

LAMPIRAN

Lampiran 1

SK Dosen Pembimbing



Surabaya, 20 September 2021

Nomor: 604 /II.3.AU/FEB/A/2021

Lamp. : -

Hal : **Dosen Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping**

Kepada Yth,

1. Anita Roosmawarni, SE., M.SE
2. Fauzie Senoaji, SE., M.EI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan telah dipenuhinya persyaratan penulisan skripsi, sebagai mana diatur dalam :

1. Peraturan Rektor no:566.1/PRN/II.3.AU.F/2014-03.09.2014, tentang pedoman Akademik Tahun 2014/2015 Universitas Muhammadiyah Surabaya, perihal penilaian hasil belajar point 4.5 (Tugas Akhir)
2. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis UMSurabaya No:68/II.3.AU/A/Fak. Ekonomi/IX/2013 Tentang Pedoman Akademik Pelaksanaan Pendidikan Program Sarjana (S-1), Bab IV Point C.4 (Prosedur Penilaian Skripsi).

Maka dimohon perkenannya untuk menjadi pembimbing terhadap mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Amalia Zahrani
 NIM : 20181221228
 Prodi : Manajemen
 Judul Skripsi : "Analisis Pengaruh Social Trading Environment, Rational Buying Motive, Emotional Buying Motive, E Service Quality dan Perceived Value Terhadap Niat Beli E-Commerce (Studi Kaus pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Surabaya dengan Mobile Application Shopee) "

Pembimbing Utama : Anita Roosmawarni, SE., M.SE

Pembimbing Pendamping : Fauzie Senoaji, SE., M.EI

Demikian, atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kaprodi Manajemen,

Rina Maretasari, SM., M.SM

Tembusan Yth, (Tanpa Lampiran):

1. Dekan.
2. Kaprodi Manajemen.
3. Mahasiswa Yang Bersangkutan.

Lampiran 2

Surat Izin Penelitian



Fakultas Ekonomi
dan Bisnis

Surabaya, 03 Januari 2023

Nomor : 005/IL.3.AU/FEB/A/2023
Lamp : -
Hal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN UNTUK SKRIPSI

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya
Jl. Sutorejo No. 59, Dukuh Sutorejo. Kec. Mulyorejo Surabaya

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kekuatan kepada kita untuk dapat melaksanakan tugas dan kewajiban kita sebagai hamba Allah SWT. Kami selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya mengajukan permohonan agar mahasiswa kami dengan identitas dibawah ini mendapatkan kesempatan untuk mengadakan penelitian di Lembaga/Institusi yang Bapak/Ibu pimpin.

Adapun maksud dari penelitian tersebut adalah untuk memperoleh informasi/data sesuai dengan judul skripsi yang telah kami setujui.

Identitas mahasiswa yang akan meneliti :

Nama : Amalia Zahrani
NIM : 20181221228
Fakultas/Prodi : Ekonomi & Bisnis/Manajemen
Alamat : Jl. Kupang krajan 4/45c
No. Handphone : 0889 8924 7355
Judul Skripsi : “ Analisis Pengaruh Motif Pembelian Rasional, Motif Pembelian Emosional, dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Shopee ”

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan perkenannya disampaikan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Kaprodi Manajemen,



Rina Maretasari, SM., M.SM

Lampiran 3

Kartu Bimbingan Skripsi

Kartu Kendali Bimbingan Skripsi UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

Tahun semester	: Ganjil 2021/2022	Prodi	: S1 Manajemen
NIM	: 20181221228	Pembimbing 1	: Anita Roosmawarni
Nama Mahasiswa	: AMALIA ZAHRANI	Pembimbing 2	: Fauzie Senoaji

No.	Tanggal	Topik	Saran / Komentar	Pembimbing
1	2021-09-23	Pengajuan Outline Skripsi	Tata Cara Penulisan yang benar	Anita Roosmawarni
2	2021-12-13	Bab 1	Tampilkan Problem Research	Fauzie Senoaji
3	2022-03-30	Konsultasi Bab 1	Susunan pada bab 1 lebih dirapikan dan lebih diperbanyak dengan teori - teori yang terbaru	Fauzie Senoaji
4	2022-04-21	Setor Revisi Bab 1	Perkuat lagi alasan meneliti tersebut, rapikan setting mendeley dan tata penulisan disesuaikan dengan buku pedoman skripsi	Fauzie Senoaji
5	2022-05-13	Konsultasi Bab 1	Tata cara penulisan yang benar, tampilkan problem reserach	Anita Roosmawarni
6	2022-05-30	Konsultasi Bab 1	Gunakan referensi jurnal internasional	Fauzie Senoaji
7	2022-10-18	Revisi Bab 1	Gunakan mendeley reference dalam melakukan kutipan sertakan tinjauan pustaka.	Anita Roosmawarni
8	2022-11-10	Revisi bab 1 & Konsultasi bab 2	Setting mendeley dicek kembali	Anita Roosmawarni
9	2022-11-28	Revisi bab 1 dan Konsultasi bab 2		Fauzie Senoaji
10	2022-11-30	Revisi bab 3	Tambahkan sub indikator tiap variabel dan tambahkan kriteria uji koefisien determinasi dan uji heteroskedastisitas	Anita Roosmawarni
11	2022-12-05	Revisi bab 3	Pokok pembahasan sub indikator kurang riil, kurang mengacu pada topic atau tema	Anita Roosmawarni
12	2022-12-13	Setor bab 1-3	Acc Seminar Proposal	Anita Roosmawarni
13	2022-12-13	Setor bab 1-3	Acc Seminar Proposal	Fauzie Senoaji
14	2023-01-20	Setor Revisi Sempro	Perbaiki bahasa yang kurang baku	Fauzie Senoaji
15	2023-01-20	Setor Revisi Sempro	Perbaiki definisi operasional dan sub indikator pada variabel	Anita Roosmawarni
16	2023-01-23	Setor Revisi Sempro	konsultasi kisi kisi kuisisioner penelitian	Anita Roosmawarni
17	2023-02-10	Konsultasi bab 4	Teori dan uji yang digunakan di bab 4 harus konsisten dengan bab 3	Anita Roosmawarni
18	2023-02-19	Konsultasi bab 4	Perjelas lagi pada pembahasan dengan bahasa yang mudah dipahami, dan perbaiki tulisan yang salah ketik.	Fauzie Senoaji
19	2023-02-27	Revisi bab 4 dan setor bab 5	Tambahkan analisa pada setiap deskripsi hasil penelitian, pada pembahasan lebih dijelaskan pada poinnya	Anita Roosmawarni
20	2023-03-28	Revisi bab 4 dan setor bab 5	Format Penulisan disesuaikan lagi dengan buku pedoman skripsi terbaru	Fauzie Senoaji
21	2023-05-04	Revisi bab 4 dan setor bab 5	Perbaiki hipotesis pada bab pembahasan di setiap variabel	Anita Roosmawarni
22	2023-05-05	Setor bab 1-5	Acc Sidang Skripsi	Anita Roosmawarni
23	2023-05-05	Setor bab 1-5	Acc Sidang Skripsi	Fauzie Senoaji

Lampiran 4

Surat Keterangan Bukti Bebas Plagiasi



Perpustakaan

ASLI

FM-009 PERPUS-07

SURAT KETERANGAN BUKTI BEBAS PLAGIASI

Naskah tugas akhir / skripsi / karya tulis / tesis*) yang diserahkan atas :

N a m a : Amalia Zahrani
 N I M : 20181221228
 Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi (S1) Manajemen
 Alamat : Jalan kupang krajan 4/45c
 Judul : ANALISIS PENGARUH MOTIF PEMBELIAN RASIONAL, MOTIF PEMBELIAN EMOSIONAL, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE

telah **diserahkan dan memenuhi kriteria** batas maksimal yang sudah ditentukan.

Petugas perpustakaan

Putri Rokhmawati

Surabaya, 02 Juni 2023

Mahasiswa,

Amalia Zahrani

Mengetahui,
Kepala Perpustakaan

Drs. Yarno, M.Pd.

**) DILARANG KERAS MENYEBARLUASKAN FORM INI*

Lampiran 5

Endorsement Letter



ENDORSEMENT LETTER

373/PB-UMS/EL/V /2023

This letter is to certify that the abstract of the thesis below

Title : Analysis of The Influence of Rational Purchase Motives, Emotional Purchase Motives, and Perceived Value on Shopee Purchase Decisions
Student's name : Amalia Zahrani
Student's ID Number : 20181221228
Department : Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Surabaya Indonesia

has been endorsed by Pusat Bahasa *UMSurabaya* for further approval by the examining committee of the faculty.

Surabaya, May 26, 2023

Chair person,

A blue circular official stamp of Universitas Muhammadiyah Surabaya is positioned to the left of a handwritten signature in black ink. The signature reads 'Hamsia'. Below the signature, the name 'Dr. Waode Hamsia, M.Pd' is printed in a small font.

Dr. Waode Hamsia, M.Pd

Lampiran 6
Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

Jl Sutorejo No 59 Surabaya

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA - 1 (S-1)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Amalia Zahrani

NIM : 20181221228

Program Studi : MANAJEMEN

Judul : Analisis Pengaruh Motif Pembelian Rasional, Motif Pembelian Emosional, dan *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian Shopee

Kami telah menyetujui perbaikan/revisi atas skripsi mahasiswa tersebut diatas

Nama Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Muhammad Anang Firmansyah, SE.,MM		25/07 2023
Anita Roosmawarni, SE., M.SE		25/07 2023
Fauzie Senoaji, SE., M. EI		26/07 2023

Lampiran 7

Kuisisioner

ANALISIS PENGARUH MOTIF PEMBELIAN RASIONAL, MOTIF PEMBELIAN EMOSIONAL DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE

(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Surabaya)

Oleh: Amalia Zahrani

A. Permohonan Peneliti

Saudara/i Responden terhormat, Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, sebagai bahan penulisan skripsi maka dengan ini saya mohon kesediaan saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang diberikan sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Semua data hanya untuk kepentingan penelitian saya dan dijamin kerahasiaannya. Atas ketersediaan waktunya saya ucapkan terima kasih.

B. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner dibawah ini memuat sejumlah pernyataan. Tidak ada penilaian benar atau salah atas jawaban yang saudara pilih dan kerahasiaan atas jawaban yang anda berikan terjamin.
2. Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang tersedia.

Keterangan Skor :

SS : Sangat Setuju

R : Ragu Ragu

STS: Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

C. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Umur : 17 Tahun 28 – 40 Tahun
 18 – 27 Tahun 41 – 60 Tahun

Apakah anda pernah membeli produk dari Aplikasi Shopee:

Pernah

Tidak Pernah

D. Daftar Pernyataan Variabel Independen

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
X₁	Motif Pembelian Rasional					
1	Harga yang ditawarkan shopee lebih terjangkau dibandingkan dengan pasaran					
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya					
3	Shopee memberikan diskon dalam setiap pembelian produk					
4	Shopee tidak membutuhkan biaya tambahan yang memberatkan konsumen					
5	Deskripsi produk yang terdapat di setiap toko pada Shopee mempermudah saya untuk memilih produk.					
6	Shopee memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan saya					
7	Shopee menyediakan fitur – fitur layanan pada setiap pertanyaan yang diajukan oleh saya					
X₂	Motif Pembelian Emosional					
8	Saya membeli produk yang membuat nyaman untuk dipakai dan dikonsumsi					
9	Saya merasakan nyaman saat membeli produk di Shopee.					

10	Saya merasa senang dan puas jika membeli produk dengan model dan bentuk yang lucu					
11	Saya membeli produk di Shopee untuk mengikuti tren sehingga dapat diikuti oleh orang lain.					
12	Saya membeli produk untuk mengikuti suatu golongan pertemanan.					
13	Saya membaca semua informasi sebelum membeli produk yang ada di e commerce shopee					
14	Saya melakukan pembelian yang sesuai dengan aturan pemerintah					
X₃	<i>Perceived Value</i>					
15	Saya membeli produk yang ada di e commerce shopee berdasarkan <i>rating</i> yang diberikan konsumen lainnya					
16	Saya memberikan <i>rating</i> yang sesuai pada setiap produk yang telah saya beli					

E. Daftar Pernyataan Variabel Dependen

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
Y	Keputusan Pembelian					
17	Saya memilih produk di shopee yang mempunyai kualitas baik					
18	Saya membeli produk di shopee yang mempunyai banyak manfaat					
19	Saya lebih memilih produk dengan merek yang sudah saya kenali dan percaya.					
20	Saya memilih jasa pengiriman yang lebih dekat dengan lokasi tujuan.					
21	Saya memilih pilihan jasa pengiriman yang memiliki biaya murah / rendah					
22	Saya membeli produk di shopee disaat adanya <i>event</i> tertentu					
23	Saya membeli suatu produk di shopee untuk kebutuhan mendesak					
24	Saya sudah merencanakan banyaknya produk yang akan dibeli.					

Lampiran 8 Hasil Olah SPSS

Distribusi Identitas Responden

Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki - Laki	37	36.3	36.3	36.3
Valid Perempuan	65	63.7	63.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
18 - 27 Tahun	97	95.1	95.1	95.1
Valid 28 - 40 Tahun	5	4.9	4.9	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Distribusi Jawaban Responden

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
Netral	1	1.0	1.0	3.9
Valid Setuju	81	79.4	79.4	83.3
Sangat Setuju	17	16.7	16.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
Netral	7	6.9	6.9	9.8
Valid Setuju	78	76.5	76.5	86.3
Sangat Setuju	14	13.7	13.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TidakSetuju	11	10.8	10.8	10.8
Netral	13	12.7	12.7	23.5
Valid Setuju	66	64.7	64.7	88.2
Sangat Setuju	12	11.8	11.8	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
Netral	2	2.0	2.0	3.9
Valid Setuju	79	77.5	77.5	81.4
Sangat Setuju	19	18.6	18.6	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
Netral	4	3.9	3.9	3.9
Valid Setuju	77	76.5	76.5	94.1
Sangat Setuju	17	17.6	17.6	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.9
Valid Netral	5	4.9	4.9	7.8
Setuju	77	75.5	75.5	83.3
Sangat Setuju	17	16.7	16.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	1	1.0	1.0	2.0
Valid Netral	2	2.0	2.0	3.9
Setuju	79	77.5	77.5	81.4
Sangat Setuju	19	18.6	18.6	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	1	1.0	1.0	2.0
Netral	2	2.0	2.0	3.9
Setuju	71	69.6	69.6	73.5
Sangat Setuju	27	26.5	26.5	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	10	9.8	9.8	10.8
Setuju	73	71.6	71.6	82.4
Sangat Setuju	18	17.6	17.6	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	11	10.8	10.8	11.8
Netral	9	8.8	8.8	20.6
Setuju	67	65.7	65.7	86.3
Sangat Setuju	14	13.7	13.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat TidakSetuju	7	6.9	6.9	6.9
TidakSetuju	43	42.2	42.2	49.0
Netral	13	12.7	12.7	61.8
Setuju	34	33.3	33.3	95.1
Sangat Setuju	5	4.9	4.9	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat TidakSetuju	8	7.8	7.8	7.8
TidakSetuju	46	45.1	45.1	52.9
Netral	11	10.8	10.8	63.7
Setuju	32	31.4	31.4	95.1
Sangat Setuju	5	4.9	4.9	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	2	2.0	2.0	3.9
Netral	6	5.9	5.9	9.8
Setuju	60	58.8	58.8	68.6
Sangat Setuju	32	31.4	31.4	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat TidakSetuju	4	3.9	3.9	3.9
TidakSetuju	5	4.9	4.9	8.8
Netral	6	5.9	5.9	14.7
Setuju	71	69.6	69.6	84.3
Sangat Setuju	16	15.7	15.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	7	6.9	6.9	7.8
Setuju	61	59.8	59.8	67.6
Sangat Setuju	33	32.4	32.4	100.0
Total	102	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	1	1.0	1.0	2.0
Netral	2	2.0	2.0	3.9
Setuju	65	63.7	63.7	67.6
Sangat Setuju	33	32.4	32.4	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	61	59.8	59.8	60.8
Sangat Setuju	40	39.2	39.2	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	1	1.0	1.0	2.0
Netral	3	2.9	2.9	4.9
Setuju	68	66.7	66.7	71.6
Sangat Setuju	29	28.4	28.4	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	3	2.9	2.9	3.9
Setuju	69	67.6	67.6	71.6
Sangat Setuju	29	28.4	28.4	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	5	4.9	4.9	5.9
Netral	1	1.0	1.0	6.9
Setuju	76	74.5	74.5	81.4
Sangat Setuju	19	18.6	18.6	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	1	1.0	1.0	2.9
Netral	1	1.0	1.0	3.9
Setuju	64	62.7	62.7	66.7
Sangat Setuju	34	33.3	33.3	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	14	13.7	13.7	15.7
Netral	7	6.9	6.9	22.5
Setuju	54	52.9	52.9	75.5
Sangat Setuju	25	24.5	24.5	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	14	13.7	13.7	14.7
Netral	12	11.8	11.8	26.5
Setuju	59	57.8	57.8	84.3
Sangat Setuju	16	15.7	15.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	4	3.9	3.9	4.9
Netral	6	5.9	5.9	10.8
Setuju	67	65.7	65.7	76.5
Sangat Setuju	24	23.5	23.5	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Uji Validitas

		Correlations							
		Motif PembelianRasional	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL_X1
Motif PembelianRasional	Pearson Correlation	1	.611**	.354**	.328**	.378**	.403**	.450**	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.2	Pearson Correlation	.611**	1	.441**	.389**	.298**	.418**	.271**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000	.006	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.3	Pearson Correlation	.354**	.441**	1	.583**	.130	.385**	.257**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.192	.000	.009	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.4	Pearson Correlation	.328**	.389**	.583**	1	.292**	.325**	.309**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.003	.001	.002	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.5	Pearson Correlation	.378**	.298**	.130	.292**	1	.412**	.482**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.192	.003		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.6	Pearson Correlation	.403**	.418**	.385**	.325**	.412**	1	.574**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.7	Pearson Correlation	.450**	.271**	.257**	.309**	.482**	.574**	1	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.009	.002	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.689**	.692**	.714**	.751**	.569**	.705**	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102

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

		Correlations							
		Motif Pembelian Emosional	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL_X2
Motif PembelianEmosional	Pearson Correlation	1	.535**	.323**	.227*	.172	.472**	.358**	.568**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.022	.084	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.2	Pearson Correlation	.535**	1	.485**	.381**	.352**	.404**	.426**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.3	Pearson Correlation	.323**	.485**	1	.450**	.420**	.408**	.480**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.4	Pearson Correlation	.227*	.381**	.450**	1	.773**	.184	.252*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000		.000	.064	.011	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.5	Pearson Correlation	.172	.352**	.420**	.773**	1	.149	.342**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.084	.000	.000	.000		.134	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.6	Pearson Correlation	.472**	.404**	.408**	.184	.149	1	.465**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.064	.134		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.7	Pearson Correlation	.358**	.426**	.480**	.252*	.342**	.465**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.011	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.568**	.692**	.740**	.751**	.745**	.593**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102

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

Correlations

		Perceived Value	X3.2	TOTAL X3
Perceived Value	Pearson Correlation	1	.472**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	102	102	102
X3.2	Pearson Correlation	.472**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	102	102	102
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.893**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	102	102	102

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

Correlations

		Keputusan Pembelian	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL_Y
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	.641**	.635**	.437**	.516**	.178	.250*	.374**	.686**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.073	.011	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Y2	Pearson Correlation	.641**	1	.583**	.493**	.392**	.143	.246*	.352**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.151	.013	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Y3	Pearson Correlation	.635**	.583**	1	.452**	.454**	.174	.218*	.349**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.080	.028	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Y4	Pearson Correlation	.437**	.493**	.452**	1	.377**	.546**	.376**	.439**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Y5	Pearson Correlation	.516**	.392**	.454**	.377**	1	.316**	.357**	.404**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Y6	Pearson Correlation	.178	.143	.174	.546**	.316**	1	.496**	.188	.631**
	Sig. (2-tailed)	.073	.151	.080	.000	.001		.000	.059	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Y7	Pearson Correlation	.250*	.246*	.218*	.376**	.357**	.496**	1	.480**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.011	.013	.028	.000	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Y8	Pearson Correlation	.374**	.352**	.349**	.439**	.404**	.188	.480**	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.059	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.686**	.656**	.656**	.760**	.689**	.631**	.685**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102

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

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

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	7

Motif Pembelian Rasional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	7

Motif Pembelian Emosional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	2

Perceived Value

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	8

Keputusan Pembelian

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.62058072
	Absolute	.071
Most Extreme Differences	Positive	.071
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.714
Asymp. Sig. (2-tailed)		.689 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	32		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	7.984	2.479		3.221	.002		
MOTIF PEMBELIAN RASIONAL	.082	.119	.065	.690	.492	.492	2.034
MOTIF PEMBELIAN EMOSIONAL	.358	.088	.369	4.073	.000	.538	1.859
PERCEIVED VALUE	1.576	.234	.496	6.732	.000	.814	1.229

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	5.011	1.579		3.174	.002		
MOTIF PEMBELIAN RASIONAL	-.009	.075	-.016	-.116	.908	.492	2.034
MOTIF PEMBELIAN EMOSIONAL	-.071	.056	-.169	-1.263	.210	.538	1.859
PERCEIVED VALUE	-.116	.149	-.085	-.776	.440	.814	1.229

a. Dependent Variable: Abs_RES

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	7.984	2.479		3.221	.002		
MOTIF PEMBELIAN RASIONAL	.082	.119	.065	.690	.492	.492	2.034
MOTIF PEMBELIAN EMOSIONAL	.358	.088	.369	4.073	.000	.538	1.859
PERCEIVED VALUE	1.576	.234	.496	6.732	.000	.814	1.229

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	908.241	3	302.747	42.775	.000 ^b
	Residual	693.612	98	7.078		
	Total	807	101			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PERCEIVED VALUE, MOTIF PEMBELIAN EMOSIONAL, MOTIF PEMBELIAN RASIONAL

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.554	2.660

a. Predictors: (Constant), PERCEIVED VALUE, MOTIF PEMBELIAN EMOSIONAL, MOTIF PEMBELIAN RASIONAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN