

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajamen Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008).
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2018).
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Bearman, Barry dan Evans Joel R, *Strategi Manajemen*, Bandung, Alfabeta, 2002.
- Crites, Super, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Salamba Empat, 2012.
- Chasanah, Siti Uswatun, *Pemasaran Sosial Kesehatan*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2013.
- Djatnika, Tjetjep, "*Komunikasi Pemasaran*", Bandung: PT. Remaja Rodaskarya, 2007.
- Febriani, Nufian S. dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Malang: UB Press, 2018.
- Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006) h. 129.
- Firdaus NH, Muhammad, dkk., (ed.), *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan, 2005.
- Ghozali, Imam, *Apikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

- Huda, Nurul, dkk., *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Depok: Kencana, 2017.
- Irawan, Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2006.
- Madiun, Madcoms, Fiva, Rosalina (ed.), *Bisnis Sukses Lewat Internet*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- Nuraeni, Nani, *Pengantar Periklanan dalam Perspektif Komunikasi dan Pemasaran*, Banten: Dinas Pendidikan Provinsi Banten.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati, *Metode Penelitian Sosial*, Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Permana, Widia, dkk., (ed.) *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data*, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012.
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-26, h. 63, Bandung: ALFABETA, 2017.
- Sumarwan, Ujang, *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2016.

Soemanaraga Rd, *Stratgic Marketing Communication*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Sugiarto, Dergibson Siagian, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Sunarto, Ridwan, *Pengantar Statistika*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Taufan, Muhammad, *Sosiologi Hukum Islam*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2016.

Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali, 2009.

Yudanto, Yudho, *Information Technology Business Start-Up*, Jakarta: PT. Gramedia, 2018.

Yuwono, Prapto, *Pengantar Ekonometri*, Yogyakarta: Andi, 2005.

## **SKRIPSI**

Tatna Innah, ” Pengaruh Iklan dan *E-Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* pada Pengguna Marketplace Tokopedia”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2018.

Nasrulloh, Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Usaha Mikro Bursa Motif Palas Cilegon), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2017.

## JURNAL

Elisabeth Octaviana Tri Setyowati dan Agustini Dyah Respati, 'Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, dan Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi' JRAK, Vol 13, No. 1, h. 67, (2017), file:///C:/Users/user/Downloads/281-313-1-SM.pdf, diunduh pada 4 Desember 2019.

Hanna Arnianti, dkk (ed)., 'Pengaruh Iklan Youtube Terhadap Minat Beli VIVO *Smartphone* (Survei pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang Jurusan Manajemen Angkatan 2016, 2017 Dan 2018)', Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 2, No. 1 (2019), <https://journal.feb.unipa.ac.id/index.php/cmbj/article/view/12>, diunduh pada 8 Desember 2019.

Fachrizi Alwafi dan Rizal Hari Magnadi, 'Pengaruh Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko, dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia.com', Diponegoro Journal of Management, Vol. 5, No. 5, (2016), <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13857>, diunduh pada 8 Desember 2019.

Ida Ayu Ruby Kuberasyani dan Ketut Rahyuda, 'Peran *Word of Mouth* Memediasi Hubungan Antara Iklan dan Harga Terhadap Minat Beli', Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 7 (2019), [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Peran+Word+of+Mouth+Memediasi+Hubungan+Antara+Iklan+dan+Harga+Terhadap+Minat+Beli%E2%80%99&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Peran+Word+of+Mouth+Memediasi+Hubungan+Antara+Iklan+dan+Harga+Terhadap+Minat+Beli%E2%80%99&btnG=), diunduh pada 8 Desember 2019.

Marchelyno Sundalangi, 'Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado', Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 1 (2014), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3829>, diunduh pada 8 Desember 2019.

Muhammad Zufaldi dkk, 'Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang', *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, Vol. 01, No. 01 (2019), [https://scholar.google.com/scholar?as\\_ylo=2019&q=pengaruh+daya+tarik+iklan+terhadap+minat&hl=en&as\\_sdt=0,5#d=gs\\_qabs&u=%23p%3DJ06gk3P30BMJ](https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2019&q=pengaruh+daya+tarik+iklan+terhadap+minat&hl=en&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DJ06gk3P30BMJ), diunduh pada 8 Desember 2019.

Muhammad Zufaldi dkk, 'Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang', *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, Vol. 01, No. 01 (2019), [https://scholar.google.com/scholar?as\\_ylo=2019&q=pengaruh+daya+tarik+iklan+terhadap+minat&hl=en&as\\_sdt=0,5#d=gs\\_qabs&u=%23p%3DJ06gk3P30BMJ](https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2019&q=pengaruh+daya+tarik+iklan+terhadap+minat&hl=en&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DJ06gk3P30BMJ), diunduh pada 8 Desember 2019.

Khotimah, Khusnul, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, dan Kreatifitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop', *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1 (2018), <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/16/3>, diunduh pada 8 Desember 2019.

## **WEBSITE**

APJII, 2017, "Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Hasil Survei Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet", <https://apjii.or.id/survei2017>, diakses pada 7 November 2019, pukul 11.00 WIB.

CNBC Indonesia, 2019, "Thomas Lembong Sebut Prestasi 5 Tahun Jokowi"  
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20191018082212-4-107989/thomas-lembong-sebut-prestasi-5-tahun-jokowi-jklumayan>, pada 8 November 2019, pukul 20.56 WIB.

Databoks, 2019, “Berapa Pengguna Internet di Indonesia?”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses pada 02 Februari 2020, pukul 08.00 WIB.

Liputan6.com, 2016, “Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia”<https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>, diakses pada 7 November 2019, pukul 18.35 WIB.

M.detik.com, 2019, “Shopee Ungguli Lazada dan Tokopedia” jadi E-commerce Terpopuler”,<https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4373346/shopee-ungguli-lazada-dan-tokopedia-jadi-commerce-terpopuler>, pukul 18.35 WIB.

TopBrandAward.com, 2019, “ Top Brand Index Situs Online Shop 2019”, [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=Shopee](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Shopee), pukul 17. 33 WIB.

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## JAWABAN RESPONDEN

Responden	Item															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	57
2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	56
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	61
4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	55
5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	60
6	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	54
7	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	64
8	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	65
9	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	64
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
11	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	67
12	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
13	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	2	5	2	2	5	62
14	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	69
15	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	69
16	5	5	3	3	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	63
17	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	2	2	3	3	2	46
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74
19	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	65
20	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	65
21	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	68



22	5	5	5	5	4	2	3	5	3	4	4	4	3	3	2	57
23	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	71
24	5	4	2	4	1	3	3	5	5	5	2	2	2	2	3	48
25	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	49
26	5	5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	60
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	58
28	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	3	68
29	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	57
30	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
31	3	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	63
32	5	3	3	3	3	4	5	5	3	5	3	3	3	3	3	54
33	4	5	3	3	2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	50
34	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	69
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
36	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	55
37	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	71
38	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	61
39	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	72
40	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	58
41	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	50
42	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	56
43	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	42
44	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
45	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	54
46	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	59

47	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	57
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	68
50	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	59
51	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	65
52	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	2	2	5	5	3	59
53	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	72
54	5	5	4	5	3	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	66
55	5	5	3	3	3	5	4	5	4	5	2	2	2	2	2	52
56	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	56
57	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	2	3	3	4	3	57
58	4	3	3	3	2	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	53
59	5	5	5	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	47
60	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	70
61	5	5	5	3	3	5	3	1	2	4	3	4	1	3	3	50
62	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	41
63	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	61
64	4	4	3	3	3	5	2	4	2	5	4	4	4	4	3	54
65	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	69
66	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	57
67	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	55
68	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	64
69	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	63
70	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	53
71	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	3	3	2	3	4	60

72	4	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	56
73	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	65
74	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	54
75	5	5	5	3	3	4	5	3	4	5	3	3	2	3	3	56

### IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Jurusan/Angkatan	Kelas
1	Anisa Apriana	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
2	Aura Nabilat en Najla	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
3	Asep Achmad Septian	Lk	Ekonomi Syariah/2016	A
4	Riyad Ichwan Aufa	Lk	Ekonomi Syariah/2016	A
5	Mufliyah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
6	Saripah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
7	Yulistia Eviriani A	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
8	Rofikoh	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
9	Nurrachmah Ridhayanti	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
10	Anisya Amalia	Pr	Ekonomi Syariah/2016	C
11	Chanda Rohimah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
12	Rika Listiani	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
13	Linda Nuraini	Pr	Ekonomi Syariah/2016	F
14	Ida Farida	Pr	Ekonomi Syariah/2016	D
15	Nurwati	Pr	Ekonomi Syariah/2016	D

<b>16</b>	Zakiatussolihah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	D
<b>17</b>	Yayah Unayah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>18</b>	Ratu Putri Lindasari H	Pr	Ekonomi Syariah/2016	D
<b>19</b>	Eva Destiana R	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>20</b>	Giri Wahyu Utomo	Lk	Ekonomi Syariah/2016	C
<b>21</b>	Della Mutiasari	Pr	Ekonomi Syariah/2016	C
<b>22</b>	Mastiah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	D
<b>23</b>	Siti Bahirotul Fajriah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	C
<b>24</b>	Im Husnul Khotimah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	F
<b>25</b>	Annisa Asrini Karim	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>26</b>	Popon Pania	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
<b>27</b>	May Khoirunnisa A	Pr	Ekonomi Syariah/2016	C
<b>28</b>	Echa Yuni Dinanti	Pr	Ekonomi Syariah/2016	D
<b>29</b>	Lila Firiani Madani	Pr	Ekonomi Syariah/2016	F
<b>30</b>	Nadifatul Uyun	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>31</b>	Neng Imas	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
<b>32</b>	Ajeng Hana P	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
<b>33</b>	Ahmad Matin	Lk	Ekonomi Syariah/2016	E
<b>34</b>	Risma Alfiah P	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>35</b>	Aan Nurhasanah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	C
<b>36</b>	Haris Munandar	Lk	Ekonomi Syariah/2016	D
<b>37</b>	Eneng Rohmah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
<b>38</b>	Nurlismawati	Pr	Ekonomi Syariah/2016	C
<b>39</b>	Siti Jamiatul Hasanah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>40</b>	Dewi Sonia	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B

41	TB. Hanzalah	Lk	Ekonomi Syariah/2016	D
42	Ilham Septiawan	Lk	Ekonomi Syariah/2016	A
43	Pradana Wibisono	Lk	Ekonomi Syariah/2016	B
44	Vera Lutfia Annisa	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
45	Mirawati Dewi	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
46	Syifa Adawiyah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
47	Indi Herdiyanti	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
48	Esya Ananda A	Lk	Ekonomi Syariah/2016	B
49	Eka Nurbaeti	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
50	Aen Inayah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
51	Arif Maulana	Lk	Ekonomi Syariah/2016	C
52	Sandy Setiawan	Lk	Ekonomi Syariah/2016	A
53	Siti Bela Andriani P	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
54	Tedi Gunawan	Lk	Ekonomi Syariah/2016	B
55	Suwandi	Lk	Ekonomi Syariah/2016	B
56	Siti Rizqiyah	Pr	Ekonomi Syariah/2016	A
57	Faridh Iskandar	Lk	Ekonomi Syariah/2016	E
58	Anindia Mawaddati	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
59	Hafidz Almai	Lk	Ekonomi Syariah/2016	E
60	Firda Heni	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
61	Junawar Maulana	Lk	Ekonomi Syariah/2016	E
62	Muhamad Zam Zam Nur	Lk	Ekonomi Syariah/2016	E
63	Beta Nabilla	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
64	Hilda Tusriani	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
65	Roudhotusyifa	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E

<b>66</b>	Ade Windayani	Pr	Ekonomi Syariah/2016	E
<b>67</b>	Tresa Yolandini J	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
<b>68</b>	Egy Maulidi	Lk	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>69</b>	Nurfani Zalmi	Pr	Ekonomi Syariah/2016	D
<b>70</b>	Damayanti	Pr	Ekonomi Syariah/2016	F
<b>71</b>	Muhamad Zakaria	Lk	Ekonomi Syariah/2016	A
<b>72</b>	Hairun Nisa	Pr	Ekonomi Syariah/2016	B
<b>73</b>	Mukti Baktiar	Lk	Ekonomi Syariah/2016	B
<b>74</b>	Saeful Mujab	Lk	Ekonomi Syariah/2016	B
<b>75</b>	Alfin Syaeful Haris	Lk	Ekonomi Syariah/2016	D

## KUESIONER

Serang, 21 Februari 2020

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian untuk penyusunan tugas akhir (skripsi) pada Program Sarjana Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, bersama ini saya mohon bantuan teman-teman agar bersedia menjadi responden dalam penelitian yang saya lakukan (kuesioner terlampir). Kuesioner ini ditujukan untuk diisi oleh teman-teman dengan memberikan respon atau jawaban terhadap seluruh pernyataan yang telah disediakan. Adapun judul penelitian ini adalah “**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI DI *MARKETPLACE* SHOPEE (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2016 yang Merupakan Konsumen *Marketplace* Shopee)**”.

Saya mengharapkan jawaban yang teman-teman berikan adalah objektif yaitu jawaban yang sesuai fakta yang sebenarnya. Saya mengucapkan banyak terimakasih atas partisipasi dan keterlibatan teman-teman dalam pengisian kuesioner terlampir.

Hormat saya,

**Winda Pratiwi**  
**NIM.161410040**

Di bawah ini disajikan beberapa pernyataan beserta pilihan jawabannya. Saya memohon teman-teman untuk menjawab pernyataan-pernyataan berikut dengan memilih salah satu pilihan yang disediakan. Jawaban anda tidak akan dinilai benar atau salah. Karena itu, anda diharapkan menjawab pernyataan yang saya sediakan dengan jujur dan sungguh-sungguh. Atas jawaban yang Anda berikan saya ucapkan terimakasih.

#### 1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama/NIM :

Kelas :

Jenis Kelamin :

#### 2. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan pikiran, pengalaman, dan pemahaman anda.

##### **Keterangan jawaban:**

Sangat Setuju [5]

Setuju [4]

Netral [3]

Tidak Setuju [2]

Sangat Tidak Setuju [1]



### 3. DAFTAR PERTANYAAN

#### 4. DAYA TARIK IKLAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengetahui dan pernah melihat iklan Shopee					
2.	Iklan Shopee sering ditayangkan sehingga saya sering melihatnya.					
3.	Iklan Shopee dikemas dengan unsur musik ( <i>audio</i> ) dan gambar, warna, serta tulisan ( <i>visual</i> ) yang unik dan menarik sehingga saya tertarik untuk menontonnya.					
4.	Pesan/isi yang iklan Shopee disampaikan mudah ditangkap dan diingat					
5.	Daya tarik iklan Shopee mendorong saya untuk berbelanja					

5. **KEMUDAHAN BERTANSAKSI**

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	Aplikasi Shopee mudah untuk saya akses.					
2.	Saya tidak mendapatkan kesulitan dalam mempelajari dan melakukan proses pemesanan produk di Shopee.					
3.	Proses pemesanan produk di Shopee dapat dilakukan dimana saja, oleh siapa saja, dan kapan saja.					
4.	Shopee memberikan respon atau tanggapan yang cepat dalam proses pembayaran.					
5.	Aplikasi Shopee memiliki pilihan metode pembayaran yang beragam (seperti <i>cash</i> , <i>COD</i> , <i>Shopee Pay</i> dll).					

6. **MINAT BELI**

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	Setelah melihat iklan Shopee saya tertarik untuk menjelajah aplikasi Shopee lebih jauh					
2.	Setelah melihat iklan Shopee saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk yang saya inginkan atau butuhkan					
3.	Aplikasi jual beli online Shopee adalah pilihan utama saya					
4.	Saya bersedia melakukan pembelian di aplikasi Shopee					
5.	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi Shopee kepada teman-teman dan kerabat saya					

## TABEL DISTRIBUSI T

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 - 80)**

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41		0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42		0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43		0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44		0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45		0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46		0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47		0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48		0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49		0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50		0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51		0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52		0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53		0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54		0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55		0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56		0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57		0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58		0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59		0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60		0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61		0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62		0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63		0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64		0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65		0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66		0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67		0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68		0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69		0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70		0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71		0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72		0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73		0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74		0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75		0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76		0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77		0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78		0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79		0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80		0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



**TABEL DW (DURBIN WATSON)**