

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner

**Pengaruh Promosi Dalam Memediasi Pemasaran Dalam Jejaring Terhadap
Keputusan Pembelian Dalam Jejaring Pada Toko Bukalapak
(Studi Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta)**

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan laporan penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Dalam Memediasi Pemasaran Dalam Jejaring Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Jejaring Pada Toko Bukalapak”. Saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i berkenan menjawab beberapa pertanyaan dengan baik.

1. Berapa kali anda pernah melakukan pembelian secara *online* pada toko Bukalapak ?

I. Identitas Responden

Tanggal Pengisian : _____

Nama : _____

Umur : _____

Jenis Kelamin : _____

Program Studi : _____
Angkatan : _____

2. Apa alasan anda melakukan pembelian secara *online* pada toko Bukalapak ?

II. Petunjuk Pengisian

Isi daftar pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda (✓) pada jawaban yang anda pilih pada jawaban yang sudah disediakan sesuai dengan persepsi Saudara/i. Tidak ada jawaban salah atau benar tetapi penelitian ini lebih melihat angka-angka terbaik dari persepsi Saudara/i.

- | | | |
|--------|-----------------------|-----------|
| a. SS | : Sangat Setuju | nilai (5) |
| b. S | : Setuju | nilai (4) |
| c. N | : Netral | nilai (3) |
| d. TS | : Tidak Setuju | nilai (2) |
| e. STS | : Sangat Tidak Setuju | nilai (1) |

III. Daftar Pernyataan

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		1	2	3	4	5
Pemasaran Dalam Jejaring (<i>Online</i>)		STS	TS	N	S	SS
1.	Pemasaran <i>online</i> memberikan saya kenyamanan dalam memilih produk di Bukalapak.					
2.	Saya merasa sangat leluasa memilih produk-produk di situs Bukalapak.					
3.	Waktu saya terasa lebih efisien ketika memilih produk-produk secara <i>online</i> di Bukalapak.					
4.	Saya merasa pengalaman menggunakan internet sangat membantu dalam memilih produk secara <i>online</i> di Bukalapak.					
Promosi		STS	TS	N	S	SS
5.	Saya merasa penawaran yang dilakukan oleh Bukalapak menarik.					
6.	Saya merasa berbelanja <i>online</i> di Bukalapak hemat biaya.					
7.	Saya merasa promosi yang dilakukan oleh Bukalapak dapat memancing minat konsumen untuk berbelanja <i>online</i> .					
8.	Saya merasa percaya pada promosi yang ditawarkan oleh Bukalapak.					
Keputusan Pembelian Dalam Jejaring (<i>Online</i>)		STS	TS	N	S	SS
9.	Saya mantab memilih melakukan pembelian secara <i>online</i> pada toko Bukalapak.					

10.	Saya mantap memilih berbelanja di Bukalapak sebagai pilihan pertama ketika memutuskan untuk melakukan pembelian <i>online</i> .					
11.	Saya yakin memilih melakukan pembelian secara <i>online</i> di toko Bukalapak atas keputusan saya sendiri.					

LAMPIRAN 2
HASIL PRE-TEST

➤ **Validitas Pemasaran dalam Jejaring Pre-Test**

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Jumlah
X1_1	Pearson Correlation	1	.683**	.532**	.565**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.683**	1	.636**	.519**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	.532**	.636**	1	.639**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	.565**	.519**	.639**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Jumlah	Pearson Correlation	.830**	.849**	.847**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

➤ **Reliabilitas Pemasaran dalam Jejaring Pre-Test**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	4

➤ **Validitas Promosi Pre-Test**

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Jumlah
X2_1	Pearson Correlation	1	.576**	.668**	.569**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.576**	1	.319	.718**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.001		.086	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.668**	.319	1	.318	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.086		.087	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.569**	.718**	.318	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.087		.000
	N	30	30	30	30	30
Jumlah	Pearson Correlation	.870**	.820**	.712**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

➤ **Reliabilitas Promosi Pre-Test**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	4

➤ **Validitas Keputusan Pembelian dalam Jejaring Pre-Test**

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Jumlah
Y1_1	Pearson Correlation	1	.457*	.614**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.011	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y1_2	Pearson Correlation	.457*	1	.331	.810**
	Sig. (2-tailed)	.011		.074	.000
	N	30	30	30	30
Y1_3	Pearson Correlation	.614**	.331	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.074		.000
	N	30	30	30	30
Jumlah	Pearson Correlation	.817**	.810**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

➤ **Reliabilitas Keputusan Pembelian dalam Jejaring Pre-Test**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	3

DATA PENELITIAN

N0.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Belanja 6 bulan terakhir
1	19	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
2	22	Laki-laki	Manajemen	2
3	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
4	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
5	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
6	21	Perempuan	Akuntansi	>2
7	22	Laki-laki	Manajemen	2
8	22	Laki-laki	Manajemen	2
9	21	Laki-laki	Manajemen	2
10	22	Laki-laki	Manajemen	>2
11	22	Laki-laki	Manajemen	>2
12	22	Laki-laki	Manajemen	>2
13	20	Laki-laki	Manajemen	>2
14	22	Laki-laki	Manajemen	2
15	21	Laki-laki	Manajemen	>2
16	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
17	22	Laki-laki	Manajemen	2
18	20	Laki-laki	Akuntansi	>2
19	18	Laki-laki	Akuntansi	2
20	21	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
21	22	Laki-laki	Manajemen	2
22	20	Perempuan	Manajemen	>2
23	22	Laki-laki	Manajemen	2
24	21	Laki-laki	Manajemen	2
25	21	Laki-laki	Manajemen	2
26	18	Laki-laki	Akuntansi	>2
27	22	Laki-laki	Manajemen	2
28	21	Perempuan	Manajemen	>2
29	18	Perempuan	Akuntansi	2
30	19	Perempuan	Akuntansi	2
31	20	Perempuan	Akuntansi	2
32	19	Laki-laki	Akuntansi	2
33	23	Laki-laki	Manajemen	2
34	20	Laki-laki	Akuntansi	>2
No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Pembelian 6 Bulan Terakhir

35	19	Perempuan	Akuntansi	2
36	22	Laki-laki	Akuntansi	>2
37	19	Laki-laki	Akuntansi	2
38	19	Laki-laki	Akuntansi	2
39	19	Perempuan	Akuntansi	2
40	19	Laki-laki	Akuntansi	>2
41	21	Laki-laki	Akuntansi	2
42	19	Laki-laki	Akuntansi	>2
43	19	Laki-laki	Akuntansi	2
44	18	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
45	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
46	23	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
47	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
48	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
49	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
50	23	Perempuan	Manajemen	2
51	22	Laki-laki	Manajemen	>2
52	21	Laki-laki	Akuntansi	2
53	22	Perempuan	Manajemen	2
54	22	Laki-laki	Manajemen	2
55	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
56	20	Laki-laki	Akuntansi	>2
57	21	Laki-laki	Manajemen	2
58	22	Laki-laki	Manajemen	2
59	20	Laki-laki	Akuntansi	>2
60	20	Perempuan	Manajemen	>2
61	22	Perempuan	Manajemen	2
62	22	Laki-laki	Manajemen	2
63	21	Laki-laki	Manajemen	2
64	20	Perempuan	Akuntansi	>2
65	25	Laki-laki	Manajemen	2
66	21	Laki-laki	Manajemen	2
67	21	Laki-laki	Manajemen	2
68	21	Laki-laki	Manajemen	>2
69	22	Laki-laki	Manajemen	>2
70	22	Laki-laki	Manajemen	2
71	20	Perempuan	Manajemen	2
72	22	Laki-laki	Manajemen	2
73	21	Laki-laki	Akuntansi	2
No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Pembelian 6 Bulan Terakhir

74	19	Laki-laki	Akuntansi	2
75	22	Laki-laki	Manajemen	>2
76	21	Laki-laki	Manajemen	>2
77	21	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
78	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
79	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	>2
80	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
81	21	Laki-laki	Akuntansi	2
82	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
83	21	Perempuan	Manajemen	2
84	22	Laki-laki	Manajemen	>2
85	22	Laki-laki	Akuntansi	2
86	22	Laki-laki	Manajemen	2
87	18	Laki-laki	Akuntansi	>2
88	21	Laki-laki	Akuntansi	>2
89	19	Laki-laki	Akuntansi	2
90	21	Laki-laki	Akuntansi	2
91	20	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
92	20	Laki-laki	Akuntansi	2
93	19	Laki-laki	Akuntansi	2
94	22	Laki-laki	Akuntansi	2
95	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	>2
96	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
97	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
98	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
99	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
100	20	Laki-laki	Akuntansi	2
101	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
102	21	Perempuan	Akuntansi	>2
103	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	>2
104	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
105	20	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2
106	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
107	20	Perempuan	Akuntansi	2
108	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2
109	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	>2
110	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	>2

No	Pemasaran dalam Jejaring					Promosi					Keputusan Pembelian dalam Jejaring			
	1	2	3	4	Jumlah	5	6	7	8	Jumlah	9	10	11	Jumlah
1	5	5	5	5	20	4	3	4	3	14	4	1	5	10
2	3	4	4	4	15	5	4	5	4	18	4	5	4	13
3	3	3	3	4	13	4	4	2	4	14	3	3	4	10
4	3	4	4	4	15	3	3	4	3	13	3	3	3	9
5	4	4	3	5	16	4	3	3	3	13	4	2	3	9
6	3	4	4	4	15	3	4	3	3	13	4	1	5	10
7	4	4	3	3	14	4	3	4	4	15	3	4	4	11
8	4	5	4	4	17	5	3	4	4	16	3	4	4	11
9	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15	4	3	5	12
10	4	3	4	5	16	4	4	3	5	16	4	4	5	13
11	5	5	4	5	19	5	3	5	3	16	4	5	5	14
12	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	9
13	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	9
14	4	4	5	4	17	4	3	4	3	14	4	4	3	11
15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	5	4	13
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
17	4	3	3	4	14	4	3	4	5	16	3	3	4	10
18	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	3	3	4	10
19	3	3	5	5	16	5	5	5	5	20	5	5	5	15
20	3	4	4	4	15	2	2	4	3	11	3	3	4	10
21	4	5	4	3	16	5	3	5	4	17	4	4	5	13
22	5	4	5	4	18	3	4	4	4	15	4	3	5	12
23	5	3	4	5	17	4	3	4	3	14	4	4	5	13
24	4	5	3	5	17	4	3	5	4	16	4	5	4	13
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
26	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	4	3	11
27	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
28	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	3	3	3	9
29	3	4	4	3	14	4	1	4	2	11	3	3	3	9
30	4	5	4	5	18	5	4	5	3	17	4	3	3	10
31	5	5	5	5	20	3	3	4	3	13	4	3	4	11
32	5	4	4	5	18	4	3	3	5	15	5	5	5	15
33	3	4	3	4	14	3	4	4	3	14	4	4	3	11
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	11
35	2	2	1	2	7	2	2	2	2	8	2	2	2	6
36	3	4	5	5	17	4	2	5	3	14	4	5	5	14
37	2	2	2	2	8	3	2	2	2	9	3	3	1	7

No	Pemasaran dalam Jejaring					Promosi					Keputusan Pembelian dalam Jejaring			
	1	2	3	4	Jumlah	5	6	7	8	Jumlah	9	10	11	Jumlah
38	4	3	3	3	13	5	5	3	3	16	4	3	3	10
39	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	10
40	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	4	4	4	12
41	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	3	2	4	9
42	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
43	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	3	2	3	8
44	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	3	4	12
45	4	5	4	4	17	4	4	3	3	14	3	3	4	10
46	3	3	5	4	15	3	3	4	3	13	5	3	4	12
47	5	5	4	5	19	5	5	4	3	17	3	2	5	10
48	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13	4	3	4	11
49	3	4	4	5	16	3	1	3	4	11	3	2	3	8
50	4	4	5	5	18	4	4	3	4	15	4	4	5	13
51	4	4	4	3	15	4	5	3	5	17	5	4	5	14
52	5	5	5	4	19	4	3	5	5	17	4	3	5	12
53	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
54	4	5	3	4	16	3	4	4	5	16	4	3	4	11
55	4	4	4	4	16	4	5	3	4	16	3	3	4	10
56	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	5	4	5	14
57	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	5	14
58	4	5	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	5	13
59	5	4	4	4	17	4	3	4	3	14	3	4	4	11
60	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9
61	4	5	5	5	19	4	5	4	3	16	4	3	3	10
62	4	3	4	4	15	3	2	2	3	10	3	2	4	9
63	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
64	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9
65	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	9
66	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	5	5	14
67	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
68	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	3	5	12
69	4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	5	3	5	13
70	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12
71	4	3	4	3	14	3	4	2	3	12	3	2	4	9
72	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
73	3	4	4	4	15	3	3	4	3	13	3	3	3	9
74	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12
75	3	3	5	2	13	4	4	2	2	12	2	1	3	6

No	Pemasaran dalam Jejaring					Promosi					Keputusan Pembelian dalam Jejaring			
	1	2	3	4	Jumlah	5	6	7	8	Jumlah	9	10	11	Jumlah
76	4	5	5	4	18	4	3	5	5	17	4	3	5	12
77	4	4	5	4	17	3	3	3	5	14	4	4	4	12
78	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
79	3	3	4	5	15	3	3	3	3	12	3	3	3	9
80	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
81	5	4	5	5	19	4	3	4	2	13	4	3	5	12
82	5	4	4	3	16	3	3	4	3	13	2	2	3	7
83	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	9
84	4	5	4	4	17	3	3	4	2	12	4	3	5	12
85	4	3	4	4	15	4	4	5	4	17	4	4	4	12
86	4	3	4	4	15	4	3	3	5	15	3	5	3	11
87	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
88	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	9
89	4	4	5	5	18	3	4	4	5	16	3	3	5	11
90	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
91	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12
92	4	4	3	5	16	4	3	4	4	15	3	2	4	9
93	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15	3	3	4	10
94	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	3	4	11
95	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	9
96	3	4	4	4	15	3	3	4	4	14	4	4	4	12
97	4	4	3	4	15	4	5	4	4	17	4	3	4	11
98	4	4	3	4	15	4	5	4	3	16	4	4	3	11
99	4	5	3	3	15	4	4	3	4	15	4	4	5	13
100	4	3	4	3	14	4	3	3	5	15	4	5	5	14
101	4	3	5	4	16	5	4	4	3	16	4	5	5	14
102	3	4	4	4	15	4	4	4	5	17	4	4	5	13
103	4	3	4	4	15	4	5	4	4	17	4	5	5	14
104	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	4	5	5	14
105	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19	4	4	5	13
106	4	4	3	3	14	4	5	5	4	18	4	4	5	13
107	4	3	3	4	14	5	4	4	4	17	4	5	4	13
108	4	5	4	3	16	4	4	4	5	17	5	5	4	14
109	4	5	4	4	17	4	4	3	4	15	4	4	3	11
110	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	12

No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Alasan Belanja di Bukalapak
1	19	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Terpercaya
2	22	Laki-laki	Manajemen	Ingin mencoba, tapi memuaskan
3	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Barang yang dicari ada di Bukalapak
4	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Karena aman, dana tidak langsung diterima oleh seller
5	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Barang yang diinginkan ada di Bukalapak
6	21	Perempuan	Akuntansi	Barang hanya ada di Bukalapak
7	22	Laki-laki	Manajemen	Lebih mudah dan praktis
8	22	Laki-laki	Manajemen	Mudah, bisa dijangkau melalui smartphone
9	21	Laki-laki	Manajemen	Terdapat banyak pilihan
10	22	Laki-laki	Manajemen	Lebih murah
11	22	Laki-laki	Manajemen	Lebih praktis
12	22	Laki-laki	Manajemen	Barang yang dicari ada di Bukalapak
13	20	Laki-laki	Manajemen	Aman, mudah, dan praktis
14	22	Laki-laki	Manajemen	Mudah dan banyak pilihan
15	21	Laki-laki	Manajemen	Lebih mudah dan praktis
16	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Terpercaya
17	22	Laki-laki	Manajemen	Mudah dan praktis
18	20	Laki-laki	Akuntansi	Banyak pilihan sehingga dapat membandingkan setiap produk
19	18	Laki-laki	Akuntansi	Mudah dan praktis

No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Alasan Belanja di Bukalapak
20	21	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Barang yang dicari ada di Bukalapak
21	22	Laki-laki	Manajemen	Banyak pilihan produk
22	20	Perempuan	Manajemen	Mudah, cepat, terpercaya
23	22	Laki-laki	Manajemen	Lebih banyak pilihan barang dan harga
24	21	Laki-laki	Manajemen	Affordable Price
25	21	Laki-laki	Manajemen	Mencoba beli
26	18	Laki-laki	Akuntansi	Tergiur dengan diskon yang ditawarkan
27	22	Laki-laki	Manajemen	Simpel, tidak berbelit-belit
28	21	Perempuan	Manajemen	Banyak pilihan
29	18	Perempuan	Akuntansi	Tidak ada waktu ketika harus membeli ke store langsung
30	19	Perempuan	Akuntansi	Toko online terpercaya
31	20	Perempuan	Akuntansi	Mudah, praktis
32	19	Laki-laki	Akuntansi	Adanya sistem rekber, jika barang tidak sesuai dapat di refund
33	23	Laki-laki	Manajemen	Harga yang murah
34	20	Laki-laki	Akuntansi	Simpel, mudah dalam pembeliannya, dan murah
35	19	Perempuan	Akuntansi	Cepat dan terpercaya
36	22	Laki-laki	Akuntansi	Memenuhi keinginan berbelanja
37	19	Laki-laki	Akuntansi	Lebih hemat tenaga, dan murah

No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Alasan Belanja di Bukalapak
38	19	Laki-laki	Akuntansi	Lebih simpel dan murah dibandingkan membeli langsung di toko
39	19	Perempuan	Akuntansi	Lebih mudah mendapatkan barang yang dicari
40	19	Laki-laki	Akuntansi	Tidak ribet dan bisa membeli sesuai kebutuhan kita
41	21	Laki-laki	Akuntansi	Lebih mudah untuk mencari barangnya
42	19	Laki-laki	Akuntansi	Karena menyukai iklannya yang lucu
43	19	Laki-laki	Akuntansi	Karena cepat dan terpercaya
44	18	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Cepat dan terpercaya
45	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Lebih mudah dan praktis
46	23	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Hemat waktu dan murah
47	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Karena menyukai model barang dan lebih efisien waktu dalam pembelian
48	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Mudah dan praktis
49	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Mudah mencari barang yang dibutuhkan
50	23	Perempuan	Manajemen	Karena barang yang dicari ada di Bukalapak
51	22	Laki-laki	Manajemen	Bukalapak selalu memberikan kemudahan dan kenyamanan
52	21	Laki-laki	Akuntansi	Promo menarik
53	22	Perempuan	Manajemen	Barang lebih terjangkau dari toko lain
54	22	Laki-laki	Manajemen	Mudah dan praktis

No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Alasan Belanja di Bukalapak
55	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Mudah dan praktis
56	20	Laki-laki	Akuntansi	Mudah dan murah
57	21	Laki-laki	Manajemen	Lebih murah
58	22	Laki-laki	Manajemen	Mudah dan lengkap
59	20	Laki-laki	Akuntansi	Barang yang saya cari ada di Bukalapak
60	20	Perempuan	Manajemen	Mudah dan praktis
61	22	Perempuan	Manajemen	mudah dan murah
62	22	Laki-laki	Manajemen	Lebih murah
63	21	Laki-laki	Manajemen	Memenuhi kebutuhan
64	20	Perempuan	Akuntansi	Barang yang dijual komplit
65	25	Laki-laki	Manajemen	Aman dan terpercaya
66	21	Laki-laki	Manajemen	Mudah dan praktis
67	21	Laki-laki	Manajemen	Aman dan terjamin
68	21	Laki-laki	Manajemen	mencoba alternatif lain berbelanja
69	22	Laki-laki	Manajemen	Mudah dan simpel
70	22	Laki-laki	Manajemen	Simpel, tidak ribet
71	20	Perempuan	Manajemen	Mudah dan praktis
72	22	Laki-laki	Manajemen	Bisa mencari barang yang diinginkan dengan harga yang sesuai
73	21	Laki-laki	Akuntansi	Lebih praktis dan mudah
74	19	Laki-laki	Akuntansi	Lebih efektif
75	22	Laki-laki	Manajemen	Terpercaya
76	21	Laki-laki	Manajemen	Mudah dan Praktis

No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Alasan Belanja di Bukalapak
77	21	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Bukalapak merupakan toko online terpercaya
78	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Banyak pilihan
79	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Lebih murah dan aman
80	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Lebih tertarik belanja di bukalapak
81	21	Laki-laki	Akuntansi	Murah
82	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Lebih mudah
83	21	Perempuan	Manajemen	Lebih mudah dan banyak promo
84	22	Laki-laki	Manajemen	Pengiriman cepat, pembayaran mudah, dan banyak promo
85	22	Laki-laki	Akuntansi	Mudah dan praktis
86	22	Laki-laki	Manajemen	Mudah
87	18	Laki-laki	Akuntansi	Mudah dan murah
88	21	Laki-laki	Akuntansi	Lengkap dan terpercaya
89	19	Laki-laki	Akuntansi	Banyak pilihan dan harganya murah
90	21	Laki-laki	Akuntansi	Lebih murah dan transaksinya gampang
91	20	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Murah dan mudah
92	20	Laki-laki	Akuntansi	Nyaman dan efisien
93	19	Laki-laki	Akuntansi	Lebih mudah mencari barang di Bukalapak
94	22	Laki-laki	Akuntansi	Lebih ekonomis dan efisien
95	22	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Mempermudah dalam berbelanja
96	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Aman dan nyaman

No.	Umur	Jenis Kelamin	Prodi	Alasan Belanja di Bukalapak
97	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Mudah, murah, banyak promo
98	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Dana aman, tidak langsung diterima seller
99	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Mudah dan nyaman
100	20	Laki-laki	Akuntansi	Kekinian, mudah dan nyaman
101	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Mudah serta nyaman
102	21	Perempuan	Akuntansi	Tergiur promo yang diberikan
103	22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Tertarik pada setiap promo yang diberikan
104	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Mudah dan cepat
105	20	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	Suka belanja online di Bukalapak
106	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Barang yang saya cari ada di Bukalapak
107	20	Perempuan	Akuntansi	Mudah, cepat, aman
108	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Promo menarik, ada cashback
109	20	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Dana aman, bisa nego
110	21	Perempuan	Ilmu Ekonomi	Tergiur promo yang diberikan

LAMPIRAN 4
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL

➤ **Validitas Pemasaran dalam Jejaring (X1)**

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Jumlah
X1_1	Pearson Correlation	1	.514**	.444**	.456**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X1_2	Pearson Correlation	.514**	1	.408**	.434**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X1_3	Pearson Correlation	.444**	.408**	1	.508**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X1_4	Pearson Correlation	.456**	.434**	.508**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
Jumlah	Pearson Correlation	.772**	.765**	.770**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

➤ **Validitas Promosi**

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Jumlah
X2_1	Pearson Correlation	1	.511**	.545**	.427**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X2_2	Pearson Correlation	.511**	1	.305**	.415**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X2_3	Pearson Correlation	.545**	.305**	1	.415**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X2_4	Pearson Correlation	.427**	.415**	.415**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
Jumlah	Pearson Correlation	.803**	.748**	.736**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

➤ **Validitas Keputusan Pembelian dalam Jejaring**

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Jumlah
Y1_1	Pearson Correlation	1	.566**	.573**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
Y1_2	Pearson Correlation	.566**	1	.366**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Y1_3	Pearson Correlation	.573**	.366**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Jumlah	Pearson Correlation	.845**	.820**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

LAMPIRAN 5
HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL

Reliability Scale : ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

➤ **Reliabilitas Pemasaran dalam Jejaring**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	4

➤ **Reliabilitas Promosi**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	4

➤ **Reliabilitas Keputusan Pembelian dalam Jejaring**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	3

LAMPIRAN 6
KARAKTERISTIK RESPONDEN

➤ **Usia**

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20	37	33.6	33.6	33.6
	>20-22	69	62.7	62.7	96.4
	>22-24	3	2.7	2.7	99.1
	>24	1	.9	.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

➤ **Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	80	72.7	72.7	72.7
	Perempuan	30	27.3	27.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

➤ **Program Studi**

Karakteristik Program Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Manajemen	42	38.2	38.2	38.2
	Ilmu Ekonomi	32	29.1	29.1	67.3
	Akuntansi	36	32.7	32.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

➤ **Pembelian 6 Bulan Terakhir**

Belanja 6 Bulan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lebih dari 2 kali	40	36.4	36.4	36.4
	2 kali	70	63.6	63.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

LAMPIRAN 7
STATISTIK DESKRIPTIF

➤ **Deskriptif Pemasaran dalam Jejaring (X1)**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	110	2	5	3.95	.689
X1_2	110	2	5	3.97	.748
X1_3	110	1	5	4.02	.754
X1_4	110	2	5	4.05	.740
Valid N (listwise)	110				

➤ **Deskriptif Promosi (X2)**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2_1	110	2	5	3.87	.743
X2_2	110	1	5	3.67	.879
X2_3	110	2	5	3.82	.803
X2_4	110	2	5	3.75	.851
Valid N (listwise)	110				

➤ **Deskriptif Keputusan Pembelian dalam Jejaring (Y)**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y_1	110	2	5	3.77	.699
Y_2	110	1	5	3.54	.983
Y_3	110	1	5	4.05	.850
Valid N (listwise)	110				

LAMPIRAN 8
ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pemasaran_Dalam_Jejarings a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Promosi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.323	2.04433

a. Predictors: (Constant), Pemasaran_Dalam_Jejarings

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221.328	1	221.328	52.958	.000 ^a
	Residual	451.363	108	4.179		
	Total	672.691	109			

a. Predictors: (Constant), Pemasaran_Dalam_Jejarings

b. Dependent Variable: Promosi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.029	1.399		3.595	.000
Pemasaran_Dalam_Jejarang	.630	.087	.574	7.277	.000

a. Dependent Variable: Promosi

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Regression

Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 1 Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Pemasaran dalam jejaring ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian dalam jejaring

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.562	.554	1.37631

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pemasaran dalam jejaring

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.490	2	130.245	68.759	.000 ^a
	Residual	202.682	107	1.894		
	Total	463.173	109			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pemasaran dalam jejaring

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian dalam jejaring

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.034	.996		1.037	.302
	Pemasaran dalam jejaring	.127	.071	.139	1.782	.078
	Promosi	.549	.065	.661	8.472	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian dalam jejaring