

# **LAMPIRAN**

## LAMPIRAN 1



### **PENGARUH FITUR SHOPEE TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING DI KALANGAN MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI JEMBER**

Yth. Saudara/i Responden

Di Tempat

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai persyaratan memperoleh gelar strata 1 (S1) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fitur Shopee Terhadap Perilaku Impulsive Buying Di Kalangan Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Di Jember”.

Dengan ini saya Sheren Maharani Suci selaku mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala (STIE Mandala Jember) meminta kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner yang akan dilampirkan dibawah ini dengan jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu untuk keberhasilan penelitian yang sedang dilaksanakan ini, identitas responden akan dirahasiakan dan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian ini saja.

Atas kesediaan saudara/i saya ucapkan Terimakasih.

**Kriteria Sampel Pada Penelitian Ini :**

1. Mahasiswa yang sedang aktif berkuliah di perguruan tinggi di Jember
2. Mahasiswa telah melakukan minimal pembelian dua kali dalam berbelanja di aplikasi shopee
3. Mahasiswa sudah memiliki aplikasi shopee minimal tiga bulan
4. Mahasiswa sering menikmati dan memanfaatkan setidaknya dua fitur yang shopee sediakan

**Petunjuk Pengisian Kuisisioner :**

1. Isi identitas anda
2. Pilih salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang dianggap telah sesuai dengan keadaan yang dialami
3. Mohon menjawab pernyataan sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya agar penelitian ini menjadi penelitian yang valid nantinya
4. Setiap jawaban yang dipilih akan diberi skor sbb :

STS (Sangat Tidak Setuju) : Skor 1

TS (Tidak Setuju) : Skor 2

N (Netral) : Skor 3

S (Setuju) : Skor 4

SS (Sangat Setuju) : Skor 5

**NOTE: IMPULSIVE BUYING ATAU PEMBELIAN SECARA SPONTAN MERUPAKAN PERILAKU ATAU SEBUAH KEPUTUSAN YANG TIDAK TERENCANA UNTUK MEMBELI PRODUK ATAU JASA. KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI INI TERJADI SECARA TIBA-TIBA DAN SEKETIKA SEBELUM MELAKUKAN PEMBELIAN.**

Nama responden :

Jenis Kelamin :

Asal perguruan tinggi :

Prodi :

Angkatan :

Usia Responden :

1. Sudah berapa lama anda menggunakan Shopee
  - a. 3 bulan
  - b. > 1 tahun
  - c. > 2 tahun
2. Seberapa sering anda menikmati fitur Shopee yang ada ?
  - a. Sering
  - b. Sangat sering
  - c. Jarang
  - d. Sangat jarang
3. Frekuensi pembelian di Shopee dengan menggunakan fitur Shopee yang ada ?
  - a. 2 kali pembelian
  - b. 3 kali pembelian
  - c. 4 kali pembelian
  - d. >4 kali pembelian



No	Pernyataan (Flash Sale)	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (4)	STS (1)
1.	Flash sale yang sering diselenggarakan Shopee membuat saya mengingat promosi tersebut					
2.	Shopee sering mengadakan flash sale besar-besaran pada tanggal kembar setiap bulan nya (9.9 10.10 11.11 12.12)					
3.	Flash sale yang diadakan oleh Shopee membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi di Shopee					
4.	Flash sale menarik banyak pelanggan baru untuk berbelanja di Shopee					
5.	Saya merasa flash sale yang dilakukan oleh Shopee berlangsung diwaktu yang sangat tepat.					
6.	Sesi flash sale dilakukan pada waktu tertentu saja					
7.	flash sale membuat saya lebih sering belanja di Shopee daripada marketplace lain					
8.	Flash sale sesuai dengan keinginan saya sebagai konsumen dan pengguna aplikasi Shopee					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b> <i>(Gratis Ongkir)</i>	<b>SS</b> <b>(5)</b>	<b>S</b> <b>(4)</b>	<b>N</b> <b>(3)</b>	<b>TS</b> <b>(4)</b>	<b>STS</b> <b>(1)</b>
1.	Potongan ongkos kirim yang cukup banyak bahkan gratis membuat saya lebih hemat dalam melakukan pembelian					
2.	Gratis ongkir yang diberikan Shopee lebih banyak daripada marketplace lain					
3.	Dengan adanya fitur gratis ongkir yang cukup banyak pada aplikasi Shopee membuat saya lebih memilih aplikasi Shopee daripada marketplace lain.					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b> <i>(Cashback)</i>	<b>SS</b> <b>(5)</b>	<b>S</b> <b>(4)</b>	<b>N</b> <b>(3)</b>	<b>TS</b> <b>(4)</b>	<b>STS</b> <b>(1)</b>
1.	Cashback yang sering diberikan oleh Shopee membuat saya sering melakukan transaksi untuk memperoleh nya					
2.	Cashback yang diterima sesuai dengan kesepakatan yang ada sebelumnya yang telah dibuat oleh Shopee					
3.	Cashback yang diperoleh dari pembelian langsung oleh Shopee sesuai kita melakukan transaksi tanpa menunggu dengan lama					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b> <i>(Shopee Pay)</i>	<b>SS</b> <b>(5)</b>	<b>S</b> <b>(4)</b>	<b>N</b> <b>(3)</b>	<b>TS</b> <b>(4)</b>	<b>STS</b> <b>(1)</b>
1.	Adanya fitur Shopee Pay membuat saya lebih mudah untuk berbelanja tanpa melakukan pengalihan aplikasi dalam proses pembayaran					
2.	Saya mengendapkan saldo Shopee pay saya untuk kebutuhan saya di kemudian hari					
3.	Tidak adanya pengurangan dana maupun peretasan Shopee pay saya selama saya menggunakan Shopee					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b> <i>(Shopee Paylater)</i>	<b>SS</b> <b>(5)</b>	<b>S</b> <b>(4)</b>	<b>N</b> <b>(3)</b>	<b>TS</b> <b>(4)</b>	<b>STS</b> <b>(1)</b>
1.	Lama penggunaan Spaylater mempengaruhi besaran jumlah kredit yang diperoleh					
2.	Spaylater memberikan batas kredit yang cukup besar untuk pengguna yang sudah lama menikmati fitur Spaylater					
3.	Saya sering menggunakan fitur Spaylater untuk berbelanja kebutuhan saya					
4.	Durasi pembayaran cicilan memberikan saya kelonggaran yang sangat cukup untuk membayar di kemudian hari					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b> <i>(Shopee Paylater)</i>	<b>SS</b> <b>(5)</b>	<b>S</b> <b>(4)</b>	<b>N</b> <b>(3)</b>	<b>TS</b> <b>(4)</b>	<b>STS</b> <b>(1)</b>
5.	Proses berbelanja sampai proses pembayaran tagihan tidak menyulitkan saya dalam menggunakan Spaylater					
6.	Saya sangat puas dengan adanya fitur Spaylater di aplikasi Shopee					
7.	Tampilan pada fitur Spaylater cukup menarik dan simpel untuk digunakan					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b> <i>(Impulsive Buying)</i>	<b>SS</b> <b>(5)</b>	<b>S</b> <b>(4)</b>	<b>N</b> <b>(3)</b>	<b>TS</b> <b>(4)</b>	<b>STS</b> <b>(1)</b>
1.	Saya akan langsung mengambil produk yang menarik bagi saya dengan menggunakan fitur Shopee yang ada					
2.	Melakukan pembelian karena penawaran yang diberika oleh Shopee					
3.	Shopee memliki kemampuan untuk mempengaruhi saya agar melakukan pembelian					
4.	Membeli barang yang belum dimiliki karena adanya penawaran					
5.	Penawaran membuat saya ingin segera mendapatkan barang yang saya inginkan					

No	Pernyataan <i>(Impulsive Buying)</i>	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (4)	STS (1)
6.	Penawaran yang tinggi membuat saya sangat antusias					
7.	Saya selalu memiliki dorongan/keinginan yang kuat untuk berbelanja di Shopee karena memiliki pengalaman yang baik sebelumnya.					
8.	Saya sering membeli produk hanya karena penasaran(harga sedang murah, dijadikan stok )					
9.	Membeli produk karena rasa penasaran, tetap membeli meskipun kemungkinan besar produk terlihat berbeda dari aslinya					
10	Lebih memilih penawaran di Shopee daripada di Market place lain meskipun harganya lebih murah					





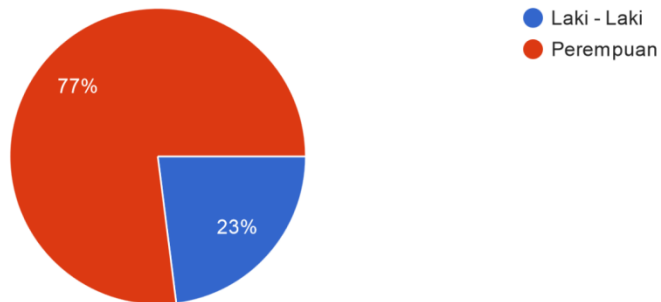


## LAMPIRAN 3

### DESKRIPSI RESPONDEN DAN JAWABAN RESPONDEN

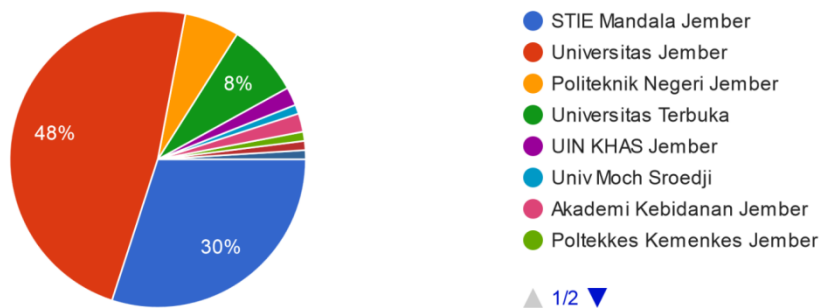
#### Jenis Kelamin

100 responses



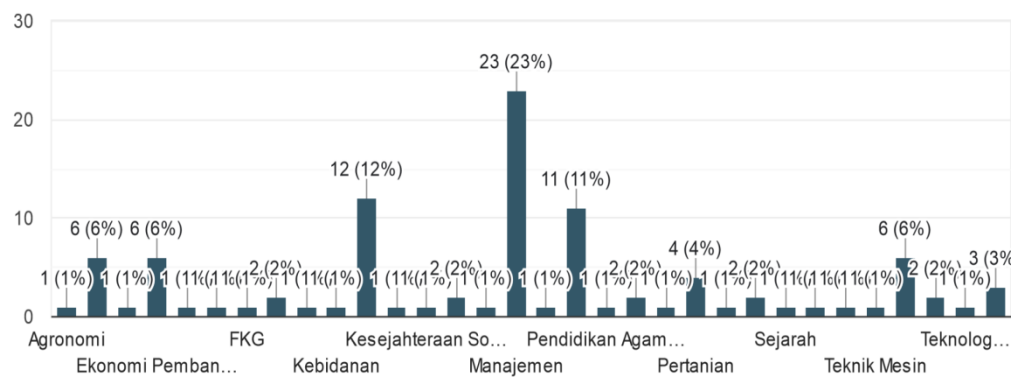
#### Asal Perguruan Tinggi

100 responses

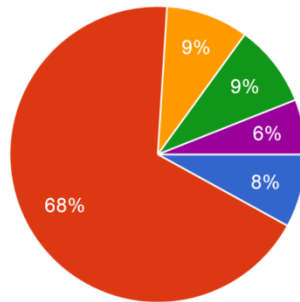


#### Fakultas / Program Studi

100 responses

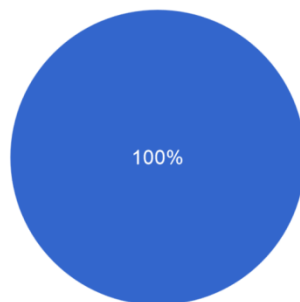


Angkatan  
100 responses



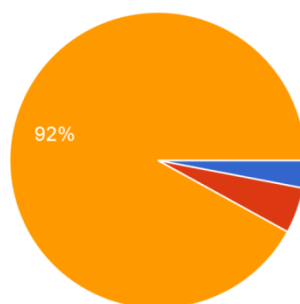
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020
- 2021

Masih aktif berkuliah  
100 responses



- Ya
- Tidak

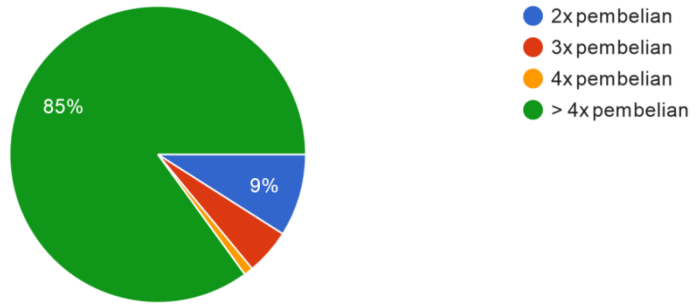
Sudah berapa lama menggunakan Shopee  
100 responses



- 3 Bulan
- 6 Bulan
- > 1 Tahun



Frekuensi pembelian di Shopee  
100 responses



## PENGARUH FITUR SHOPEE TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING DI KALANGAN MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI JEMBER

\* Required

### Kriteria Sampel Pada Penelitian Ini :

1. Mahasiswa yang sedang aktif berkuliah di perguruan tinggi di Jember
2. Mahasiswa telah melakukan minimal pembelian dua kali dalam berbelanja di aplikasi shopee
3. Mahasiswa sudah memiliki aplikasi shopee minimal tiga bulan
4. Mahasiswa sering menikmati dan memanfaatkan setidaknya dua fitur yang shopee sediakan

### Nama Responden \*

Devi Kusumaning Rini \_\_\_\_\_

### Jenis Kelamin \*

- Laki - Laki
- Perempuan

### Asal Perguruan Tinggi \*

- STIE Mandala Jember
- Universitas Jember
- Politeknik Negeri Jember
- Universitas Terbuka
- UIN KHAS Jember
- Univ Moch Soedji
- Akademi Kebidanan Jember
- Poltekkes Kemenkes Jember
- Universitas Muhammadiyah Jember
- Universitas PGRI Argopuro
- Other: \_\_\_\_\_

### Fakultas / Program Studi \*

PGSD \_\_\_\_\_

### Angkatan \*

- 2017
- 2018
- 2019
- 2020
- Other: \_\_\_\_\_

### Masih aktif berkuliah \*

- Ya
- Tidak

### Sudah berapa lama menggunakan Shopee \*

- 3 Bulan
- 6 Bulan
- > 1 Tahun

### Frekuensi pembelian di Shopee \*

- 2x pembelian
- 3x pembelian
- 4x pembelian
- > 4x pembelian

### Petunjuk Pengisian Kuisioner

1. Isi identitas anda
2. Pilih salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang dianggap telah sesuai dengan keadaan yang dialami
3. Mohon menjawab pernyataan sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya agar penelitian ini menjadi penelitian yang valid nantinya
4. Setiap jawaban yang dipilih akan diberi skor sbb :  
STS (Sangat Tidak Setuju) : Skor 1  
TS (Tidak Setuju) : Skor 2  
N (Netral) : Skor 3  
S (Setuju) : Skor 4  
SS (Sangat Setuju) : Skor 5

NOTE: IMPULSIVE BUYING ATAU PEMBELIAN SECARA SPONTAN MERUPAKAN PERILAKU ATAU SEBUAH KEPUTUSAN YANG TIDAK TERENCANA UNTUK MEMBELI PRODUK ATAU JASA. KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI INI TERJADI SECARA TIBA-TIBA DAN SEKETIKA SEBELUM MELAKUKAN PEMBELIAN.

### Flash Sale

Frekuensi promosi, kualitas promosi, waktu promosi, ketepatan sasaran promosi

Flash sale yang sering diselenggarakan Shopee membuat saya mengingat promosi tersebut \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Shopee sering mengadakan flash sale besar-besaran pada tanggal kembar setiap bulan nya (9.9 10.10 11.11 12.12) \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Flash sale yang diadakan oleh Shopee membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi di Shopee \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Flash sale menarik banyak pelanggan baru untuk berbelanja di Shopee \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya merasa flash sale yang dilakukan oleh Shopee berlangsung diwaktu yang sangat tepat \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Sesi flash sale dilakukan pada waktu tertentu saja \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

flash sale membuat saya lebih sering belanja di Shopee daripada marketplace lain \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Flash sale sesuai dengan keinginan saya sebagai konsumen dan pengguna aplikasi Shopee \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

## Gratis Ongkir

Manfaat, nilai tambah

Potongan ongkos kirim yang cukup banyak bahkan gratis membuat saya lebih hemat dalam melakukan pembelian \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Gratis ongkir yang diberikan Shopee lebih banyak daripada marketplace lain \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Dengan adanya fitur gratis ongkir yang cukup banyak pada aplikasi Shopee membuat saya lebih memilih aplikasi Shopee daripada marketplace lain \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

## Cashback

Frekuensi belanja, Jumlah nominal yang diperoleh, ketepatan waktu

Cashback yang sering diberikan oleh Shopee membuat saya sering melakukan transaksi untuk memperoleh nya \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Cashback yang diterima sesuai dengan kesepakatan yang ada sebelumnya yang telah dibuat oleh Shopee \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Cashback yang diperoleh dari pembelanjaan diberikan langsung oleh Shopee sesuai kita melakukan transaksi tanpa menunggu dengan lama \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

### Shopee Pay

Kemudahan, kepercayaan

Adanya fitur Shopee Pay membuat saya lebih mudah untuk berbelanja tanpa harus melakukan pengalihan aplikasi dalam proses pembayaran \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya mendapatkan saldo Shopee pay saya untuk kebutuhan saya di kemudian hari \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Tidak adanya pengurangan dana maupun peretasan Shopee pay saya selama saya menggunakan Shopee \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

### Shopee Paylater

Lama penggunaan, intensitas, durasi, kemudahan, kepuasan, desain

Lama penggunaan Spaylater mempengaruhi besaran jumlah kredit yang diperoleh \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Spaylater memberikan batas kredit yang cukup besar untuk pengguna yang sudah lama menikmati fitur Spaylater \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya sering menggunakan fitur Spaylater untuk berbelanja kebutuhan saya \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Durasi pembayaran cicilan memberikan saya kelonggaran yang sangat cukup untuk membayar di kemudian hari \*

	1	2	3	4	5	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Proses berbelanja sampai proses pembayaran tagihan tidak menyulitkan saya dalam menggunakan Spaylater \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya sangat puas dengan adanya fitur Spaylater di aplikasi Shopee \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Tampilan pada fitur Spaylater cukup menarik dan simpel untuk digunakan \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

### Impulsive Buying

Spontinitas, kekuatan, paksaan, intensitas, kegembiraan, simulasi, mengabaikan, konsekuensi

Saya akan langsung mengambil produk yang menarik bagi saya dengan menggunakan fitur Shopee \* yang ada

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Melakukan pembelian karena penawaran yang diberikan oleh Shopee \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Shopee memiliki kemampuan untuk mempengaruhi saya agar melakukan pembelian \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Membeli barang yang belum dimiliki karena adanya penawaran \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Penawaran membuat saya ingin segera mendapatkan barang yang saya inginkan \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Penawaran yang tinggi membuat saya sangat antusias \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya selalu memiliki dorongan/keinginan yang kuat untuk berbelanja di Shopee karena memiliki pengalaman yang baik sebelumnya. \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya sering membeli produk hanya karena penasaran(harga sedang murah, dijadikan stok)

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Membeli produk karena rasa penasaran, tetap membeli meskipun kemungkinan besar produk terlihat berbeda dari aslinya \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Lebih memilih penawaran di Shopee daripada di Market place lain meskipun harganya lebih murah \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

## LAMPIRAN 4

### DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

#### 1. *Flash Sale*

<b>X1.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	10	10,0	10,0	11,0
	N	28	29,0	29,0	40,0
	S	46	46,0	46,0	86,0
	SS	15	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X1.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	1	1,0	1,0	3,0
	N	10	10,0	10,0	13,0
	S	47	48,0	48,0	61,0
	SS	40	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X1.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	14	14,0	14,0	15,0
	N	20	21,0	21,0	36,0
	S	38	39,0	39,0	75,0
	SS	27	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X1.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	2	2,0	2,0	4,0
	N	27	29,0	29,0	33,0
	S	45	46,0	46,0	79,0
	SS	24	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X1.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	14	17,0	17,0	18,0
	N	42	44,0	44,0	62,0
	S	26	26,0	26,0	88,0
	SS	17	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X1.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2,0	2,0	2,0
	TS	10	10,0	10,0	12,0
	N	24	23,0	23,0	35,0
	S	48	48,0	48,0	83,0
	SS	22	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X1.7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2,0	2,0	2,0
	TS	15	16,0	16,0	18,0
	N	24	25,0	25,0	43,0
	S	38	39,0	39,0	82,0
	SS	22	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X1.8</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	9	11,0	11,0	13,0
	N	37	37,0	37,0	50,0
	S	36	38,0	38,0	88,0
	SS	16	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## 2. Gratis Ongkir

<b>X2.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	N	10	10,0	10,0	13,0
	S	53	53,0	53,0	66,0
	SS	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



<b>X2.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	6	6,0	6,0	9,0
	N	32	33,0	33,0	42,0
	S	40	39,0	39,0	81,0
	SS	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X2.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	1	1,0	1,0	4,0
	N	25	25,0	25,0	29,0
	S	45	45,0	45,0	74,0
	SS	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### 3. Cashback

<b>X3.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	11	11,0	11,0	13,0
	N	35	35,0	35,0	48,0
	S	34	34,0	34,0	82,0
	SS	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X3.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	6	6,0	6,0	7,0
	N	28	27,0	27,0	34,0
	S	48	49,0	49,0	83,0
	SS	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X3.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5,0	5,0	5,0
	N	29	30,0	30,0	35,0
	S	52	51,0	51,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### 4. Shopee Pay

X4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	N	9	9,0	9,0	12,0
	S	64	64,0	64,0	76,0
	SS	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	11	10,0	10,0	12,0
	N	23	23,0	23,0	35,0
	S	48	49,0	49,0	84,0
	SS	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	N	25	24,0	24,0	27,0
	S	53	54,0	54,0	81,0
	SS	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### 5. Shopee Paylater

X5.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	4	4,0	4,0	6,0
	N	42	42,0	42,0	48,0
	S	33	33,0	33,0	81,0
	SS	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X5.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	1	1,0	1,0	5,0
	N	41	41,0	41,0	46,0
	S	38	38,0	38,0	84,0
	SS	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X5.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	17	17,0	17,0	17,0
	TS	17	17,0	17,0	34,0
	N	32	32,0	32,0	66,0
	S	22	22,0	22,0	88,0
	SS	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X5.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5,0	5,0	5,0
	TS	4	4,0	4,0	9,0
	N	45	45,0	45,0	54,0
	S	35	35,0	35,0	89,0
	SS	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X5.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	5	5,0	5,0	9,0
	N	44	44,0	44,0	53,0
	S	35	35,0	35,0	88,0
	SS	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X5.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,0	6,0	6,0
	TS	7	7,0	7,0	13,0
	N	44	44,0	44,0	57,0
	S	28	28,0	28,0	85,0
	SS	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X5.7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	8	8,0	8,0	12,0
	N	43	43,0	43,0	55,0
	S	31	31,0	31,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## 6. Impulsive Buying

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	4	4,0	4,0	5,0
	N	26	26,0	26,0	31,0
	S	50	50,0	50,0	81,0
	SS	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	9	9,0	9,0	10,0
	N	37	37,0	37,0	47,0
	S	37	37,0	37,0	84,0
	SS	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	5	5,0	5,0	6,0
	N	30	30,0	30,0	36,0
	S	43	43,0	43,0	79,0
	SS	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	12	12,0	12,0	13,0
	N	33	33,0	33,0	46,0
	S	40	40,0	40,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9,0	9,0	9,0
	N	31	31,0	31,0	40,0
	S	48	48,0	48,0	88,0
	SS	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	6	6,0	6,0	7,0
	N	36	36,0	36,0	43,0
	S	43	43,0	43,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	N	30	30,0	30,0	33,0
	S	49	49,0	49,0	82,0
	SS	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,0	6,0	6,0
	TS	16	16,0	16,0	22,0
	N	27	27,0	27,0	49,0
	S	37	37,0	37,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9,0	9,0	9,0
	TS	24	24,0	24,0	33,0
	N	24	24,0	24,0	57,0
	S	35	35,0	35,0	92,0
	SS	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	9	9,0	9,0	12,0
	N	36	36,0	36,0	48,0
	S	37	37,0	37,0	85,0
	SS	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## LAMPIRAN 5

### UJI VALIDITAS

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Flash Sale
X1.1	Pearson Correlation	1	,438**	,626**	,393**	,279**	,096	,482**	,396**	,655**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,005	,344	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,438**	1	,465**	,476**	,207*	,278**	,430**	,339**	,629**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,039	,005	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,626**	,465**	1	,491**	,348**	,268**	,676**	,512**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,007	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,393**	,476**	,491**	1	,452**	,327**	,471**	,497**	,720**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,279**	,207*	,348**	,452**	1	,375**	,517**	,611**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,005	,039	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,096	,278**	,268**	,327**	,375**	1	,338**	,339**	,538**
	Sig. (2-tailed)	,344	,005	,007	,001	,000		,001	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,482**	,430**	,676**	,471**	,517**	,338**	1	,712**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,396**	,339**	,512**	,497**	,611**	,339**	,712**	1	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Flash Sale	Pearson Correlation	,655**	,629**	,786**	,720**	,679**	,538**	,831**	,788**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Gratis Ongkir
X2.1	Pearson Correlation	1	,597**	,449**	,799**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,597**	1	,626**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,449**	,626**	1	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Gratis Ongkir	Pearson Correlation	,799**	,891**	,828**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Cashback
X3.1	Pearson Correlation	1	,685**	,433**	,859**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,685**	1	,621**	,905**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,433**	,621**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Cashback	Pearson Correlation	,859**	,905**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Shopee Pay
X4.1	Pearson Correlation	1	,434**	,550**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,434**	1	,420**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,550**	,420**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Shopee Pay	Pearson Correlation	,785**	,814**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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



### Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	X5.7	Shopee Paylater
X5.1	Pearson Correlation	1	,755**	,527**	,638**	,573**	,614**	,645**	,800**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	,755**	1	,516**	,647**	,619**	,599**	,641**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	,527**	,516**	1	,648**	,700**	,702**	,595**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	,638**	,647**	,648**	1	,708**	,664**	,707**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.5	Pearson Correlation	,573**	,619**	,700**	,708**	1	,702**	,654**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.6	Pearson Correlation	,614**	,599**	,702**	,664**	,702**	1	,819**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.7	Pearson Correlation	,645**	,641**	,595**	,707**	,654**	,819**	1	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Shopee Paylater	Pearson Correlation	,800**	,803**	,820**	,851**	,845**	,875**	,861**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Impulsive Buying
Y.1	Pearson Correlation	1	,592**	,450**	,413**	,413**	,437**	,509**	,369**	,247*	,504**	,659**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,013	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,592**	1	,536**	,546**	,529**	,505**	,553**	,461**	,256*	,506**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,010	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,450**	,536**	1	,625**	,555**	,547**	,529**	,502**	,222*	,525**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,027	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,413**	,546**	,625**	1	,741**	,675**	,516**	,510**	,369**	,430**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,413**	,529**	,555**	,741**	1	,645**	,558**	,562**	,509**	,479**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	,437**	,505**	,547**	,675**	,645**	1	,516**	,452**	,334**	,472**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	,509**	,553**	,529**	,516**	,558**	,516**	1	,371**	,334**	,427**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	,369**	,461**	,502**	,510**	,562**	,452**	,371**	1	,618**	,573**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	,247*	,256*	,222*	,369**	,509**	,334**	,334**	,618**	1	,402**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,013	,010	,027	,000	,000	,001	,001	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	,504**	,506**	,525**	,430**	,479**	,472**	,427**	,573**	,402**	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Impulsive Buying	Pearson Correlation	,659**	,733**	,739**	,789**	,814**	,750**	,705**	,768**	,621**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## LAMPIRAN 6

### UJI RELIABILITAS

*Flash Sale (X<sub>1</sub>)*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,855	8

*Gratis Ongkir (X<sub>2</sub>)*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,792	3

*Cashback (X<sub>3</sub>)*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,801	3

*Shopee Pay (X<sub>4</sub>)*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,707	3

*Shopee Paylater (X<sub>5</sub>)*

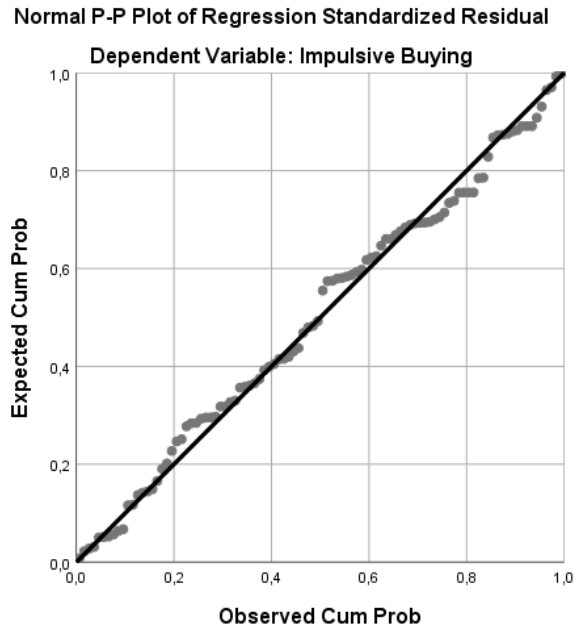
<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,925	7

*Impulsive Buying (Y)*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,904	10

## LAMPIRAN 7

### UJI NORMALITAS



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,75523460
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,059
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c, d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

## LAMPIRAN 8

### UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,425	3,512		,975	,332		
	Flash Sale	,056	,141	,044	,396	,693	,433	2,312
	Gratis Ongkir	1,030	,310	,348	3,319	,001	,486	2,056
	Cashback	,253	,332	,083	,761	,448	,453	2,208
	Shopee Pay	,733	,321	,209	2,282	,025	,634	1,577
	Shopee Paylater	,307	,110	,263	2,789	,006	,598	1,673

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

### UJI HETEROKEDASITAS

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,274	2,052		2,083	,040
	Flash Sale	-,176	,082	-,323	-2,137	,089
	Gratis Ongkir	,357	,181	,280	1,968	,052
	Cashback	,046	,194	,035	,235	,814
	Shopee Pay	,117	,188	,078	,622	,535
	Shopee Paylater	-,054	,064	-,108	-,844	,401

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## LAMPIRAN 9

### ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,425	3,512		,975	,332
	Flash Sale	,056	,141	,044	,396	,693
	Gratis Ongkir	1,030	,310	,348	3,319	,001
	Cashback	,253	,332	,083	,761	,448
	Shopee Pay	,733	,321	,209	2,282	,025
	Shopee Paylater	,307	,110	,263	2,789	,006

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

### ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,706 <sup>a</sup>	,499	,472	4,880

a. Predictors: (Constant), Shopee Paylater, Gratis Ongkir, Shopee Pay, Cashback, Flash Sale

## LAMPIRAN 10

### UJI F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2226,547	5	445,309	18,699	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2238,613	94	23,815		
	Total	4465,160	99			
a. Dependent Variable: Impulsive Buying						
b. Predictors: (Constant), Shopee Paylater, Gratis Ongkir, Shopee Pay, Cashback, Flash Sale						

### UJI T (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,425	3,512		,975	,332
	Flash Sale	,056	,141	,044	,396	,693
	Gratis Ongkir	1,030	,310	,348	3,319	,001
	Cashback	,253	,332	,083	,761	,448
	Shopee Pay	,733	,321	,209	2,282	,025
	Shopee Paylater	,307	,110	,263	2,789	,006
a. Dependent Variable: Impulsive Buying						

# LAMPIRAN 11

## R tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432



# LAMPIRAN 12

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

# LAMPIRAN 12

## F tabel

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

# LAMPIRAN 12

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

# LAMPIRAN 12

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

## LAMPIRAN 13

**Nama Naramber :**

**Asal Perguruan Tinggi / Fakultas :**

**Berikut adalah beberapa pertanyaan yang diajukan untuk memenuhi informasi terkait penelitian dan pengumpulan data !**

1. Fitur Shopee (*Flash sale, Gratis ongkir, Cashback, Shopee Pay, Shopee Paylater*) yang mana yang sering anda gunakan ?
2. Mengapa anda sering menggunakan fitur tersebut (Jawaban dari no 1) dari pada fitur Shopee yang lain nya ?
3. Menurut anda, apakah kekurangan dari fitur yang lain (fitur yang tidak sering anda gunakan) sehingga anda kurang tertarik untuk menggunakannya ?
4. Apakah fitur *Flash sale, Gratis ongkir, Cashback, Shopee Pay, Shopee Paylater* sesuai dengan keinginan anda sebagai konsumen ? jika iya atau tidak berikan alasan nya.
5. Apa yang membuat anda berbelanja secara impulsive (pembelian spontan tanpa perencanaan) menggunakan fitur-fitur yang ada ?

## LAMPIRAN 14

**Narasumber : Faisah**

**Asal PT/prodi : STIE Mandala Jember / Manajemen**

1. Gratis ongkir
2. Karna dapat mengurangi total pembelian
3. Menurut saya tidak ada kekurangan yang spesifik dari fitur lain, dan sayapun juga tertarik menggunakan fitur shope selain gratis ongkir. namun yang lebih saya gunakan yaitu fitur gratis ongkir
4. Iya, karena fitur shope mudah gunakan, memberikan keuntungan, dan memudahkan konsumen belanja melalui shope.
5. Karena ada fitur shopepaylater yang mana kita dapat meng checkout barang tanpa bayar dulu

**Narasumber : Livia Hidayatul Husnia**

**Asal PT/prodi : Akbid Jember / Kebidanan**

1. Gratis ongkir
2. Menghemat biaya kirim
3. Karena saya tidak terlalu paham dengan fitur yang lain, dan juga saya jarang mengikuti flash sale
4. Iya karena fitur gratis ongkir dapat membantu biaya pengiriman
5. Karena tertarik dengan suatu produk dan harganya terjangkau

**Narasumber : Violita Elsha S**

**Asal PT/prodi : Akbid Jember / Kebidanan**

1. Gratis ongkir, cashback, Shopee paylater
2. Hemat aja, tapi kalau shopee paylater karna butuh barang pas belum ada uang
3. Biasa saja. Tp buka shopee hanya untuk belanja bukan yang lainn..
4. Iya, bantu sekali
5. Karna ada diskon.

**Narasumber : Devi Kusumaning Rini**

**Asal PT/prodi : Universitas Terbuka / FKIP**

1. Fitur shopee yang sering saya gunakan adalah gratis ongkir, cashback, dan shopeepay
2. Karena saya pengguna aktif shopeepay, sedangkan fitur gratis ongkir dan cashback lebih banyak di klaim ketika pengguna menggunakan metode pembayaran shopeepay Karena hal tersebut saya lebih sering menggunakan fitur gratis ongkir, cashback, dan shopeepay.
3. Untuk fitur flashsale jarang saya gunakan karena produk flashsale belum tentu cocok dengan kriteria belanja saya. Untuk fitur shopeepay later hanya digunakan ketika situasi yang mendesak, seperti ingin checkout

## LAMPIRAN 13

barang flashsale yang menarik minat saya, namun saya tidak ada saldo shopeepay.

4. Iya, karena fitur - fitur tersebut saling melengkapi sehingga konsumen merasa untung banyak
5. Adanya fitur gratis ongkir yang terkadang membuat saya berbelanja secara impulsif, karena saya sebagai wanita yang selalu banyak pertimbangan.dan lebih memilih belanja dari rumah barang sereceh apapun yang penting saya tidak merugi

**Nama Narasumber : Sika Indra Purnama**

**Asal PT/prodi : STIE Mandala / Manajemen**

1. Shopee Paylater, gratis ongkir
2. Sering menggunakan Shopee Paylater karena sangat berguna di kala ada kebutuhan mendesak ataupun saat saya ingin sesuatu tetapi belum top up shopee pay
3. Flash Sale, karena barang yang ada di flash sale kebanyakan kurang Menarik
4. Iya, apalagi jika sedang ada promo untuk pemakaian fitur-fitur tertentu
5. Penawaran-penawaran seperti gratis ongkir yang banyak

**Nama Narasumber : Hudan Ulintiha**

**Asal PT/prodi : Universitas Jember / Teknik Sipil**

1. Gratis ongkir
2. Karena banyak voucher gratis ongkirnya
3. Mungkin untuk fitur Shopee Paylater, bunga nya terlalu tinggi, untuk fitur yang lain sudah oke
4. Untuk fitur gratis ongkir sesuai, karena membuat saya bisa hemat
5. Banyaknya diskon, cashback, serta voucher yang ditawarkan

**Nama Narasumber : Nur Aisya Agustin**

**Asal PT/prodi : STIE Mandala / Manajemen**

1. Gratis ongkir, cashback, shopee pay
2. Gratis ongkir bisa membuat saya untung, apalagi jika pembelian saya terbilang kecil, ini membuat saya sangat hemat
3. Mungkin untuk fitur lain nya selain gratis ongkir juga sudah bagus, tetapi saya pikir fitur yang lain tersebut harus digunakan secara bersamaan agar pemakaian nya lebih maksimal.
4. Sudah sesuai, karean sedikit membantu saya
5. Banyaknya diskon, apalagi jika tanggal tua bisa memakai paylater untuk berbelanja, jadi tidak susah untuk top up terlebih dahulu

**Nama Narasumber : Muhammad Sofi**

**Asal PT/prodi : STIE Mandala Jember / Manajemen**



## LAMPIRAN 13

1. Gratis Ongkir, Shopee Paylater
2. Fitur tersebut sangat menguntungkan dan memudahkan
3. Mungkin untuk flash sale barang barang yang ada kurang menarik dan cenderung barang receh menurut saya
4. Untuk gratis ongkir, Spaylater sudah sesuai, karena sangat memudahkan saya
5. Banyaknya diskon, apalagi vpucher untuk berbelanja

**Nama Narasumber : Lailatul Istiqomah**

**Asal PT/prodi : STIE Mandala Jember / Manajemen**

1. Gratis Ongkir, Spaylater
2. Mudah, dan lebih hemat
3. Flash sale, karena saya kurang tertarik, apalagi jika produk nya tidak jelas
4. Untuk gratis ongkir dan Spaylater sudah sangat sesuai untuk saya dimana saya bisa berhemat menggunakan gratis ongkir, Spaylater juga memudahkan saya jika saya butuh sesuatu tetapi keadaanya mendesak.
5. Banyak diskon

**Nama Narasumber : Harits Ario Wibowo**

**Asal PT/prodi : Universitas Jember / Teknik Sipil**

1. Shopee Pay, Cashback
2. Menggunakan Shopee Pay untuk melakukan pembayaran di merchant manapun yang menawarkan pembayaran via Shopee Pay, bisa mendapat cashback dan lebih cashless
3. Untuk fitur lainnya saya rasa sudah baik, tetapi saya memang jarang menggunakannya
4. Sudah sesuai
5. Ada voucher, promo, diskon serta cashback yang sangat banyak



# LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NAMA : Sheren Maharani Suci  
 NIM : 18109219  
 JURUSAN : Manajemen Bisnis  
 JUDUL : Pengaruh Fitur Shopee Terhadap Perilaku Impulsive Buying Di Kalangan Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Di Jember.

No	PENGUJI	REVISI	KETERANGAN
1.	Yuniorita Indah Handayani	Abstrak! - Identifikasikan variabel sesuai di kerangka konseptual ✓ - Bab 3: uji normalitas ✓ multivariat - lengkapi rumus ✓ & kriteria. uji & perbaiki ✓ hasil uji heteroskedastis ✓ - Perbaiki penulisan regresi ✓ & interpretasi ✓	Apray 6/8 22 Apray 15/8 22
2.	Haifa	Outline. tabel. tabel. Penulisan interpretasi. sesuai kan prosedur ✓ hasil Penulisan ✓ lebih - prosedur ✓	Haifa Haifa 15/8 22
3.	Aques fm	Perbaiki penulisan & revisi sesuai ✓ from masing-masing ✓ penulisan penguji ✓	6/8 2022 Aques 17/8 2022

JEMBER, 06 Agustus 2022

KA.PRODI MANAJEMEN/AKUNTANSI/EK.PEMBANGUNAN/D3

Catatan: