangnya yang relatif lebih murah.

Salah satu *e-commerce* yang saat ini memiliki perkembangan yang cukup signifikan sekali adalah Shopee. Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara *online*. Shopee mengadakan promosi setiap bulannya untuk dapat meningkatkan penjualan, seperti gratis ongkos kirim, *flash sale*, *cashback*, *voucher* diskon, dan lain-lain. Berdasarkan sumber IPrice.com, Shopee menjadi salah satu *e-commerce* yang menduduki peringkat pertama di Indonesia dan juga paling unggul dalam pengguna aktif bulanan se-Asia Tenggara yang dapat dilihat digambar di bawah ini:



Gambar 1. 1 Top 10 E-Commerce di Indonesia Kuartal 3, 2019

Sumber: iPrice.com

Shopee mejadi salah satu *e-commerce favorite* konsumen di Indonesia karena salah satu iklan Shopee yang menampilkan beberapa artis dan selebgram ternama yang mengajak calon konsumen untuk bermain menggunakan aplikasi Shopee



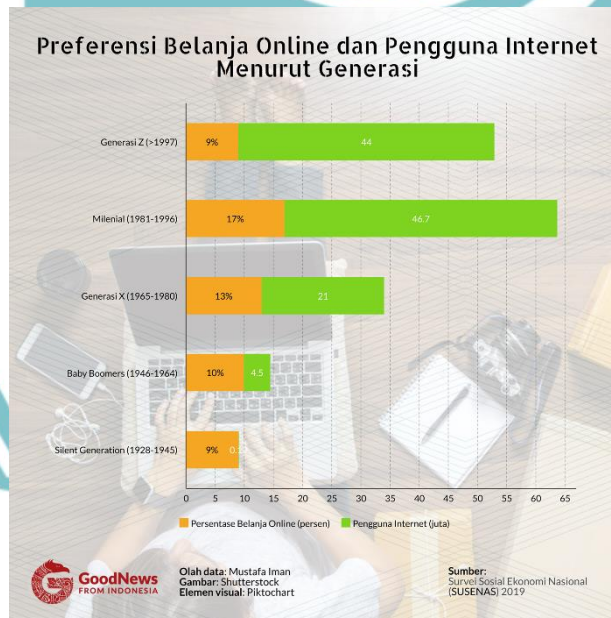
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dengan cara menari sambil menggoyangkan *handphone* untuk dapat memenangkan koin yang nantinya dapat digunakan untuk membeli berbagai *voucher* belanja. Hal tersebut banyak menarik minat konsumen untuk mendapatkan koin. Di Indonesia sendiri, goyang Shopee 9.9 dimainkan lebih dari 54 juta kali seiring dengan penggunaan yang menggunakan fitur baru untuk mengundang teman agar mendapatkan koin lebih banyak.

Shopee diminati oleh banyak konsumen di Indonesia salah satunya adalah generasi Milenial dan generasi Z. Hal tersebut dibuktikan oleh jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 116 juta dan tercatat pengguna belanja online didominasi oleh milenial (lahir pada 1981-1996) dan generasi Z (lahir pada 1997 ke atas) sekitar 44 juta, dan 3,8 juta (9 persen) di antaranya suka belanja di internet. Generasi milenial dan generasi Z lebih mendominasi tren belanja online ketimbang generasi lainnya. Generasi tersebut jugalah tercatat sebagai generasi yang paling konsumtif ketimbang generasi lainnya. Hal tersebut dapat dilihat di gambar di bawah ini:



Gambar 1.2 Preferensi Belanja Online dan Pengguna Internet Menurut Generasi

Sumber: Susenas, 2019

Generasi tersebut sering kali melakukan pembelian secara mendadak karena melihat diskon harga murah ataupun rating yang baik. Shopee sebagai *e-commerce*



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

favorite nomor 1 di Indonesia dipercaya sebagai *marketplace* dalam membeli segala kebutuhan. Harga murah yang diberikan membuat konsumen menjadi tergiur, ditambah dengan produk luar negeri yang memberikan harga di bawah pasaran membuat konsumen melakukan pembelian secara mendadak. Hal ini sebagai salah satu bukti isu yang sedang ramai dibicarakan bahwa terjadi banyak perdebatan yang mengklaim Shopee merusak pasar produk dalam negeri dengan *hashtag* #ShopeeBunuhUMKM.

Hirschman dan Stern (2013:33) berpendapat bahwa *impulsive buying* adalah kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan, tidak terefleksi, terburu-buru, dan didorong oleh aspek psikologis emosional terhadap suatu produk serta tergoda oleh persuasi pemasar. Pembelian *impulsive* dapat terjadi saat berbelanja *online* di *platform e-commerce*.

Agar dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya di Indonesia, Shopee harus memberikan *e-service quality* terbaiknya kepada para konsumen. Oleh karena itu, untuk meminimalisir penilaian negatif dari konsumen, Shopee harus bersaing dan perlu meningkatkan *e-service quality* agar dapat lebih maksimal.

Electronic Word of Mouth memiliki peran yang sangat berpengaruh atau efektif dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan karena dapat menyebar luas secara cepat dan dipercaya oleh para calon konsumen serta dapat disebarluaskan melalui media sosial internet yang ada. Penyebarannya melalui media sosial internet sangat mudah, meluas penyebarannya karena akses yang sangat relatif efisien, salah satunya melalui aplikasi youtube, whatsapp, line, google, facebook, serta aplikasi lainnya yang terdapat pada perangkat yang terhubung dengan koneksi internet lainnya. Kepuasan konsumen yang berbeda akan memberikan pengaruh yang berbeda pada perilaku *Electronic Word of Mouth*. Jika konsumen tidak puas, maka akan timbul penilaian yang bersifat negatif kepada perusahaan itu sendiri, yang pada gilirannya tidak menutup kemungkinan akan terjadinya dampak kerugian terhadap perusahaan tersebut.

Selain *Electronic Word of Mouth*, harga juga menjadi salah satu pertimbangan dalam persaingan pemilihan suatu produk. Menurut Alma (2011:64), harga adalah “satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen”. Pembeli cenderung melakukan evaluasi terhadap perbedaan harga antara harga yang ditawarkan terhadap harga dasar yang diketahui. Faktor lain yang memengaruhi persepsi terhadap kewajaran suatu harga adalah referensi harga yaitu dimiliki oleh pelanggan yang didapat dari pengalaman sendiri (harga internal) dan informasi luar iklan dan pengalaman orang lain (referensi harga eksternal).

Konsumen yang tertarik secara emosional seringkali tidak lagi melibatkan rasionalitas dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Hal tersebut tentunya dapat memicu pembelian secara mendadak atau *impulsive buying*. Perilaku *impulsive buying* juga terjadi karena adanya rangsangan dari iklan yang menawarkan barang yang menarik sehingga mengakibatkan adanya dorongan untuk membeli lebih banyak. Dalam masa pandemi banyak dari generasi Z dan Milenial membeli produk luar negeri seperti produk fashion hingga aksesoris kebutuhan sehari-hari yang berkaitan dengan kesehatan.

Dari hasil prasurvei yang dilakukan oleh Megarita (2019) menyatakan bahwa 56,3% yang terdiri dari 18 melakukan pembelian secara tidak direncanakan dan 43,8% yang terdiri dari 14 sudah memiliki rencana. Hal ini terjadi karena konsumen memiliki hasrat untuk membeli secara impulsif yang disebabkan adanya tawaran dari produk tersebut oleh karena itu menunjukkan bahwa adanya fenomena *impulsive buying* yang terjadi pada para pengguna Shopee di Tangerang.

Responden pada penelitian ini adalah Generasi Z dan Generasi *Milenial* di Kota Depok. Berdasarkan data di [website depokkota.bps.go.id](http://website.depokkota.bps.go.id) menjelaskan bahwa generasi Z dan Generasi Milenial di Kota Depok rentang umur 13-40 tahun berjumlah 1.262.210 jiwa dan sangat sesuai dengan pengguna *e-commerce* Shopee yang memiliki rentang umur 13-40 tahun.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti tertarik untuk mendalami dan mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan Persepsi Harga produk luar negeri terhadap perilaku *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee. Judul penelitian ini yaitu Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *e-commerce* Shopee.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis jabarkan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh dari *electronic word of mouth* produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee?
- b. Apakah ada pengaruh dari *rating* produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee?
- c. Apakah ada pengaruh dari persepsi harga produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee?
- d. Apakah ada pengaruh dari kualitas dan harga rendah produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee?

1.3. Pembatasan Masalah

Untuk membatasi masalah agar tidak terlalu luas dan pembahasannya lebih mengarah pada permasalahan yang akan diteliti, maka penulis memberikan batasan-batasan yang sudah ditentukan yaitu hanya pada Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Produk Luar Negeri Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee. Objek pada penelitian ini adalah Generasi Z dan Generasi *Milenial* di Kota Depok periode Maret hingga Agustus 2021.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, serta mempertimbangkan keterbatasan yang ada pada peneliti, maka peneliti memfokuskan masalah dalam penelitian ini pada Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *e-commerce* Shopee.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee?
- b. Bagaimana pengaruh persepsi harga produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee.
- b. Menganalisis pengaruh persepsi harga produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan pengaruh *electronic word of mouth* dan persepsi harga produk luar negeri terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi mahasiswa, dapat dijadikan sebagai referensi penelitian lain yang akan mengambil permasalahan yang sama.
- 2) Bagi pihak Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan penelitian.
- 3) Bagi pihak Shopee, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pemasaran. Penelitian ini

diharapkan juga dapat bermanfaat bagi masyarakat yang memiliki karakter pembelian impulsif agar ke depannya masyarakat lebih bijak lagi dalam melakukan pembelian suatu produk di *e-commerce* Shopee.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* dan persepsi harga produk luar negeri terhadap perilaku *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee. Adapun batasan penelitian ini adalah generasi Z dan generasi milenial di Kota Depok dengan rencana sampel 100 responden. Data responden ini akan diambil pada bulan Juni 2021 hingga Juli 2021.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh dari electronic word of mouth dan persepsi harga terhadap impulsive buying pengguna e-commerce Shopee. Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee memiliki nilai signifikansi sebesar $0.0000 < 0.05$, dan thitung $4.199 > t_{tabel} 1.290$ sehingga hipotesis 1 diterima dengan nilai koefisien uji regresi 0.467. Artinya, *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee. Pengaruh yang positif menandakan adanya hubungan searah yang berarti jika terjadi peningkatan 1 satuan variabel *electronic word of mouth* dapat meningkatkan *impulsive buying* pada pengguna *e-commerce* Shopee.
- b. Pengaruh persepsi harga terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee memiliki nilai signifikansi sebesar $0.099 < 0.05$, dan thitung $1.653 > t_{tabel} 1.290$ sehingga hipotesis 2 diterima dengan nilai koefisien uji regresi 0.164. Artinya, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee. Pengaruh yang positif menandakan adanya hubungan searah yang berarti jika terjadi peningkatan 1 satuan variabel persepsi harga dapat meningkatkan *impulsive buying* pada pengguna *e-commerce* Shopee.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan di atas maka penulis dapat merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

a. Bagi Shopee

- 1) Shopee sebagai *platform e-commerce* terpopuler di Indonesia harus lebih memperhatikan dan meningkatkan produk yang berasal dari dalam negeri seperti memberi *voucher* atau diskon khusus yang hanya dapat digunakan ketika membeli produk dalam negeri. Selain itu, sebaiknya Shopee dapat membuat kebijakan penetapan harga untuk barang luar negeri yang dapat dijual di Shopee Indonesia, sehingga harga yang ditetapkan *seller* luar negeri tidak merusak harga pasar Indonesia.

b. Bagi Para Pemasar

- 1) Untuk para pemasar disarankan agar meningkatkan kualitas atau memposisikan harga setara dengan kualitas agar bisa bersaing dengan produk luar negeri sehingga memberikan manfaat yang lebih besar daripada produk luar negeri di Shopee.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Menambahkan variabel penelitian, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku *impulsive buying* pengguna *e-commerce* Shopee. selain variabel *electronic word of mouth* dan persepsi harga misalnya variabel pengalaman negatif di masa lalu, variabel AIO atau variabel penelitian lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku *impulsive buying*.
- 2) Menambah jumlah responden, penelitian ini hanya mengambil 100 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden yang

hendak diteliti sehingga dapat lebih mewakili keadaan yang sebenarnya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Aisyah, D., & Engriani, Y. 2020. *Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/7899>.
- Andriyanto, I. 2019. *Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce*. BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/4709>.
- Ferdinan, C. E., & Nugraheni, R. 2013. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki Di Kota Solo)*. Diponegoro University | Institutional Repository (UNDIP-IR). <http://eprints.undip.ac.id/38998/>.
- Fitriyani, L. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Testimoni Terhadap pembelian impulsif (Studi Pada Konsumen Kosmetik Jafra Dalam Pembelian Online)*. Welcome to UMM Institutional Repository - UMM Institutional Repository. <http://eprints.umm.ac.id/38655/>.
- Haq, I. Z. 2017. *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Produk Handphone Secara Online*. UMY Repository. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/14998>.
- Herukalpiko, D. K., Prihatini, A. E., & Widayanto, W. 1970. *Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/4381>
- Ismail, H. A., Trimiati, E & Prihati, Y. 2020. *Membangun Model Konseptual Faktor Sinergitas Perilaku Konsumen Dalam Konteks Pembelian Impulsive Secara Online*. Al Tijarah. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah/article/view/5603>.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Joesyiana, K. 2018. *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru*. Jurnal Valuta Vol, 4(1).
- Mahgpiroh, A. 2017. *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango*. repository.uinjkt.ac.id.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40751>.
- Megarita, F. 2020. *Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening*. <https://digilib.esaunggul.ac.id/UEU-Undergraduate-201511089/14036/oleh-karena-itu-maka-peneliti-ingin-mengetahui-bagaimana-pengaruh-hedonic-shopping-value-shopping-lifestyle-terhadap-impulse-buying-dengan-emosi-positif-sebagai-variabel-intervening-pada-pengguna-shopee-di-tangerang>.
- MH, N., & Chaniago, H. 2017. *Faktor Penentu Perilaku Impulsive Buying Pada Fashion Business Di Kota Bandung*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi. <https://jurnal.polban.ac.id/index.php/an/article/view/97>.
- Pamungkas, B. A. (n.d.). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)*. Jurnal Komunikasi. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/2518>
- Prasetio Karyadi Syah Putra, E. 2017. *Pengaruh Periklanan Internet Dan Electronic Word-Of-Mouth (E-Wom) Terhadap Pembelian Tidak Terencana Secara Online Pada Situs Toko Online Di Hijup.Com*. Repository UNIKOM. <https://repository.unikom.ac.id/57688/>.
- Purba, T. 2016. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry (Studi Kasus Di Wilayah Karawaci, Tangerang)*. <https://digilib.esaunggul.ac.id/analisis-pengaruh-citra-merek-persepsi-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-smartphone-blackberry-studi-kasus-di-wilayah-karawaci-tangerang-8177.html>.
- Sari, R. D. K., & Sri, R. T. A. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Mega Jaya Mebel Semarang*. Diponegoro University | Institutional Repository (UNDIP-IR). <http://eprints.undip.ac.id/35854/>.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Septiana, R. 2020. *Perilaku Impulse Buying Di Toko Online Shopee Dengan Faktor Hedonic Shopping Motivation, Price Discount Dan Pembayaran Elektronik*. Repo IIB Darmajaya. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/2738>.

Sugianto, Y. M. N. (n.d.). *Pengaruh Website Quality, Electronic Word-Of-Mouth, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Zalora*. Jurnal Strategi Pemasaran. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/4536>.

Wulan, W. N., Suharyati, S., & Rosali, R. 2019. *Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee*. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 54. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.830>

Website

Agustinus, M. 2021. *Dituduh Bunuh Umkm Lokal, Shopee Menjawab*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/dituduh-bunuh-umkm-lokal-shopee-menjawab-1vD8FAKV9qE>.

Greatnesia <https://greatnesia.id>, & Greatnesia. 2020. *Data Statistik E-Commerce Indonesia 2020*. Indonesia Culture, Culinary and Tourism. <https://greatnesia.com/data-statistik-e-commerce-indonesia-2020/>.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI HARGA
PRODUK LUAR NEGERI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE*.

(Studi kasus pada Generasi Z dan Milenial di Kota Depok)

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Gerald Gorga, mahasiswa tingkat akhir Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan pengumpulan data untuk skripsi yang berjudul "*Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri Terhadap Impulsive Buying Pengguna E-Commerce Shopee*".

Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner dengan estimasi pengerjaan 8-10 menit. Adapun data yang terkumpul pada penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijamin kerahasiannya. Terima kasih.

Hormat saya,

Gerald Gorga

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I. IDENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk Pengisian

1. Mohon mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.
2. Berilah tanda Checklist (√) pada kolom yang tersedia dan pilih jawab yang sesuai dengan pilihan Anda.
3. Isilah titik-titik kosong dengan jawaban yang sesuai menurut Anda.

B. Pertanyaan:

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia : < 20 tahun 31 – 40 tahun
 20 – 30 tahun > 40 tahun
4. Apakah anda Gen Z dan Milenial : Ya Tidak
5. Apakah anda pengguna *E-Commerce* : Ya Tidak
 Shopee

II. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Persepsi Harga Produk Luar Negeri terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee.

A. Petunjuk Pengisian

1. Mohon kuesioner diisi oleh Bapak/Ibu untuk menjawab seluruh pertanyaan atau pernyataan yang telah disediakan.
2. Berilah tanda checklist (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi.
3. Dalam menjawab pernyataan ini, mohon tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
4. Jawaban yang tersedia berupa Skala Likert yaitu 1-4 yang memiliki arti sebagai berikut:

- STS : Sangat Tidak Setuju (1)
 TS : Tidak Setuju (2)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

S : Setuju (3)

SS : Sangat Setuju (4)

Electronic Word of Mouth (X1)

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Intensity					
1.	Saya sering mengumpulkan informasi tentang ulasan produk luar negeri dari konsumen lain sebelum memutuskan untuk membeli produk tertentu				
2.	Jika saya tidak membaca ulasan produk online saya khawatir dengan keputusan saya membeli produk luar negeri				
3.	Ketika saya membeli produk luar negeri, review produk online dari konsumen lain membuat saya lebih percaya diri untuk membeli produk tersebut				
4.	Saya sering mendapatkan informasi tentang produk luar negeri secara online melalui berbagai platform (<i>social media</i> dan kolom komentar)				
5.	Saya sering membeli produk luar negeri karena sering ditekankan oleh orang lain melalui berbagai <i>platform (social media</i> dan kolom komentar)				
Positive valence					
1.	Saya merekomendasikan produk luar negeri yang pernah saya beli kepada orang lain				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.	Saya bangga untuk mengatakan bahwa produk luar negeri yang saya beli adalah barang yang bagus dan berkualitas				
3.	Saya mengatakan hal – hal yang positif kepada orang lain tentang produk luar negeri yang saya beli melalui <i>social media</i> maupun kolom komentar				
4.	Saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif konsumen lain tentang produk luar negeri yang ingin saya beli				
5.	Saya merasa senang jika orang lain juga membeli apa yang saya rekomendasikan kepadanya				
Negative valance					
1	Saya mengatakan hal – hal negatif kepada orang lain tentang produk luar negeri yang saya beli				
2	Saya membicarakan hal negatif tentang produk luar negeri yang ditawarkan oleh penjual				
3	Saya akan membagikan ulasan negative pada produk luar negeri yang saya beli melalui berbagai <i>platform (social media</i> dan kolom komentar)				
4	Saya tidak akan merekomendasikan produk luar negeri yang pernah saya beli kepada orang lain				
5	Saya tidak akan mengatakan bahwa produk luar negeri yang saya beli adalah produk yang bagus dan berkualitas				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Content					
1.	Saya selalu membahas tentang keramahan penjual produk luar negeri di <i>social media</i> maupun dalam kolom komentar penjual				
2.	Saya selalu membahas tentang keamanan transaksi penjual produk luar negeri di <i>social media</i> maupun dalam kolom komentar penjual				
3.	Saya selalu membahas tentang harga produk luar negeri di <i>social media</i> maupun dalam kolom komentar penjual				
4.	Saya mendiskusikan berbagai produk luar negeri yang saya beli				
5.	Saya membahas kualitas produk luar negeri yang pernah saya beli				

Persepsi Harga (X2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
1.	Saya merasa harga produk luar negeri di Shopee sesuai dengan produk yang ditawarkan				
2.	Saya merasa harga produk shopee luar negeri sebanding dengan kualitas yang saya dapatkan				
3.	Saya merasa harga produk di shopee luar negeri memiliki kualitas yang baik				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.	Saya merasa harga yang ditetapkan produk di shopee luar negeri sesuai dengan mutu produk				
5.	Saya membeli produk di shopee luar negeri karena harga yang murah dengan kualitas yang sama dengan produk dalam negeri				
Kesesuaian harga dengan manfaat					
1.	Saya merasa harga produk luar negeri di Shopee sesuai dengan manfaat yang saya rasakan				
2.	Saya merasa harga produk di shopee luar negeri memberikan manfaat yang dapat digunakan				
3.	Saya merasa dengan harga yang saya bayarkan, saya memperoleh kegunaan produk shopee luar negeri				
4.	Saya merasa harga produk di shopee luar negeri memberikan manfaat yang besar bagi saya				
5.	Saya merasa harga yg ditetapkan shopee luar negeri memberikan manfaat yang sama dengan produk shopee luar negeri				
Daya bersaing					
1.	Saya merasa harga yang ditawarkan shopee luar negeri lebih murah dari harga pasar				
2.	Saya merasa harga produk shopee luar negeri bervariasi dari beberapa seller yang ada di shopee dengan jenis produk yang sama				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.	Saya merasa produk shopee luar negeri sering memberikan potongan harga				
4.	Saya merasa produk shopee di luar negeri sangat bersaing dengan produk dalam negeri				
5.	Saya merasa produk shopee di luar negeri memiliki keunggulan terhadap produk sejenis				

Impulsive Buying (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Spontanity					
1.	Saya membeli produk luar negeri yang pertama kali saya lihat secara spontan				
2.	Saya akan tetap membeli produk luar negeri yang saya anggap menarik meskipun tidak membutuhkannya				
3.	Saya tidak akan berfikir berulang – ulang sebelum memutuskan untuk membeli produk luar negeri				
4.	Saya membeli produk luar negeri karena keinginan bukan didasarkan kebutuhan				
5.	Saya sering kali membeli produk luar negeri karena melihat gambar yang menarik				
Power, compulsion, and intensity					
1.	Saya tidak membatasi keinginan untuk melakukan pembelian terhadap sebuah produk luar negeri				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.	Jika sudah menyukai suatu produk luar negeri, saya tidak ingin menunda untuk membelinya				
3.	Ketika saya melihat – lihat produk luar negeri timbul dorongan untuk membeli sebuah produk, meskipun sebelumnya tidak ada rencana untuk membeli				
4.	Saya tidak merasa ragu ketika melakukan pembelian produk luar negeri				
5.	Saya langsung membeli produk luar negeri yang lucu tanpa memperhatikan harga terlebih dahulu				
Excitement and simulation					
1.	Saya membeli produk luar negeri menurut bagaimana perasaan saya pada saat itu				
2.	Saya bisa menjadi sangat <i>excited</i> ketika melihat barang – barang yang ingin saya pesan pada produk luar negeri				
3.	Saya sulit mengabaikan diskon yang besar pada produk luar negeri				
4.	Ketika senang maupun sedih saya selalu ingin belanja produk luar negeri				
Disregard for consequences					
1.	Saya merasa tidak membatasi keinginan untuk melakukan pembelian produk di shopee luar negeri				
2.	Saya cenderung tidak berfikir dalam melakukan pembelian produk shopee luar negeri				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.	Saya merasa tidak pernah melihat kekurangan produk shopee luar negeri ketika ada potongan harga yang diberikan				
4.	Saya cenderung tidak memikirkan konsekuensi dalam membeli produk shopee luar negeri				
5.	Saya cenderung membeli produk shopee luar negeri walaupun tidak terencana				



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Tabulasi Data

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	X1_13	X1_14	X1_15	X1_16	X1_17	X1_18	X1_19	X1_20
4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	3	1	3	4	4	1	1	1	1	2	1	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
2	3	4	3	2	2	3	3	4	4	3	3	1	1	2	3	3	3	2	2
4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	1	1	1	1	1	2	1	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	X2_13	X2_14	X2_15
3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4

Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19
3	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2
3	1	3	1	1	3	2	1	3	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1
1	1	1	1	1	4	4	4	2	1	4	4	4	1	4	1	1	1	1
1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	2
4	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
3	2	2	2	2	2	4	3	2	1	3	3	3	1	3	2	2	2	3
3	1	2	2	3	3	2	3	3	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2
2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Pre-Test Validitas

a. *Convergent Validity*

1) Hasil *First Test Outer Loading*

	X1	X2	Y
X1_1	0.584		
X1_2	0.745		
X1_3	0.560		
X1_4	0.723		
X1_5	0.665		
X1_6	0.755		
X1_7	0.681		
X1_8	0.728		
X1_9	0.718		
X1_10	0.712		
X1_11	0.741		
X1_12	0.583		
X1_13	0.750		
X1_14	0.745		
X1_15	0.786		
X1_16	0.804		
X1_17	0.786		
X1_18	0.721		
X1_19	0.680		
X1_20	0.696		
X1_21	0.704		
X1_22	0.732		
X1_23	0.553		
X1_24	0.824		

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

X1_25	0.768		
X1_26	0.593		
X2_1		0.716	
X2_2		0.770	
X2_3		0.687	
X2_4		0.728	
X2_5		0.757	
X2_6		0.664	
X2_7		0.701	
X2_8		0.510	
X2_9		0.714	
X2_10		0.685	
X2_11		0.735	
X2_12		0.822	
X2_13		0.591	
X2_14		0.758	
X2_15		0.714	
X2_16		0.726	
X2_17		0.682	
X2_18		0.687	
Y_1			0.536
Y_2			0.826
Y_3			0.759
Y_4			0.733
Y_5			0.554
Y_6			0.726
Y_7			0.736
Y_8			0.793
Y_9			0.746
Y_10			0.728

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

Y_11			0.576
Y_12			0.747
Y_13			0.714
Y_14			0.773
Y_15			0.572
Y_16			0.701
Y_17			0.747
Y_18			0.668
Y_19			0.758
Y_20			0.710
Y_21			0.829
Y_22			0.727
Y_23			0.705
Y-24			0.792

2) Hasil *First Test AVE*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Electronic Word of Mouth (X1)</i>	0.503
Persepsi Harga (X2)	0.498
<i>Impulsive Buying (Y)</i>	0.517

3) Hasil *Second Test Outer Loading*

Menghapus variabel yang < 0.6 yaitu nilai X1_1, X1_3, X1_12, X1_23, X1_26, X2_8, X2_13, Y_1, Y_5, Y_11, dan Y_15

	X1	X2	Y
X1_2	0.745		
X1_4	0.733		
X1_5	0.664		
X1_6	0.758		

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

X1_7	0.687		
X1_8	0.727		
X1_9	0.747		
X1_10	0.712		
X1_11	0.730		
X1_13	0.743		
X1_14	0.747		
X1_15	0.818		
X1_16	0.817		
X1_17	0.822		
X1_18	0.748		
X1_19	0.711		
X1_20	0.705		
X1_21	0.689		
X1_22	0.714		
X1_24	0.827		
X1_25	0.741		
X2_1		0.723	
X2_2		0.770	
X2_3		0.676	
X2_4		0.747	
X2_5		0.770	
X2_6		0.664	
X2_7		0.684	
X2_9		0.718	
X2_10		0.693	
X2_11		0.737	
X2_12		0.816	
X2_14		0.768	
X2_15		0.715	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

X2_16		0.724	
X2_17		0.674	
X2_18		0.681	
Y_2			0.836
Y_3			0.764
Y_4			0.703
Y_6			0.732
Y_7			0.722
Y_8			0.797
Y_9			0.754
Y_10			0.729
Y_12			0.745
Y_13			0.723
Y_14			0.763
Y_16			0.705
Y_17			0.757
Y_18			0.667
Y_19			0.766
Y_20			0.713
Y_21			0.832
Y_22			0.737
Y_23			0.715
Y-24			0.800

4) Hasil *Second Test AVE*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Electronic Word of Mouth (X1)</i>	0.552
Persepsi Harga (X2)	0.524
<i>Impulsive Buying (Y)</i>	0.561

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

b. Discriminant Validity

1) Hasil Cross Loading

	x1	x2	y
X1_2	0.749	0.436	0.512
X1_4	0.742	0.416	0.497
X1_5	0.672	0.415	0.376
X1_6	0.774	0.307	0.511
X1_7	0.692	0.373	0.436
X1_8	0.738	0.377	0.531
X1_9	0.746	0.358	0.590
X1_10	0.717	0.303	0.430
X1_11	0.734	0.544	0.604
X1_13	0.741	0.605	0.621
X1_14	0.744	0.551	0.561
X1_15	0.829	0.544	0.619
X1_16	0.814	0.297	0.510
X1_17	0.821	0.399	0.572
X1_18	0.753	0.290	0.547
X1_19	0.702	0.479	0.471
X1_20	0.686	0.659	0.637
X1_21	0.688	0.540	0.572
X1_24	0.820	0.491	0.712
X1_25	0.737	0.478	0.683
X2_1	0.540	0.723	0.593
X2_2	0.639	0.770	0.582
X2_3	0.352	0.676	0.332
X2_4	0.384	0.747	0.440
X2_5	0.352	0.770	0.429
X2_6	0.539	0.664	0.569
X2_7	0.267	0.684	0.406

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

X2_9	0.413	0.718	0.490
X2_10	0.386	0.693	0.516
X2_11	0.391	0.737	0.517
X2_12	0.410	0.816	0.522
X2_14	0.478	0.768	0.577
X2_15	0.353	0.715	0.363
X2_16	0.652	0.724	0.622
X2_17	0.173	0.674	0.307
X2_18	0.351	0.681	0.451
Y_2	0.601	0.670	0.836
Y_3	0.502	0.584	0.763
Y_4	0.554	0.574	0.703
Y_6	0.608	0.584	0.733
Y_7	0.515	0.559	0.722
Y_8	0.513	0.649	0.796
Y_9	0.537	0.493	0.753
Y_10	0.501	0.410	0.729
Y_12	0.594	0.361	0.745
Y_13	0.547	0.546	0.724
Y_14	0.649	0.443	0.763
Y_16	0.352	0.541	0.705
Y_17	0.605	0.418	0.757
Y_18	0.303	0.433	0.667
Y_19	0.626	0.465	0.765
Y_20	0.575	0.300	0.713
Y_21	0.695	0.496	0.833
Y_22	0.567	0.710	0.738
Y_23	0.538	0.586	0.714
Y_24	0.733	0.405	0.799

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2) Hasil *Fornell Larcker*

	x1	x2	y
x1	0.751		
x2	0.582	0.724	
y	0.729	0.700	0.747

2. Uji Reabilitas

a. Hasil Uji *Composite Reability*

Variabel	<i>Composite Reability</i>
<i>Electronic Word of Mouth (X1)</i>	0.961
Persepsi Harga (X2)	0.946
<i>Impulsive Buying (Y)</i>	0.960

b. Hasil Uji *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Electronic Word of Mouth (X1)</i>	0.957
Persepsi Harga (X2)	0.939
<i>Impulsive Buying (Y)</i>	0.956



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta



GERALD GORGA
BUSINESS ADMINISTRATION STUDENT

CAREER GOALS

An innovative, enthusiastic, self-motivated person. Very proficient at managing projects or procedure from beginning to end. Willing to give the best in any circumstance. Having an impressive record of efficiency that helps increasing productivity.

Keen to learn within a determined company and ready for a new challenging position where I will be able to either upgrade my skill or acquire my insight. Adaptable and skilled in making critical decisions.

REACH ME AT

0822- 1138-6900

geraldgorga@gmail.com

Jl. Pipit 2 no 172, Pancoran Mas,
Depok Jaya
16432

MAIN INTERESTS

- Logistic
- Marketing
- Procurement
- Digital Business
- Automotive

EDUCATION

SMA Negeri 1 Depok

Major : Social Studies

Jakarta State Polytechnic

Business Administration 2017

PERSONAL SKILLS

- Passionate
- Multitasking
- Good at communication and negotiating

SKILLS

- Filing Certified
- Mailing Certified
- Microsoft Office

EXPERIENCE

Field Trip Adm. Bisnis Terapan 2018
Logistic

Annual Southeast Asian International 2018
Liaison Officer

Business Festival 2019
Creative Director

Annual Southeast Asian International 2019
Liaison Officer

Content Creator (Micro) May 2021 - present
Actively creating content about automotive