



OLEH

AULIA PUTRI ISLAMI

NIM. 11810623182

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
1445 H/ 2023 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
MINAT BELI PADA *E-COMMERCE***

Skripsi

Diajukan untuk memperoleh gelar

Sarjana Pendidikan

(S.Pd)



UIN SUSKA RIAU

OLEH

**AULIA PUTRI ISLAMI**

**NIM. 11810623182**

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**1445 H/ 2023 M**



## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada E-commerce*, yang ditulis oleh Aulia Putri Islami NIM. 1810623182 dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang *munaqasah* Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Muharram 1445 H  
04 Agustus 2023

Menyetujui,

Ketua Jurusan  
Pendidikan Ekonomi

Ansharullah, SP., M.Ec.  
NIP.1979070702008011017

Pembimbing

Mahdar Ermita, S.Pd., M. Ed  
NIP.1979022720090012008

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Hubungan Regulasi Diri Dengan Prestasi Akademik Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Uin Suska Riau*, oleh Yolla Anesti NIM. 11910623708 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 7 Zulhijjah 1444 H / 26 Juni 2023 M. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan (S.Pd) pada jurusan Pendidikan Ekonomi.

Pekanbaru, 08 Rabiul Awal 1445H  
23 September 2023 M

Mengesahkan  
Sidang Munaqasyah

Penguji I



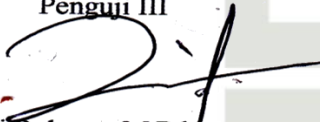
Yulia Novita, S.Pd.I., M.Par.

Penguji II



Wardani Purnama Sari, M.Pd.E.

Penguji III



Zetri Rahmat, M.Pd.

Penguji IV



Darni, SP. MBA



Dekan  
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Dr. Kadar M. Yusuf, M.Ag  
NIP. 19650521 199402 1 001





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aulia Putri Islami  
 NIM : 11810623182  
 Tempat/Tgl. Lahir : Pulau Payung, 11 Juni 1999  
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan  
 Prodi : Pendidikan Ekonomi  
 Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Pada *E-commerce*

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 27 Oktober 2023  
 Yang membuat pernyataan



Aulia Putri Islami  
 NIM. 11810623182

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## KATA PENGANTAR



### *Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT, dengan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sehingga dapat dipersembahkan kepada pembaca yang cinta akan ilmu pengetahuan. Shalawat beriringan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu 'alaihi Wasallam yang telah meluruskan akhlak dan akidah manusia dari zaman Jahiliyyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul ***“Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada E-commerce”***, merupakan hasil karya ilmiah penulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-setingginya penulis sampaikan kepada ibunda Amraini tercinta serta keluarga tersayang yang secara moral maupun materil telah berjasa menghantarkan penulis untuk menyelesaikan studi hingga meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1). Semoga mereka selalu tecurahkan *rahmat, ridho, dan inayah* dari Allah SWT.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan doa, bantuan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan merampungkan studi di Almamater tercinta UIN Suska Riau, mereka adalah:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., Selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. mas'ud Zein, M.Pd., selaku Wakil Rektor II, Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt. M. Sc., Ph.D, selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Dr. H. Kadar M.Ag, selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. H. Zarkasih, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Ibu Prof. Dr. Zubaidah Amir MZ, S.Pd, M.Pd. selaku Wakil Dekan II. Ibu Dr. Amirah Diniaty, M.Pd, Kons. selaku Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Ansharullah, SP. M.Ec. selaku Ketua jurusan Pendidikan Ekonomi di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau dan Ibu Yulia Novita, S. Pd.I, M.Par. selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau sekaligus selaku penguji I pada saat ujian Munaqasyah.
4. Ibu Mahdar Ernita, S.Pd., M. Ed selaku Pembimbing skripsi dan selaku dosen penasehat Akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan nasehat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Wardani Purnama Sari, M.Pd.E selaku penguji II, Bapak Zetri Rahmat, M.Pd. selaku penguji III, Ibu Darni,SP. MBA selaku penguji IV yang berkenan memberikan arahan dan perbaikan dalam melengkapi penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Tarbiyah dan Keguruan khususnya di Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Dua orang yang berjasa dalam hidup saya, yaitu kedua orang tua, kepada cinta kasih saudara-saudara saya. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan. Cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasihatnya. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan.
8. Pratu Respi Mahendra yang selalu menemani dan selalu menjadi suport system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses perjalanan skripsi.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah dan menjadi bagian perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini.

Seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 dan 2021 yang telah bersedia membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sahabat-sahabatku Tasya Rosmita, Raul Afdhol, Andi Saputra, yang selalu membantu, memberi dukungan, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tidak terlepas kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah Subhanahuwata'ala Meridhoi dan membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi kita semua serta menjadi amal shaleh disisi Allah SWT. Aaamiiin..

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Pekanbaru, 27 Oktober 2023

Penulis

Aulia Putri Islami  
NIM. 11810623182

UIN SUSKA RIAU



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## PERSEMBAHAN

*Dan seandainya semua pohon yang ada di bumi dijadikan pena, dan lautan dijadikan tinta, ditambah lagi tujuh lautan sesudah itu, maka akan habislah kalimat-kalimat Allah yang akan dituliskan, sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.*

*(Q.S Luqman: 27)*

*Alhamdulillahirobbil'alamin*

*Hada kata yang pantas dan indah terucap, selain kata pujian kepada Dzat yang Maha Agung Allah SWT, atas kasih sayang yang sayang-Nya tak terbilang, kasih cinta yang cinta-Nya sangat luar biasa sebagai kekuatan dalam proses kehidupan*

*Terkadang lelah melepuh jenuh aku pijaki kaki dalam mendaki duri meskipun dengan merangkak akan aku takluk bangkit dari sulit meraih sedih dalam perih lalu kubuang dalam kubangan. Sedikit cercah cahaya yang aku damba akhirnya penantian tercapai juga, seandainya hidup manis selalu yakinlah ikhlas dan sabar takkan dikenal, jika permohonan selalu terkabul yakinlah tidak akan pernah*

*belajar bahwa kecewa itu bisa menguatkan*

*Wahai pembawa rahmatan lil'alamin,. Engkaulah teladan ku, setiap langkah dalam hidupku. Selalu kuingat betapa perjuangan ku ini belum seberapa jika dibandingkan perjuanganmu untuk menegakkan agama Allah*

*Ibu*

*Tidak akan bisa ku balas semua kasih sayang dan cinta yang begitu tulus dalam membesarkan dan mendidik ku, meski hal yang paling berharga didunia sekalipun berikan tak akan mampu membalas jasa Ibu. Untuk itu, Akan ku persembahkan*

*karya kecil ini untuk Ibu yang tak pernah berhenti dan lupa mendo'akan,*

*membimbing, menginspirasi, serta menguatkan ku untuk selalu bersabar dalam mencapai kesuksesan.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## ABSTRAK

### **Alia Putri Islami(2023) : Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Pada E-Commerce**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Sultan Syarif Kasim Riau pada *E-commerce* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2020 dan angkatan 2021 di program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada *e-commerce*. Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 131 mahasiswa dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 98 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *Proportional Random Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada *e-commerce* di Indonesia. Hal ini dilihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,884 < 9,570 > 2,365$ ). Besar pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli mahasiswa pada *e-commerce* adalah sebesar 48,8% sedangkan sisanya sebesar 51,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth, Minat Beli, E-Commerce dan Mahasiswa*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## ABSTRACT

**Aulia Putri Islami, (2023): *The Effect of Electronic Word of Mouth toward Purchase Interest in E-Commerce***

*This research aimed at finding out the effect of electronic word of mouth toward purchase interest of Economics Education students of Education and Teacher Training Faculty of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau in E-commerce in Indonesia. Quantitative approach was used in this research. The subjects of this research were students of 2020 and 2021 in Economics Education Study Program of Education and Teacher Training Faculty of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau. The object was the effect of electronic word of mouth toward purchase interest in E-commerce. 131 students were the population of this research, and 98 students were the samples. The samples were selected with proportional random sampling technique. Questionnaire and documentation were the techniques of collecting data. Simple linear regression analysis was the technique of analyzing data. Based on analysis result, it could be concluded that electronic word of mouth affected purchase interest of Economics Education students of Education and Teacher Training Faculty of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau in E-commerce in Indonesia. It could be derived from  $t_{observed}$  higher than  $t_{table}$  ( $1.884 < 9.570 > 2.365$ ). The effect of electronic word of mouth toward student purchase interest in E-commerce was 48.8%, and the rest 51.2% was influenced or explained by other variables that were not mentioned in this research.*

**Keywords:** *Electronic Word of Mouth, Purchase Interest, E-Commerce, University Student*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### ملخص

## أوليا فوتري إسلامي، (٢٠٢٣): تأثير كلمة إلكترونية من الفم على الرغبة في الشراء على التجارة الإلكترونية

هذا البحث يهدف إلى معرفة مدى تأثير كلمة إلكترونية من الفم على الرغبة في الشراء على التجارة الإلكترونية بإندونيسيا لدى طلاب قسم تعليم الاقتصاد بكلية التربية والتعليم بجامعة السلطان الشريف قاسم الإسلامية الحكومية رياو. وهذا البحث يستخدم المدخل الكمي. وأفراد البحث طلاب مرحلة ٢٠٢٠ و ٢٠٢١ في قسم تعليم الاقتصاد بكلية التربية والتعليم بجامعة السلطان الشريف قاسم الإسلامية الحكومية رياو. وموضوع البحث تأثير كلمة إلكترونية من الفم على الرغبة في الشراء على التجارة الإلكترونية. وعدد مجتمع البحث ١٣١ طالبا، وعدد عينات البحث ٩٨ طالبا. تم اختيار العينات من خلال استخدام تقنية أخذ العينات العشوائية النسبي. وتقنيتان مستخدمتان لجمع البيانات استبيان وتوثيق. وتقنية تحليل البيانات هي تحليل الانحدار الخطي البسيط. وبناء على نتيجة تحليل البيانات، استنتج بأن كلمة إلكترونية من الفم تؤثر على الرغبة في الشراء على التجارة الإلكترونية لدى طلاب قسم تعليم الاقتصاد بكلية التربية والتعليم بجامعة السلطان الشريف قاسم الإسلامية الحكومية رياو. تم ملاحظة ذلك من أن قيمة حساب "ت" < جدول "ت" (1,884 < 9,570 > 2,365). ومدى تأثير كلمة إلكترونية من الفم على الرغبة في الشراء على التجارة الإلكترونية 48.8٪، والباقي 51.2٪ أثر عليه متغيرات أخرى لا تدخل في هذا البحث.

الكلمات الأساسية: كلمة إلكترونية من الفم، الرغبة في الشراء، التجارة الإلكترونية، طلاب

## DAFTAR ISI

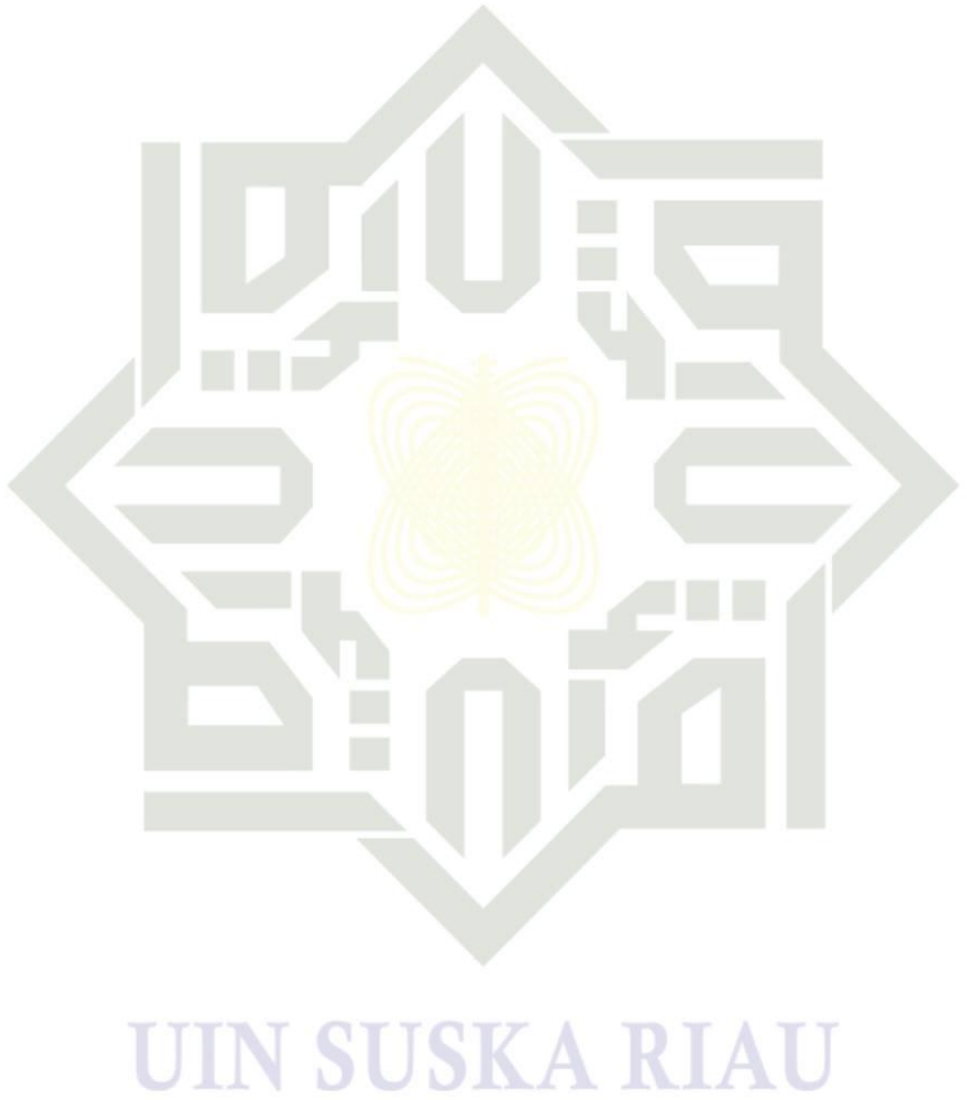
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah .....	6
C. Permasalahan .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Kerangka Teoritis .....	10
1. Electronic word of mouth.....	10
2. MinatBeli Pada E-commerce .....	12
3. Pengaruh Elcetronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce .....	19
B. Penelitian Yang Relevan .....	21
C. Konsep Operasional.....	23
D. Asumsi dan Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
A. Metode Penelitian .....	28
B. Waktu dan Temapat Penelitian.....	28
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	29
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Uji Instrumen Penelitian.....	33
G. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV PENYAJIAN HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	42
B. Penyajian data Hasil Penelitian .....	46
C. Analisis Data.....	74
D. Pembahasan .....	83

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR TABEL

<b>Tabel III.1.</b>	Jumlah Populasi Dan Sampel	28
<b>Tabel III.2.</b>	Hasil Uji Validitas Angket <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	34
<b>Tabel III.3.</b>	Hasil Uji Validitas Angket Minat Beli .....	35
<b>Tabel III.4.</b>	Pengujian Reliabilitas Instrumen Angket <i>Electronic Word Of Mouth</i> , Dan Minat Beli.....	35
<b>Tabel IV.1.</b>	Kepemimpinan Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Uin Suska Riau .....	42
<b>Tabel IV.2.</b>	Kepemimpinan Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Uin Suska Riau .....	43
<b>Tabel IV.3.</b>	Data Dosen Luar Biasa Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Suska Riau .....	46
<b>Tabel IV.4.</b>	Sering Membaca Review-Review Dari Konsumen Lain Tentang Suatu Produk Dan Jasa Sebelum Melakukan Pembelian Melalui <i>E-Commerce</i> .....	47
<b>Tabel IV.5.</b>	Melihat Deskripsi Produk Dan Jasa Yang Ditawarkan Sebelum Melakukan Pembelian Melalui <i>E-Commerce</i> .....	48
<b>Tabel IV.6.</b>	Selalu Memberikan Nilai Atau Ranting Kepada Sebuah Produk Dan Jasa Yang Telah Dibeli Melalui <i>E-Commerce</i> .....	48
<b>Tabel IV.7.</b>	Sebelum Melakukan Pembelian, Membaca Ulasan-Ulasan Mengenai Produk Yang Ingin Dibeli Dan Membandingkan Dengan Ulasan-Ulasan Lainnya .....	49
<b>Tabel IV.8.</b>	<i>E-Commerce</i> Memberikan Informasi Yang Jelas Mengenai Suatu Produk Dan Jasa .....	50
<b>Tabel IV.9.</b>	<i>E-Commerce</i> Memberikan Informasi Yang Jelas Mengenai Bahan Suatu Produk Dan Jasa .....	51
<b>Tabel IV.10.</b>	<i>E-Commerce</i> Memberikan Informasi Yang Cukup Mengenai Manfaat Suatu Produk Dan Jasa.....	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

<b>Tabel IV.11.</b> E-Commerce Memberikan Informasi Yang Cukup Mengenai Harga Suatu Produk Dan Jasa .....	52
<b>Tabel IV.12.</b> E-Commerce Memberikan Informasi Yang Cukup Mengenai Harga Suatu Produk Dan Jasa .....	53
<b>Tabel IV.13.</b> E-Commerce Memberikan Informasi Yang Cukup Mengenai Harga Suatu Produk Dan Jasa .....	54
<b>Tabel IV.14.</b> Tertarik Untuk Melakukan Pembelian Pada <i>E-Commerce</i> Apabila Sebuah Produk Dan Jasa Memiliki Ranting Yang Bagus .....	54
<b>Tabel IV.15.</b> Memberikan Review Yang Baik Apabila Suatu Produk Dan Jasa Yang Dibeli Pada <i>E-Commerce</i> Bagus.....	55
<b>Tabel IV.16.</b> Memberikan Ranting Yang Baik Apabila Suatu Produk Dan Jasa Yang Dibeli Pada <i>E-Commerce</i> Sesuai Dengan Informasi Yang Diberikan.....	56
<b>Tabel IV.17.</b> Tidak Tertarik Untuk Melakukan Pembelian Pada <i>E-Commerce</i> Apabila Sebuah Produk Dan Jasa Memiliki Review Yang Negatif .....	57
<b>Tabel IV.18.</b> Tidak Tertarik Untuk Melakukan Pembelian Pada <i>E-Commerce</i> Apabila Sebuah Produk Dan Jasa Memiliki Ranting Yang Buruk.....	57
<b>Tabel IV.19.</b> Memberikan Review Yang Jelek Apabila Suatu Produk Dan Jasa Yang Dibeli Pada <i>E-Commerce</i> Tidak Bagus.....	58
<b>Tabel IV.20.</b> Memberikan Ranting Yang Jelek Apabila Suatu Produk Dan Jasa Yang Dibeli Pada <i>E-Commerce</i> Tidak Sesuai Dengan Informasi Yang Diberikan.....	59
<b>Tabel IV.21.</b> Tidak Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Tentang Suatu Produk Dan Jasa Yang Dibeli Pada <i>E-Commerce</i> Jika Tidak Merasa Puas .....	60
<b>Tabel IV.22.</b> Rekapitulasi Hasil Angket Tentang <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	61



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

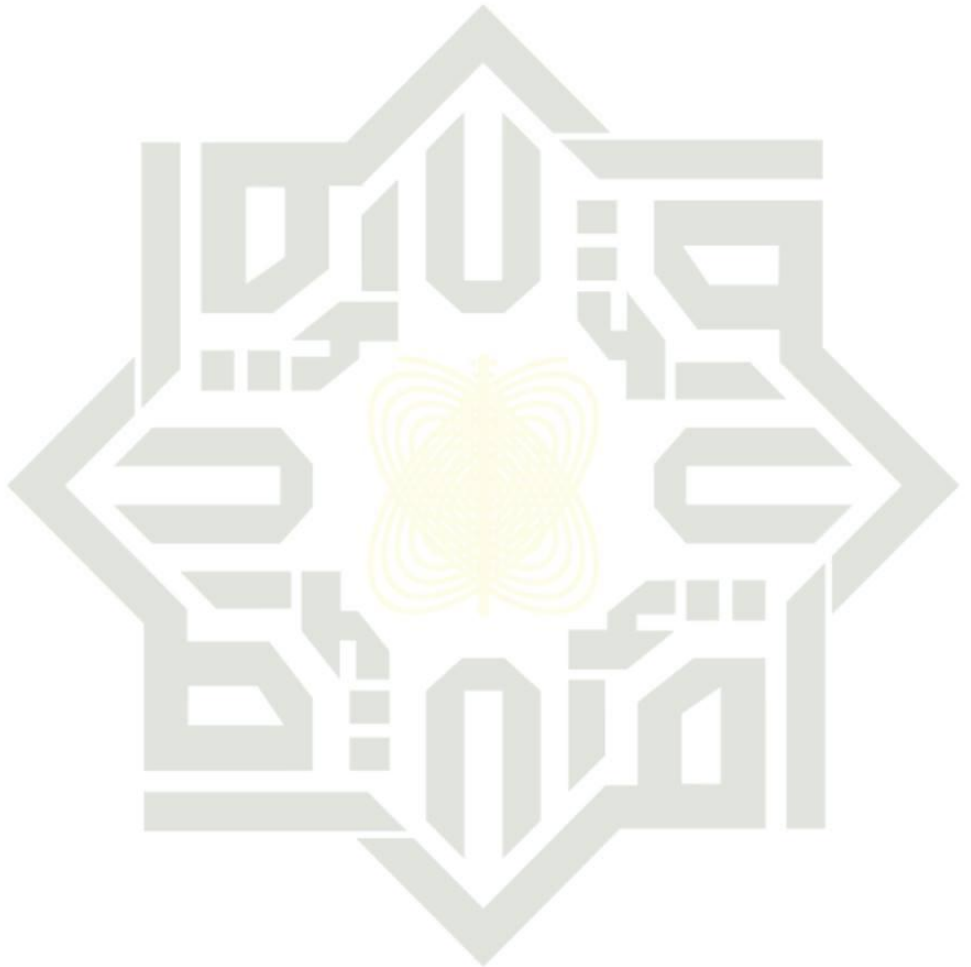
<b>Tabel IV.23.</b>	Tertarik Untuk Membeli Produk Dan Jasa Pada E-Commerce Karna Lebih Mudah Dan Praktis .....	63
<b>Tabel IV.24.</b>	Berminat Untuk Membeli Produk Dan Jada Pada <i>E-Commerce</i> Karna Lebih Banyak Pilihan .....	64
<b>Tabel IV.25.</b>	Berminat Membeli Produk Dan Jasa Pada <i>E-Commerce</i> Karena Produknya Memuaskan.....	65
<b>Tabel IV.26.</b>	Tertarik Untuk Membeli Produk Dan Jasa Pada <i>E-Commerce</i> Karena Lebih Murah.....	65
<b>Tabel IV.27.</b>	Akan Merekomendasikan Ke Orang Lain Untuk Membeli Produk Dan Jasa Pada <i>E-Commerce</i> Apabila Produk Terebut Memuaskan.....	66
<b>Tabel IV.28.</b>	Akan Memberi Testimony Yang Positif Mengenai <i>E-Commerce</i> Kepada Orang Lain .....	67
<b>Tabel IV.29.</b>	Lebih Berminat Membeli Produk Dan Jasa Pada <i>E-Commerce</i> Dari Pada Ditoko Secara Langsung Karena Lebih Menghemat Waktu Dan Biaya .....	68
<b>Tabel IV.30.</b>	Menjadikan <i>E-Commerce</i> Sebagai Prioritas Pilihan Pertama Untuk Membeli Produk Dan Jasa Dibandingkan Ditoko Secara Langsung.....	69
<b>Tabel IV.31.</b>	Tertarik Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Produk Dan Jasa Pada <i>E-Commerce</i> .....	69
<b>Tabel IV.32.</b>	Tertarik Mencari Informasi Tentang Produk Dan Jasa Terbaru Pada <i>E-Commerce</i> .....	70
<b>Tabel IV.33.</b>	Mencoba Untuk Membeli Produk Dan Jasa Pada <i>E-Commerce</i> .....	71
<b>Tabel IV.34.</b>	Rekapitulasi Hasil Angket Tentang Minat Beli Mahasiswa Pada <i>E-Commerce</i> .....	72
<b>Tabel IV.35.</b>	Deskriptif Statistik Data <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	75
<b>Tabel IV.36.</b>	Deskriptif Statistik Data Minat Beli Mahasiswa Pada <i>E-Commerce</i> .....	77
<b>Tabel IV.37.</b>	Uji Normalitas Data.....	78



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

<b>Tabel IV.38.</b> Uji Linearitas Data .....	79
<b>Tabel IV.39.</b> Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	79
<b>Tabel IV.40.</b> Hasil Uji Hipotesis (Uji T) .....	81
<b>Tabel IV.41.</b> Hasil Koefisien Determinasi.....	82



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian .....	90
Lampiran 2.	Tabulasi Data .....	94
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	97
Lampiran 4	Kuesioner .....	102
Lampiran 5.	Data Mentah Hasil Penelitian Electronic Word Of Mouth .....	106
Lampiran 6.	Data Mentah Hasil Penelitian Minat Beli Pada E-commerce ..	109
Lampiran 7.	Distribusi Jawaban Responden .....	112
Lampiran 8.	Perubahan Data Ordinal Ke Interval .....	117
Lampiran 9.	Pasangan Data Variabel X Dan Y .....	125
Lampiran 10.	Uji Normalitas Data .....	128
Lampiran 11.	Uji Regresi Linear Sederhana .....	130
Lampiran 12.	Nilai-Nilai r Product Moment .....	132
Lampiran 13	Dokumentasi .....	133
Lampiran 14	Surat-Surat Penelitian .....	136

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## BAB I PENDAHULUAN

### A Latar Belakang

*E-commerce* merupakan tempat jual beli para pelaku ekonomi secara online. Tujuan mereka menggunakan *E-commerce* adalah untuk memberikan kemudahan transaksi dan mengurangi pengeluaran biaya dan waktu. *E-commerce* menjadi media penghubung antara penjual dan pembeli untuk meningkatkan penjualan produk. Bahkan melalui *E-commerce*, penjual dapat diberi masukan oleh pembeli untuk peningkatan kualitas produk.<sup>1</sup> Dengan kata lain, mahasiswa dapat memberi penilaian terhadap produk yang dijual oleh *E-commerce* tersebut. Penilaian yang baik akan memancing minat beli mahasiswa tersebut. Untuk memunculkan minat beli mahasiswa, *E-commerce* harus mempercantik kemasan, mempromosikan produk dengan menarik, dan memberikan informasi yang memadai tentang produk tersebut.

Salah satu fenomena *e-commerce* yang mulai berkembang pesat di Indonesia adalah situs jual beli online. Situs jual beli di Indonesia sebenarnya sudah lama bermunculan, namun belakangan ini situs jual beli semakin marak. Banyak orang yang tertarik untuk melakukan jual beli secara online di situs jual beli online. Melalui situs jual beli ini, pengusaha dapat menjangkau target market yang jauh lebih luas dengan biaya yang lebih murah. Banyak pengusaha yang memasarkan produk dan jasa secara online.

<sup>1</sup> Mohammad Orinaldi. Peran *E-commerce* Dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis Diera Pandemi. (*Jurnal Of Shariah Economic Research*, Vol. 5, No.2, Tahun 2020). H. 44



Transaksi *e-commerce* dapat terjadi antar usaha, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta atau publik lainnya. Dengan adanya perubahan ini pembeli semakin mudah untuk mengakses barang yang ingin dibelinya langsung dari rumah tanpa harus langsung ke toko sehingga lebih menghemat waktu. Fenomena *e-commerce* ini juga mempermudah penjual karena penjual dapat mempromosikan barang dagangannya ke pasar yang lebih luas serta dapat menghemat biaya operasional seperti biaya sewa toko dan biaya promosi yang tidak terlalu diperlukan.

Berdasarkan ayat al-Qur'an surat An-Nisaa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*”

Ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan bahwa amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam menjalankan tugas, seperti halnya *e-commerce* dalam memunculkan minat beli dan memberikan informasi yang memadai tentang produk atau jasa tersebut agar menarik perhatian mahasiswa sehingga mahasiswa tertarik untuk membeli produk atau jasa pada *e-commerce*.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Minat beli pada *e-commerce* dengan signifikan dipengaruhi oleh kepercayaan (Eddy SoeryantoSoegoto, dkk)<sup>2</sup>, promosi (Rizki Amalina : Moh. Martono)<sup>3</sup>, kualitas produk (Febri Wilma Sari)<sup>4</sup>, citra merek (Stingler : Shinda Rosandi)<sup>5</sup>, desain kemasan (Muharam)<sup>6</sup>, dengan positif dipengaruhi oleh daya tarik (Widayati : Dewi Nur Aini)<sup>7</sup>, dengan positif signifikan dipengaruhi oleh persepsi resiko (Peter & Olan : Ady Achadi).<sup>8</sup>

Temuan diatas mengungkapkan bahwa ada hasil yang berbeda dari variabel yang mempengaruhi minat beli pada *E-commerce*, yaitu berpengaruh signifikan, positif, dan positif signifikan. Sehingga hasil tersebut belum dapat disimpulkan. Angelina, dkk menyarankan untuk memprediksi minat beli pada *E-commerce* dengan menggunakan variabel yang lain. Oleh sebab itu penelitian ini memasukan variabel *word of mouth* untuk mempengaruhi minat beli pada *E-commerce* tersebut. Mengingat *word of mouth* sudah terbukti dapat mempengaruhi minat beli secara *offline*, dengan demikian perlu untuk menguji

<sup>2</sup>Eddy SoeryantoSoegoto, dkk. Pengaruh Kepercayaan dan Resio Pada Minat Beli Pada E-Commerce. (*Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. Vol, 16. No, 1. Tahun 2019). H. 29

<sup>3</sup>Moh. Martono, dkk. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. (*Ilmu Manajemen*. Vol, 2. No, 2. Tahun 2014). H. 692

<sup>4</sup>Febri Wulan Sari. 2022 Pengaruh Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Generasi Muslim Millennial Di Samarinda). (*Jurnal Borneo Islamic Finance And Econimics*. Vol, 2. No, 2. Tahun 2022). H. 12

<sup>5</sup>Shinda Rosadi, dkk. Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra. (*Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol, 2. No, 2. Tahun 2014). H. 16

<sup>6</sup>Aprizain Caniago, dkk. Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM Jakarta. (*Jurnal Management*. Vol, 15. No, 3. Tahun 2022). H. 373

<sup>7</sup>Devi Nur Aini, dkk. Pengaruh E-Commerce dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. (*Jurnal Inovasi Bisnis*. Vol, 4. No, tahun 2022). H. 4

<sup>8</sup>Ady Achadi, dkk. Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Presepsi Resiko dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Secara Online dibukalapak. (*Jurnal Ilmiah*. Vol, 21. No, 3. Tahun 2021). H. 1208

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

kemampuan *word of mouth* tersebut secara electronic dalam mempengaruhi minat beli pada *E-commerce*.

*Word of mouth* adalah komunikasi lisan antara individu dan individu lainnya, antara pengirim dan penerima pesan yang di dalamnya memiliki unsur produk dan jasa. menurut Sernovitz *word of mouth* adalah pembicaraan yang secara alami terjadi diantara konsumen yang ingin membeli barang atau jasa. sedangkan *electronic word of mouth* adalah sebuah media komunikasi untuk berbagi informasi mengenai suatu produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi antara konsumen yang awalnya tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya yang disampaikan secara elektronik. menurut Henning Thureau et al *electronic word of mouth* adalah pernyataan yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau jasa dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet<sup>9</sup>.

Ulasan tentang suatu produk yang konsumen publikasikan merupakan salah satu bentuk *electronic word of mouth* yang penting, karena sangatlah umum bagi para konsumen untuk mengumpulkan informasi sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk yang pada akhirnya akan menimbulkan minat beli calon konsumen tersebut. Timbulnya minat beli sebagai respon perubahan sikap atau perilaku konsumen akan suatu produk dipengaruhi oleh ulasan-ulasan online yang persuasif dan positif<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Putu Adriani Prayustika. *Kajian Literatur: Manakah Yang Lebih Efektif? Traditional Word Of Mouth Atau Electronic Word Of Mouth*. (Jurnal Matrix. Vol, 6, No, 3, Tahun 2016). H. 10

<sup>10</sup> Kentzo. Analisis Pengaruh eWom Terhadap Minat Beli Konsumen Setelah Kejadian Food Poisoning Di Restoran X Surabaya Dengan Citra Merek Sebagai Mediator. (Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol, 8, No, 1, Tahun 2020). H. 150



Dalam penelitian Budiman disebutkan bahwa konsumen yang sering berbelanja online antara laki-laki dan perempuan sebenarnya tidak terlalu jauh, namun jumlah pelaku belanja online perempuan sedikit lebih tinggi dengan persentase 57,1% dibandingkan laki-laki dengan persentase 42,9%. kondisi ini mengindikasikan aktivitas belanja online merupakan aktivitas yang lebih banyak dilakukan oleh perempuan. sedangkan kelompok usia yang paling dominan dalam melakukan aktivitas belanja online adalah dengan rentang usia 23-36 tahun (46,2%), dua kelompok usia lainnya memiliki persentase belanja online pada kisaran 20-21% dengan kelompok usia 9-22 tahun dan 37-50 tahun. namun kelompok usia 51-65 tahun ternyata memiliki persentase belanja online yang relatif kecil dibandingkan kelompok usia lainnya, yaitu hanya 12,6%.



Aktivitas belanja online paling banyak dilakukan oleh konsumen yang berpendidikan diploma atau S1 (45,4%), diikuti dengan konsumen dengan berpendidikan SMA (41,2%). sedangkan konsumen dengan tingkat pendidikan

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

lainnya (tidak sekolah, SD, SMP, dan S2/S3) memiliki frekuensi belanja online yang jauh lebih rendah<sup>11</sup>.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic word of mouth*(E-WOM) terhadap minat beli pada E-commerce, sehingga judul penelitian ini adalah “ **Pengaruh *Electronic word of mouth* Terhadap Minat Beli Pada *E-commerce*”.**

### B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan dalam memahami judul penelitian ini, maka penulis perlu mempertegas istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu:

#### 1. *Electronic word of mouth*

*Electronic word of mouth* adalah komunikasi mahasiswa dari mulut ke mulut, sebagai konsumen *e-commerce* tentang produk atau jasa yang dijual oleh *e-commerce* di Indonesia.<sup>12</sup>

#### 2. Minat beli

Minat beli pada penelitian ini diartikan sebagai keinginan mahasiswa sebagai konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dibutuhkan pada *E-commerce* di Indonesia.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Budiman. *Profil Pengguna E-Commerce Di Wilayah Kerja Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika Medan*. (Jurnal Pikom. Vol, 10. No, 2. Tahun 2017). H.143

<sup>12</sup>Ivan Sindunata. Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian di Agooda.com . (Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol, 9. No, 2. Tahun 2021).h. 149

<sup>13</sup>Saidah Putri Sari. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. (Jurnal Ilmiah Psikologi. Vol, 8. No, 1. Tahun 2020). H. 150

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

### 3. *E-commerce*

*E-commerce* pada penelitian ini diartikan sebagai tempat jual beli online para pelaku ekonomi di Indonesia.

## Permasalahan

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah adalah:

- a. Kemampuan variabel-variabel yang mempengaruhi minat beli pada *E-commerce* belum bisa disimpulkan
- b. Adanya saran dari peneliti terdahulu untuk menggunakan variabel lain untuk memprediksi minat beli pada *E-commerce*
- c. Adanya kemampuan word of mouth untuk mempengaruhi minat beli secara offline, sehingga perlu di uji kemampuan word of mouth tersebut secara elektronik untuk mempengaruhi minat beli pada *E-commerce*.

### 2. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya difokuskan pada pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli mahasiswa pendidikan ekonomi fakultas tarbiyah dan keguruan universitas sultan syarif kasim riau pada *e-commerce* di Indonesia.

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang dipaparkan oleh penulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:



Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Univeritas Sultan Syarif Kasim Riau sebagai konsumen pada *E-commerce* di Indonesia?

## D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat penelitian ini berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang peneliti kemukakan adalah:

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalahnya maka tujuan penelitian ini adalah: tujuan yang peneliti harapkan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Univeritas Sultan Syarif Kasim Riau pada *E-commerce* di Indonesia?

### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini yakni memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis terhadap hasil penelitian ini yaitu:

#### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penerapan *Resource Based View Theory* pada *E-commerce*, khususnya pada pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi mahasiswa, dapat mengambil keputusan dalam membeli produk atau jasa pada *e-commerce* berdasarkan *electronic word of mouth*.
- 2) Bagi dosen, penelitian ini memberi wawasan tentang *electronic word of mouth* yang dapat disampaikan kepada mahasiswa sebagai penentu pengambilan keputusan dalam membeli produk atau jasa pada *e-commerce*
- 3) Bagi peneliti, dapat menambah wawasan tentang peran *electronic word of mouth* dalam menentukan minat beli pada E-commerce.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A Kerangka Teoritis

##### 1. *Electronic word of mouth*

###### a. Pengertian *Electronic word of mouth*

*Electronic word of mouth* Adalah komunikasi berbasis internet antara mahasiswa sebagai konsumen yang saling mengirimkan maupun menerima informasi yang berhubungan dengan produk dan jasa secara online.<sup>14</sup> Defenisi lain bahwa gruen *electronic word of mouth* merupakan komunikasi untuk saling berbagi informasi tentang produk atau jasa antara mahasiswa sebagai komsumen yang tidak saling mengenal secara online.<sup>15</sup> Dengan demikian, dalam penelitian ini *electronic word of mouth* didefenisikan sebagai komunikasi mahasiswa dari mulut ke mulut sebagai konsumen *e-commerce* tentang produk atau jasa yang dijual oleh *e-commerce* di Indonesia.

Menurut Henning-Traurau *electrnic word of mouth* melalui depalapan dimensi sebagai berikut:

###### 1. *Platform Assistance*

Frekuensi konsumen dalam kunjungan serta memberikan komentarnya.

<sup>14</sup>Edwin Agung Wibowo. Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. (*Jurnal Equilibria*. Vol, 1. No, 1. Tahun 2014). H. 14

<sup>15</sup>Danitang gimuningar. Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung. (*Jurnal Business and Entrepreneurship*. Vol. 3, No. 1. Tahun 2022). H. 3



2. *Concern for Other*  
*Concern for other* adalah Perhatian terhadap konsumen lain serta keinginan untuk membantu konsumen lain dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. *Ecomic Intensive*  
*Ecomic intensive* adalah pendorong perilaku manusia sebagai tanda penghargaan dari pembelian harga.
4. *Helping Company*  
*Helping Company* adalah keinginan membantu perusahaan karena telah menjual produk dengan sesuai
5. *Expressing Positive Emotions*  
*Expressing positive emotions* adalah mengungkapkan perasaan positif serta meningkatkan diri telah memakai produk dan jasa.
6. *Venting Negative Fellingings*  
*Venting negative fellings* adalah berbagi pengalaman karena merasa tidak puas dengan produk dan jasa
7. *Sosial Binefist*  
*Social binefist* adalah keuntungan sosial.
8. *Advice Seking*  
*Advice seeking* adalah dalam konteks berbasis web opinion-platform, konsumsi terjadi ketika individu membaca ulasan produk dan komentar yang ditulis oleh orang lain, yang juga dapat memotivasi konsumen untuk menulis komentar.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**b. Indikator *Electronic word of mouth***

Goyette & Ricard mengemukakan bahwa indikator *electronic word of mouth* adalah:

1) Intensitas

Intensitas adalah banyaknya pendapat atau komentar yang dilihat dan ditulis oleh mahasiswa dalam sebuah media social

2) Konten

Konten adalah isi informasi dari situs jejaring social berkaitan dengan produk dan jasa yang ingin disampaikan kepada konsumen.

3) *Valency Of Opinion*

*Valency of opinion* adalah Adalah pendapat mahasiswa baik positif atau negatif mengenai produk dan jasa.<sup>16</sup>

**2. Minat Beli Pada *E-commerce***

**b. Minat beli**

Minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli produk sesuai dengan yang dibutuhkan pada e-commerce.<sup>17</sup> Defenisi lain menurut kotler dan Keller minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek menunjukkan keinginan konsumen sebagai konsumen untuk melakukan

<sup>16</sup> Adelasari, dkk. *Electronic Word Of Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*. (Jurnal Manajemen Perhotelan. Vol, 2. No, 2 Tahun 2014), h. 219

<sup>17</sup>hendrawanokuonto. *Studi pengaruh daya tarik j-rocks dan brand atitune terhadap minat beli*. Im3. (Jurnal Sains pemasaran Indonesia. Vol, 9. No, 3 Tahun 2010). H. 6

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

pembelian.<sup>18</sup> Dengan demikian minat beli dapat disimpulkan sebagai keinginan mahasiswa sebagai konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dibutuhkan pada *E-commerce* di Indonesia.

**c. Indikator Minat Beli**

Menurut Suwandari yang menjadi indikator dari minat beli mahasiswa sebagai konsumen yaitu:

1) *Attention* (perhatian)

Perhatian dalam penelitian ini adalah penilaian produk atau jasa oleh mahasiswa sebagai konsumen *e-commerce* di Indonesia.

2) *Interest* (ketertarikan)

Ketertarikan dalam penelitian ini adalah ketertarikan mahasiswa sebagai konsumen *e-commerce* terhadap produk atau jasa yang telah di nilai.

3) *Desire* (keinginan)

Keinginan dalam penelitian ini adalah keinginan mahasiswa sebagai konsumen untuk memiliki produk atau jasa yang ditawarkan oleh *e-commerce* di Indonesia.

4) *Action* (tindakan)

Tindakan dalam penelitian ini adalah tindakan mahasiswa sebagai konsumen melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh *e-commerce* di Indonesia.

<sup>18</sup>didikgunawan. 2022. *Keputusan pembelian konsumen marketplace shopee berbasis social media marketing*. Pasang Sidik Puan. (PT :inevasiPratamainternasional). H. 22-23



### 5) *Satisfaction* (kepuasan)

Kepuasan dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa sebagai konsumen setelah menggunakan produk atau jasa yang di beli pada *e-commerce* di indonesia.<sup>19</sup>

Berdasarkan penjabaran di atas minat beli seseorang dapat diukur dengan beberapa hal seperti perhatian calon pembeli pada suatu produk yang ditawarkan, ketertarikan pembeli terhadap produk yang ditawarkan, munculnya keinginan pembeli untuk memiliki produk yang ditawarkan, dan melakukan pembayaran terhadap produk yang di inginkan, serta kepuasan mahasiswa sebagai konsumen setelah menggunakan produk dan jasa.

Menurut Ferdianad yang menjadi indicator minat beli seseorang adalah:

#### 1) Minat Transaksional

Minat transaksiona adalah yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk

#### 2) Minat Referensial

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain,

<sup>19</sup>yusniHevvi Yusuf, dkk. Pengaruh potingan harga terhadap minat beli konsumen dalam membeli E-ticket kapan cepat di pelabuhan ulelheue kotabanda Aceh. (*Jurnalakutansi dan manajemen*. Vol, 9. No,2. Tahun 2018). H. 14

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Minat Preferensial

Minat preferensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

4) Minat Eksploratif

Minat eksploratif adalah minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.<sup>20</sup>

**d. E-commerce**

*e-commerce* dalam penelitian ini adalah tempat menjual dan membeli produk atau jasa secara online.<sup>21</sup> Menurut Menurut David Baum *e-commerce* merupakan tempat para pelaku ekonomi untuk menjual produk atau jasa di Indonesia.<sup>22</sup> Dengan demikian *e-commerce* dapat disimpulkan sebagai media jual beli online para pelaku ekonomi di Indonesia. Berikut adalah 5 *e-commerce* terbesar di Indonesia:<sup>23</sup>

1) Lazada

Lazada merupakan perusahaan e-commerce swasta dari Singapura yang didirikan oleh Rocket Internet tahun 2011, situs Lazada beroperasi di Malaysia, Indonesia, Thailand, Singapura, maupun

<sup>20</sup> Faradiba, Dkk. Analisis Pengaruh kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. (*Jurnal Of Management*. Vol, 2. No 3 Tahun 2013), h. 2

<sup>21</sup> Edwin agung wibowo. Pemanfaatan Teknologi e-commerce dalam proses bisnis. (*Jurnal ekuilibria*. Vol, 1. No,1 tahun 2014). H. 14

<sup>22</sup> Dinnykomalasari, dkk. Penerapan E-commerce pada toko online berbasis web. (*Jurnal Ilmiah Betrik*. Vol, 09. No, 01. Tahun 2018). H. 5

<sup>23</sup> Amanda Restu Adzani, Intention To Stay Milenial Pada 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia: Efek Karakteristik Pekerjaan, Stres Kerja, dan Dukungan Peer & Supervisor, (*Jurnal Manajemen* Vol. 17 No. 1, Tahun 2022) , h. 68

Vietnam. Tahun 2016 Grup Alibaba membeli saham pengendali di Lazada untuk menunjang rencana ekspansi internasional Alibaba. Situs ini beroperasi pada bidang IT yang menjadi penyedia barang misalnya mainan anak, buku maupun perlengkapan bayi, produk kecantikan, alat kesehatan, perlengkapan traveling, peralatan rumah tangga beserta olah raga.

Tidak hanya itu di lazada juga terdapat produk elektronik bermerek seperti, smartphone, televisi, lemari es, AC, dan berbagai aksesoris lainnya. Lazada terus memberi pelayanan paling baik untuk pelanggan dengan sejumlah penawaran menarik, misal diskon khusus, harga promosi, special deal, memberi pula kemudahan transaksi dengan gratis ongkir kirim ke daerah tertentu, pelayanan COD, dan garansi barang kembali bila tidak sesuai. Lazada Sudah berdiri selama 11 tahun dengan rata-rata 26.64 juta kunjungan perbulan.

## 2) Bukalapak

Bukalapak didirikan tahun 2010 oleh Achmad Zaky. Pada bulan September 2011 Bukalapak resmi menjadi Perseroan Terbatas (PT). Pada masa satu tahun pertama Bukalapak berdiri belum terlihat sebagai suatu bisnis yang menjanjikan karena keterbatasan finansial, Bukalapak mengalami kesulitan dalam pendanaan yang sempat memunculkan keinginan pendirinya untuk menutup situs jual beli online. Setelah satu tahun berjalan Bukalapak mulai dilirik oleh

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



investor dan mendapat penambahan dana dari Batavia Incubator sebagai investor pertama Bukalapak. Dengan adanya investor pertama ini menjadi kebangkitan kembali bagi bukhalapak. Perkembangan Bukalapak setelah adanya investasi pertama oleh investor Jepang sangatlah cepat, satu tahun setelahnya bukhalapak kembali mendapatkan pendanaan oleh perusahaan asal Jepang Gree Venture pada Maret 2014, kemudian pada tahun 2014 bukhalapak mendapatkan tambahan investasi dari Aucfan, IREP 500 Startup dan juga Gree Ventures.

Pada tahun 2020 dimana pendiri Bukalapak Achmad Zaky yang memegang posisi CEO Bukalapak mengundurkan diri dan digantikan oleh Rachmat Kaimuddin, setelah pengunduran dirinya sebagai CEO, Achmad Zaky focus sebagai penasihat bukhalapak dan menjadi Tech Startup Mentor. Status kepemilikan bukhalapak saat ini dimiliki oleh Suitmedia dan juga kreatif media karya dengan Rachmad Kaimuddin sebagai CEO. Bukalapak menawarkan produk yang dijualnya sampai menjual produknya ke konsumen seluruh Indonesia dari penjualan produk dengan jumlah satuan hingga jumlah jutaan dan dari produk baru hingga produk bekas seperti sepeda, ponsel, aksesoris, laptop, perlengkapan rumah tangga, fashion, barang elektronik hingga kebutuhan pokok sehari-hari. Toko pedia Sudah berdiri selama 13 tahun dengan rata-rata 23,09 juta kunjungan perbulan.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

## 3) Shopee

Shopee adalah perusahaan Sea Group, pertama kali didirikan pada tahun 2015 oleh Chris Feng secara serentak di 7 negara, yaitu : Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Sea Group memiliki misi untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen dan pengusaha kecil menjadi lebih baik dengan teknologi. Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada bulan Mei 2015.

Shopee baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee sudah berdiri selama 7 tahun, shoppe memiliki rata-rata 131,3 juta pengunjung website perbulan.

## 4) Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009, kemudian pada 17 Agustus 2009 secara resmi diluncurkan kepada publik. Tokopedia menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Tokopedia sudah berdiri hampir selama 14 tahun, dengan rata-rata 65,9 juta pengunjung website perbulan.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

#### 5) Blibli

Blibli sudah ada sejak tahun 2010, tetapi secara resmi baru dibuka tanggal 25 Juli 2011. Para pendirinya adalah businessman terkemuka, di antaranya Kusumo Martanto, Martin Hartono, Hendry Lay, Lisa Widodo, dan Ridwan Gautama. sejak dibuka tanggal 25 juli 2011, blibli menghadirkan produk melalui kerja sama dengan para penjual dan kemitraan dengan merek-merek ternama. blibli juga menjadi *e-commerce* dengan pilihan pembayaran dan pengiriman terlengkap diindonesia, serta dikenal sebagai penyedia layanan gratis ongkir dan jaminan produk original. Pada tahun 2017, blibli mengakuisisi tiket.com dalam mendorong ekspansinya dibidang traveling, meliputi pemesanan transportasi dan akomodasi. blibli bekerja sama dengan penyedia jasa teknologi, mitra logistik, perbankan serta mitra standar tertentu untuk menciptakan sistem back-end yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan pengguna. blibli sudah berdiri hampir 12 tahun, dengan rata-rata 19 juta pengunjung perbulan.

### 3. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Pada *E-commerce*

*Teori Resources-Based Vies* menyebutkan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dengan mengelola sumber daya dengan baik. Sumber daya memegang peranan penting bagi perusahaan karena merupakan dasar dari kemampuan untuk bersaing. Sumber daya dapat



dibagi menjadi 2 yaitu: (1) sumber daya fisik, meliputi tanah, bangunan, dan lain-lainnya. (2) sumber daya non fisik, meliputi sistem informasi, hak merek, hak paten, kualitas produk dan lain-lainnya. Perusahaan yang mampu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan baik akan memiliki kelebihan dan keunggulan. Keunggulan tersebut dapat berupa sistem informasi berupa komunikasi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumen. Dengan demikian *electronic word of mouth* yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai konsumen *e-commerce* merupakan sumber daya bagi *e-commerce* yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat beli.<sup>24</sup>

Menurut Rahmi Qurrota Aynie di dalam penelitiannya bahwa *electronic word of mouth* sangat mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih produk dan jasa secara online. Karena informasi ini sangat relevan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya terhadap barang dan jasa.<sup>25</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas *electronic word of mouth* dapat mempengaruhi minat beli konsumen untuk memilih dan memiliki produk dan jasa. Dengan *electronic word of mouth* konsumen akan lebih percaya untuk membeli barang di *e-commerce*. Jadi *electronic word of mouth* dapat meningkatkan minat beli konsumen pada produk dan jasa sesuai dengan kebutuhannya.

<sup>24</sup>Rima Elya Dasuki. Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. (Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol, 12. No, 3. Tahun 2021). H. 454

<sup>25</sup>Rahmi Qurrota Aynie. Strategi Pemasaran Electronic Word Of Mouth Pada E-Commerce Dalam Era Digital 4.0 Di Indonesia. (Jurnal Inovasi. Vol, 17. No 1, Tahun 2021). H. 136

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## B Penelitian Relevan

1. Abad Amru Al Majid, dkk, dengan judul: pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap sikap dan minat beli konsumen pakaian pada *e-commerce* di yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap sikap dan minat beli konsumen pakaian pada *e-commerce* di yogyakarta berpengaruh positif dan signifikan.

Penelitian yang dilakukan Abad Amru Al Majid, dkk, memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu pada jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan angket untuk mengumpulkan data, sedangkan penelitian ini menggunakan gogle form untuk mengumpulkan data konsumen<sup>26</sup>.

2. Aditya Fadzri Kusuma, dkk, dengan judul: pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen: peran mediasi citra merek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen: peran mediasi citra merek berpengaruh positif.

Penelitian yang dilakukan Aditya Fadzri Kusuma, dkk, memiliki persamaan dengan yang peneliti lakukan, yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan minat beli

---

<sup>26</sup> Abad Amru Al Majid, dkk. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Imange Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen Pakaian Pada E-Commerce Di Yogyakarta. (*Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. Vol 01, No. 03. Tahun 2022). H. 24

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

pada *e-commerce*, sedangkan penelitian ini menggunakan minat beli konsumen yang dimediasi oleh citra merek <sup>27</sup>.

3. Indah Tri Ayu Mustika, dkk, dengan judul: pengaruh *electronic word of mouth (EWOM)* terhadap minat belanja pada aplikasi shopee di tingkat jurusan administrasi fakultas ilmu sosial universitas negeri makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth (EWOM)* terhadap minat belanja pada aplikasi shopee berpengaruh signifikan. Penelitian yang dilakukan Indah Tri Ayu Mustika, dkk, memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu sama-sama menggunakan mahasiswa sebagai sampel. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan minat beli pada *e-commerce* sebagai variabel y, sedangkan penelitian ini menggunakan minat minat belanja pada aplikasi shopee di tingkat jurusan administrasi fakultas ilmu sosial universitas negeri makassar <sup>28</sup>.
4. Andhanu catur mahendrayasa, dkk, (2014) dengan judul: Pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian berpengaruh signifikan. Penelitian yang dilakukan Andhanu catur mahendrayasa, dkk, (2014) memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu

<sup>27</sup> Aditya Fadzri Kusuma, dkk. Pengaruh Electric Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen: Peran Mediasi Citra Merek. (*Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*. Vol. 12. No. 1. Tahun 2022). H. 34

<sup>28</sup> Indah Tri Ayu Mustika, dkk. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) terhadap Minat Belanja pada Aplikasi Shopee di Tingkat Jurusan Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. (*Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 1. No. 2. Tahun 2022). H. 122



sama-sama menggunakan mahasiswa sebagai objek penelitian, Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan minat beli secara online sebagai variabel y.

5. Handika Wisnu Wardhana, dkk, dengan judul: *Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM) dan celebrity endorsment terhadap minat beli konsumen pada e-commerce zalora dengan brand image sebagai variabel mediasi*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth (E-WOM) dan celebrity endorsment terhadap minat beli konsumen pada e-commerce zalora dengan brand image sebagai variabel mediasi berpengaruh*.

penelitian yang dilakukan Handika Wisnu Wardhana, dkk memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu sama-sama meneliti tentang apakah ada pengaruh *electronic word of mouth (E-WOM) dan celebrity endorsment terhadap minat beli konsumen pada e-commerce*. Sedangkan perbedaannya yaitu, penelitian ini menggunakan masyarakat di kota Palembang sebagai sampel, sedangkan peneliti menggunakan mahasiswa sebagai sampel<sup>29</sup>.

### Konsep Operasional

Konsep operasioanal ini dibuat dengan tujuan supaya ada batasan terhadap konsep teoritis, hal ini perlu dibuat untuk tidak terjadi kesalahpahaman serta mudah untuk mengukur di lapangan. Adapun variabel yang

<sup>29</sup> Handika Wisnu Wardhana, dkk. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Zalora dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. (*Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol, XII. No 3. Tahun 2021)

akan dioperasionalkan yaitu *Electronic word of mouth* (X), minatbeli pada *E-commerce* (Y).

1. *Electronic word of mouth* (X)

a) Intensity

1) Mahasiswa sering membaca review-review suatu produk dan jasa dari pengguna lain sebelum melakukan Pembelian melalui *e-commerce*.

2) Mahasiswa melihat deskripsi produk dan jasa yang ditawarkan melalui *e-commerce*.

3) Mahasiswa sering memberikan ulasan tentang produk dan jasa yang telah dibeli melalui *e-commerce*

4) Mahasiswa memberikan nilai atau ranting tentang produk dan jasa yang telah dibeli melalui *e-commerce*

5) Mahasiswa membaca ulasan tentang produk dan jasa, lalu membandingkan dengan ulasan lainnya

b) Konten

1) Informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan *e-commerce* sangat jelas

2) Informasi mengenai bahan suatu produk dan jasa pada *e-commerce* sangat jelas

3) Informasi yang jelas mengenai manfaat suatu produk dan jasa

4) Informasi yang jelas mengenai harga suatu produk dan jasa pada *e-commerce*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

- 5) Kegunaan produk dan jasa pada *e-commerce*
- c) Valance Of Opinion
  - 1) Mahasiswa tertarik membeli pada *e-commerce* apabila produk dan jasa memiliki review positif
  - 2) Mahasiswa tertarik membeli pada *e-commerce* apabila produk dan jasa memiliki ranting yang bagus
  - 3) Mahasiswa memberikan review baik apabila produk dan jasa pada *e-commerce* bagus
  - 4) Mahasiswa memberikan rating baik apabila produk dan jasa pada *e-commerce* sesuai dengan informasi yang diberikan
  - 5) Mahasiswa merekomendasikan produk dan jasa yang dibeli pada *e-commerce* jika merasa puas
  - 6) Mahasiswa tidak tertarik membeli pada *e-commerce* karena memiliki review yang negatif
  - 7) Mahasiswa tidak tertarik membeli pada *e-commerce* karena memiliki rating yang buruk
  - 8) Mahasiswa memberikan review yang jelek tentang produk dan jasa Karena tidak bagus
  - 9) Mahasiswa memberikan rating yang jelek tentang produk dan jasa pada *e-commerce* karena tidak sesuai dengan informasi yang diberikan
  - 10) Mahasiswa tidak merekomendasikan produk dan jasa kepada orang lain karena merasa tidak puas



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## 2. Minat beli (Y)

a. *Transaksional*

- 1) Mahasiswa tertarik untuk membeli produk dan jasa pada *e-commerce*
- 2) Mahasiswa berminat untuk membeli produk dan jasa pada *e-commerce*
- 3) Mahasiswa berminat membeli produk dan jasa pada *e-commerce* karena produknya berkualitas

b. *Referensi*

- 1) Mahasiswa mereferensikan *e-commerce* kepada orang lain yang akan membeli produk dan jasa
- 2) Mahasiswa akan merekomendasikan ke orang lain untuk membeli produk dan jasa pada *e-commerce*
- 3) Mahasiswa akan memberi testimoni yang positif mengenai *e-commerce* kepada orang lain

c. *Preferensial*

- 1) Mahasiswa lebih berminat membeli produk dan jasa pada *e-commerce* daripada di toko
- 2) Mahasiswa menjadikan *e-commerce* sebagai prioritas pilihan pertama untuk membeli produk dan jasa dibandingkan di toko

d. *Eksploratif*

- 1) Mahasiswa tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai produk dan jasa pada *e-commerce*

- 2) Mahasiswa selalu tertarik mencari informasi tentang produk dan jasa terbaru pada *e-commerce*
- 3) Mahasiswa mencoba untuk membeli produk dan jasa pada *e-commerce*

#### D. Asumsi dan Hipotesis

1. Adapun asumsi dasar yang diyakini penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu:
  - a. *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa sebagai konsumen pada *e-commerce* di Indonesia, semakin mahasiswa terpengaruh oleh *electronic word of mouth* maka minat beli mahasiswa sebagai konsumen pada *e-commerce* akan semakin tinggi.
2. Hipotesis  
 Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari rumusan masalah yang telah dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi Hipotesa alternatif ( $H_a$ ) dan Hipotesa Nol ( $H_0$ ) sebagai berikut:
  - a.  $H_a$  : *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada *e-commerce* di Indonesia.
  - b.  $H_0$  : *electronic word of mouth* tidak terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada *e-commerce* di Indonesia.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. , yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul.<sup>30</sup> Dengan pendekatan kuantitatif yaitu data diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Peneliti menggunakan pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli mahasiswa pendidikan ekonomi universitas negeri sultan syarif kasim riau pada e-commerce.

### B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada semester genap tahun ajaran 2022/2023 di Univeristas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Jl. HR. Soebrantas Panam Km 15 No. 155, Tuah Madani, Kecamatan Tampan, Kabupaten Kampar, Riau 28293

<sup>30</sup> Husein Umar, Metode Riset Bisnis, (Jakarta : PtGranmedia Pustaka Utama, 2003), h. 44



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## C Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh *Electronic word of mouth* Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce.

## D Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.<sup>31</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 di Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang berjumlah 131 orang.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil secara acak representative atau mewakili populasi yang bersangkutan atau bagian kecil yang di amati.<sup>32</sup> Berdasarkan pernyataan di atas, karena jumlah populasi 131 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel secara acak (*Proportional Random Sampling*). Sedangkan Teknik

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2018), H. 117

<sup>32</sup> Iskandar, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*, (Jakarta: Gunung Persada Press, 2010, H. 68-69

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pengambilan sampel menggunakan rumus yang dikembangkan dari Isaac dan Michael, sebagai berikut: <sup>33</sup>

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

s = Jumlah sampel

$\lambda^2$  = Chi Kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 5% harga Chi Kuadrat = 3,841.

N = Jumlah Populasi

P = Peluang Benar (0,5)

Q = Peluang Salah (0,5)

d = Perbedaan antara sampel yang diharapkan dengan yang terjadi. Perbedaan. Perbedaan bisa 1%, 5%, dan 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel untuk penelitian ini adalah:

$$S = \frac{3,841 \cdot 131 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(131-1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = \frac{125,79275}{0,3275 + 0,96025} = \frac{125,7927}{1,28775}$$

$$= 97,684 = 98 \text{ responden.}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dari jumlah populasi 131 mahasiswa yang dijadikan sampel sebanyak 98 mahasiswa yang diambil secara *random sampling* dengan rumus yaitu :

$$ni = \frac{Ni}{n} \times n$$

<sup>33</sup> Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru dan Karyawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Hlm. 65

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Keterangan:

- $n_i$  = Ukuran sampel dalam satu kelas  
 $N$  = Ukuran populasi  
 $N_i$  = Ukuran populasi dalam satu kelas  
 $N$  = ukuran seluruh sampel

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dihitung sebagai berikut:

- a. Angkatan 2020 =  $56/131 \times 98 = 41,8 = 42$  responden
- b. Angkatan 2021 =  $75/131 \times 98 = 56,1 = 56$  responden

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dibuatkan tabel sebagai berikut:

**TABEL III.1**  
**JUMLAH POPULASI DAN SAMPEL**

No	Kelas	Jumlah Populasi	Jumlah Sample
1	Angkatan 2020	56	42
2	Angkatan 2021	75	56
<b>Jumlah</b>		<b>131</b>	<b>98</b>

Sumber data: Prodi pendidikan Ekonomi

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

#### 1. Angket (Kuisisioner)

Penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan pertanyaan atau pernyataan tertulis maupun tidak tertulis dalam bentuk angket kepada responden untuk dijawab.<sup>34</sup> Angket disusun

<sup>34</sup>Endang Mulyatiningsih. 2014. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta).h. 28



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

berdasarkan indikator variabel penelitian yang digunakan. Penulis akan menyebarkan pertanyaan kepada mahasiswa yang terpilih sebagai sampel penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden.

Angket dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data X (*Electronic word of mouth*) dan data Y (Minat Beli Pada E-commerce).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis angket tertutup.

Angket tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia.<sup>35</sup>

## 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang sangat penting untuk suatu penelitian. Dokumentasi adalah ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, data yang relevan.<sup>36</sup>

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data biografi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, keadaan mahasiswa, Data Mahasiswa dan lain sebagainya. Ini digunakan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini.

<sup>35</sup>Nur Syaidah, 2018, *Metodologi Penelitian*, (Sidoarjo : Zifatama Jawa), h. 78

<sup>36</sup>Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan Dan Penelitian Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2015). Hal. 77

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Menurut Sudaryono validitas berasal dari kata validity yang berarti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Dengan kata lain, validitas adalah suatu konsep yang berkaitan dengan sejauh mana tes telah mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>37</sup>

Instrument yang valid berarti berarti alat ukur yang digunakan dalam mendapatkan data harus valid. Dalam melakukan instrument validitas maka peneliti menggunakan rumus *product moment*, sebagai berikut :<sup>38</sup>

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi “ $t$ ” *product moment*

$N$  = Sampel (Jumlah pengamatan)

$\sum x$  = Jumlah dari pengamatan nilai  $X$

$\sum y$  = Jumlah dari pengamatan nilai  $Y$

Setelah setiap butir soal dihitung besarnya koefisien dengan skor total, maka langkah selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus:<sup>39</sup>

$$t_{hitung} = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

<sup>37</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), Hlm. 303

<sup>38</sup> Suliyanto, *Teknik Proyeksi Bisnis Teori dan Aplikasi dengan Microsoft Excel*, (Jakarta: Penerbit ANDI, 2008), Hlm. 123

<sup>39</sup> Riduwan, *Op.Cit*, Hlm. 98

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

$t$  = Nilai  $t_{hitung}$

$r$  = Koefisien korelasi hasil  $r_{hitung}$

$n$  = Jumlah responden

Selanjutnya guna menentukan apakah butir soal tersebut valid atau tidak validnya, maka dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t$  tabel berarti valid sebaliknya
- b. Jika  $t_{hitung} < t$  tabel berarti tidak valid

Berdasarkan hasil uji validitas angket dengan melibatkan subjek ujicoba sebanyak 30 orang yang kemudian diolah menggunakan bantuan *SPSS 25.0 for windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

**TABEL III.2**  
**HASIL UJI VALIDITAS ANGKET *ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

No	No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Item 1	0,685	0,361	Valid
2	Item 2	0,466	0,361	Valid
3	Item 3	0,210	0,361	Tidak Valid
4	Item 4	0,368	0,361	Valid
5	Item 5	0,389	0,361	Valid
6	Item 6	0,569	0,361	Valid
7	Item 7	0,601	0,361	Valid
8	Item 8	0,556	0,361	Valid
9	Item 9	0,507	0,361	Valid
10	Item 10	0,507	0,361	Valid
11	Item 11	0,485	0,361	Valid
12	Item 12	0,449	0,361	Valid
13	Item 13	0,415	0,361	Valid
14	Item 14	0,419	0,361	Valid
15	Item 15	0,233	0,361	Tidak Valid
16	Item 16	0,476	0,361	Valid
17	Item 17	0,591	0,361	Valid
18	Item 18	0,548	0,361	Valid
19	Item 19	0,451	0,361	Valid
20	Item 20	0,550	0,361	Valid



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut diperoleh hasil bahwa sebanyak 2 Item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka 2 item tersebut dinyatakan tidak valid, sehingga tidak dimasukkan sebagai item pernyataan untuk mengumpulkan data *electronic word of mouth*.

**TABEL III.3**  
**HASIL UJI VALIDITAS ANGGKET MINAT BELI**

No	No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Item 1	0,488	0,361	Valid
2	Item 2	0,396	0,361	Valid
3	Item 3	0,657	0,361	Valid
4	Item 4	0,630	0,361	Valid
5	Item 5	0,471	0,361	Valid
6	Item 6	0,506	0,361	Valid
7	Item 7	0,641	0,361	Valid
8	Item 8	0,697	0,361	Valid
9	Item 9	0,718	0,361	Valid
10	Item 10	0,679	0,361	Valid
11	Item 11	0,623	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut diperoleh hasil bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka seluruh item tersebut dinyatakan valid, sehingga seluruhnya dimasukkan sebagai Item pernyataan untuk mengumpulkan data minat beli.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kekonsistenan instrumen tersebut bila diberikan pada subjek yang sama meskipun oleh orang yang berbeda, waktu yang berbeda, atau tempat yang berbeda, maka akan memberikan hasil yang sama atau relatif sama (tidak berbeda secara signifikan). Tinggi rendahnya derajat reliabilitas suatu instrumen ditentukan oleh nilai koefisien korelasi

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

antara butir soal atau item pernyataan dalam instrumen tersebut. Untuk menguji instrument reliabilitas maka menggunakan rumus:<sup>40</sup>

$$r = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

r = Koefisien Reabilitas instrumen

n = Banyaknya butir soal

Si = Varians skor butir soal ke-i

St = Varians skor total

Agar mengetahui data reliabel atau tidak maka dapat menggunakan batasan tertentu yaitu 0,6. Menurut Sekaran dalam Duwi Priyatno reliabilitas data kurang dari 0,6 adalah kurang baik. sedangkan data 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.<sup>41</sup> Berdasarkan analisis uji coba angket yang telah dilakukan diperoleh hasil perhitungan reliabilitas

**TABEL III.4**  
**PENGUJIAN RELIABILITAS INSTRUMEN ANGKET**  
**ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN MINAT BELI**

No	Angket	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Electronic word of mouth</i>	20	0,821	Reliabel
2	Minat beli	11	0,808	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien alpha hitung angket *electronic word of mouth* adalah sebesar  $0,821 > 0,70$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen atau alat ukur data tersebut bersifat

<sup>40</sup> Karunia Eka Lestari dan Mokhammad Ridwan Yudhanegara, *Op.Cit*, Hlm. 206

<sup>41</sup> Duwi Priyatno, *SPSS Handbook*, (Yogyakarta: MediaKom, 2016), Hlm. 60

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

reliabel. Hasil yang sama juga diperoleh pada angket minat beli dengan nilai koefisien alpha sebesar  $0,808 > 0,70$ . Jadi, instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan.

## Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Analisis yang digunakan guna untuk mengetahui pengaruh variabel X (*electronic word of mouth*) terhadap variabel Y (minat beli siswa). Sebelum masuk ke rumus statistik, terlebih dahulu data yang diperoleh untuk masing-masing alternatif jawaban di cari persentase jawabannya pada item pertanyaan dengan masing-masing variabel dengan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

P = Angka presentase

F = Frekuensi yang akan dicari persentasenya

N = Jumlah frekuensi/ banyak individu <sup>42</sup>

Analisis yang digunakan guna mengetahui pengaruh variabel X dan variabel Y di ukur dengan skala nilai likert yaitu: <sup>43</sup>

- a. Sangat setuju diberi skor 5
- b. Setuju diberi skor 4
- c. Kurang setuju diberi skor 3
- d. Tidak setuju diberi skor 2

<sup>42</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Press, 2012), Hal. 43

<sup>43</sup> Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 147



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- e. Sangat tidak setuju diberi skor

**2. Perubahan Data Ordinal ke Interval**

Sebelum masuk ke dalam rumus statistik, data yang diperoleh berupa data ordinal dari angket dirubah menjadi data interval dengan menggunakan rumus sebagai berikut: <sup>44</sup>

$$T_i = 50 + 10 \frac{(X_i - \bar{X})}{SD}$$

Keterangan:

$T_i$  = Skor baku (data interval)

$X_i$  = Skor mentah ( data ordinal)

$\bar{X}$  =Rata-rata (mean)

SD = Standar deviasi

**3. Analisis Regresi dan Linear Sederhana**

Data yang telah diberi kategori selanjutnya dimasukkan kedalam rumus regresi linier sederhana dengan metode kaudrat terkecil untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya belajar terhadap kemandirian belajar siswa Regresi linear sederhana menggunakan rumus: <sup>45</sup>

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

<sup>44</sup> *Ibid*, Hlm. 220

<sup>45</sup> Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), Hlm. 160

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Koefisien-koefisien regresi a dan bentuk regresi linear dapat dihitung dengan rumus-rumus:<sup>46</sup>

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sebelum melakukan uji regresi linear sederhana perlu beberapa syarat pengujian yang dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel yaitu variabel X gaya belajar dan variabel Y kemandirian belajar siswa. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data adalah jika  $p > 0,05$  maka normal dan jika  $p < 0,05$  maka tidak normal.

Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Chi kuadrat ( $X^2$ ):<sup>47</sup>

$$X^2 = \frac{(f_i - f_n)}{f_n}$$

Keterangan:

$X^2$  = Chi kuadrat hitung

$f_n$  = Frekuensi yang diharapkan

<sup>46</sup> *Ibid.*

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), Hlm. 250

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

$f_i$  = Frekuensi/ jumlah data hasil observasi

Kriteria:

Chi kuadrat hitung > Chi kuadrat table maka data berdistribusi normal.

Chi kuadrat hitung < Chi kuadrat table maka data tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah data bersifat linear atau tidak linear sebagai syarat untuk dapat melakukan analisis data dalam pengujian statistik lebih lanjut. Hipotesis yang diuji adalah:

$H_a$  : Distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk linier.

$H_o$  : Distribusi data yang diteliti tidak mengikuti bentuk yang linier.

Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila nilai signifikansi pada *Deviation From Linearity* lebih dari 0,05. Pendapat lain menyatakan juga jika nilai signifikansi pada *F Linearity* kurang dari 0,05 maka hubungan ke dua variabel adalah linear.<sup>48</sup>

#### c. Uji Hipotesis

Tujuannya untuk, mengetahui kebenaran  $H_a$  atau  $H_o$  dengan jelas membandingkan besarnya “r” yang telah diperoleh dalam proses perhitungan atau “r” observasi ( $r_o$ ) dengan besarnya “r” yang tercantum dalam tabel nilai “r” *Product Moment* ( $r_t$ ), dengan rumus:<sup>49</sup>

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2]} \sqrt{[N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

<sup>48</sup> Dwi Prayitno, *Op.Cit.*, Hlm. 44

<sup>49</sup> Suliyanto, *Op.Cit.*



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi “ $t$ ” *product moment*

$N$  = Sampel (Jumlah pengamatan)

$\sum_x$  = Jumlah dari pengamatan nilai  $Y$

$\sum_y$  = Jumlah pengamatan nilai  $Y$

Selanjutnya, untuk mencari derajat bebas nya (db) atau *degrees of freedom* (df) yang rumusnya adalah:<sup>50</sup>

$$Df = N - nr$$

Keterangan:

$N$  = *Number Of Case*

$Nr$  = Banyaknya tabel yang dikorelasi.

**d. Kontribusi Variabel X (*Electronic word of mouth*) terhadap Variabel Y (Minat Beli Pada *E-commerce*)**

Menghitung besarnya variabel X terhadap variabel Y dengan rumus:<sup>51</sup>

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Koefisien Penentu/ Koefisien Determinasi

$R^2$  = R Square

Data yang penulis peroleh nantinya akan diproses dengan menggunakan bantuan perangkat komputer melalui program SPSS.

<sup>50</sup> Hartono, *Op.Cit*, Hlm. 9

<sup>51</sup> Riduwan, *Op.Cit*, Hlm. 139

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB V

### PENUTUP

#### A Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada *electronic word of mouth* dan minat beli mahasiswa pada *e-commerce* dapat diambil kesimpulan bahwa *electronic word of mouth* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau memiliki persentase hasil angket sebesar 82,94% yang dikategorikan sangat baik dan tingkat minat beli mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada *e-commerce* memiliki persentase sebesar 78,55% yang dikategorikan baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada *e-commerce* di Indonesia yang terbukti dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,884 < 9,570 > 2,365$ ). Adapun persentase pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli mahasiswa pada *e-commerce* adalah sebesar 48,8% sedangkan sisanya sebesar 51,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, penulis memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Kampus

Diharapkan bagi dosen untuk berupaya memberikan wawasan kepada mahasisnya tentang pentingnya *electronic word of mouth* bagi mahasiswa yang akan terjun ke dunia *e-commerce*

### 2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan agar mahasiswa pendidikan ekonomi tetap memilah dan memilih *e-commerce* yang benar-benar sesuai dan terjamin reputasinya, meskipun sudah mendapatkan *electronic word of mouth*, agar minat beli yang timbul dari pengaruh *electronic word of mouth* tidak berdampak negatif terhadap keputusan pembelian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari, dkk. Electronic Word Of Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. (Jurnal Manajemen Perhotelan. Vol, 2. No, 2 Tahun 2014)
- Ady Achadi, dkk. Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Presepsi Resiko dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Secara Online dibukalapa. (Jurnal Ilmiah. Vol, 21. No, 3. Tahun 2021)
- Amanda Restu Adzani, Intention To Stay Milenial Pada 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia: Efek Karakteristik Pekerjaan, Stres Kerja, dan Dukungan Peer & Supervisor, (Jurnal Manajemen Vol. 17 No. 1, Tahun 2022)
- Asas Sudijono, *Pengantar Statistik Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Press, 2012)
- Aprizain Caniago, dkk. Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM Jakarta. (Jurnal Management. Vol, 15. No, 3. Tahun 2022)
- Danitanggimuningar. Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung. (Jurnal Business and Entrepreneurship. Vol. 3, No. 1. Tahun 2022)
- Devi Nur Aini, dkk. Pengaruh E-Commerce dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. (Jurnal Inovasi Bisnis. Vol, 4. No, tahun 2022)
- Didikgunawan. 2022. *Keputusan pembelian konsumen marketplace shopee berbasis social media marketing*. Pasang Sidik Puan. (PT :inevasiPratamainternasional)
- Dinny komalasaridkk Penerapan Ecommerce pada took mawarsongket palembang berbasis web. (Jurnal Ilmiah Betrik. Vol, 09.No, 01. Tahun 2018)
- Dwi Priyatno, *SPSS Handbook*, (Yogyakarta: MediaKom, 2016)
- Edy Soeryanto Soegoto, dkk. Pengaruh Kepercayaan dan Resio Pada Minat Beli Pada E-Commerce. (Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia. Vol, 16. No, 1. Tahun 2019)
- Edwin Agung Wibowo. Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. (jurnal Equilibiria. Vol, 1. No, 1. Tahun 2014)
- Edwin agung wibowo. Pemanfaatan Teknologi e-commerce dalam proses bisnis. (jurnal Equilibiria. Vol, 1. No, 1 tahun 2014)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Haradiba, Dkk. Analisis Pengaruh kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. (*Jurnal Of Management*. Vol, 2. No 3 Tahun 2013)
- Febri Wulan Sari. 2022 Pengaruh Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Generasi Muslim Millennial di Samarinda). (*Jurnal Borneo Islamic Finance And Econimics*. Vol, 2. No, 2. Tahun 2022)
- Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)
- Hendrawanokuonto. Studi pengaruh daya tarik j-rocks dan brand atitune terhadap minat beli Im3. (*Jurnal Sains pemasaran Indonesia*. Vol, 9. No, 3 Tahun 2010)
- Ika Yunia Fauzia. Pemanfaatan E-commerce dalam dnia bisnis di kalangan wirausahaan perempuan. (*Jurnal Of Busines And Banking*. Vol 5. No, 2. Tahun 2016).
- Ivan Sindunata. Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian di Agooda.com . (*Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Vol, 9. No, 2. Tahun 2021)
- Karunia Eka Lestari dan Mokhammad Ridwan Yudhanegara
- Moh. Martono, dkk. Analis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. (*Ilmu Manajemen*. Vol, 2. No, 2. Tahun 2014)
- Mohammad Orinaldi. Peran E-commerce Dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis Diera Pandemi. (*Jurnal Of Shariah Economice Research*, Vol. 5, No.2, Tahun 2020)
- Revina Anisa Angelina. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu. (*Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entreprenueship*. Vol, 10. No,2. Tahun 2016)
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan Dan Penelitian Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Ridwan dan Sunarto. Pengantar Statistika Pendidikan Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis ( Bandung ; Alfabeta, 2013)
- Roma Elya Dasuki. Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. (*Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol, 12. No, 3. Tahun 2021)
- Sidrah Putri Sari. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. (*Jurnal Ilmiah Psikologi*. Vol, 8. No, 1. Tahun 2020)

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Hainda Rosadi, dkk. Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra. (Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Vol, 2. No, 2. Tahun 2014)
- Sudaryono, *Metodologi Penelitian Administrasi*, (Bandung : Alfabeta, 2009)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Suliyanto, *Teknik Proyeksi Bisnis Teori dan Aplikasi dengan Microsoft Excel*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008)
- Tata Usaha Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Yusni Hevvi Yusuf, dkk. Pengaruh postingan harga terhadap minat beli konsumen dalam membeli E-ticket kapan cepat di pelabuhan ulelheue kota banda Aceh. (*Jurnal akutansi dan manajemen*. Vol, 9. No,2. Tahun 2018)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE

Terima kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan salah satu instrumen penelitian yang dilakukan oleh Aulia Putri Islami, mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk memenuhi tugas penyelesaian Skripsi Program Sarjana. Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan Anda. Atas kerjasama dan bantuan Anda, saya ucapkan terima kasih.

#### DAFTAR PERTANYAAN DAN PERNYATAAN

##### I. IDENTITAS DATA RESPONDEN

1. Nama :
2. Nim :
3. Kelas :
4. Jenis Kelamin : (Laki-laki/ Perempuan)

##### II. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Pada lembar ini terdapat beberapa pernyataan yang harus Anda isi dan diharapkan agar dijawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
- b. Dalam menjawab pernyataan-pernyataan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- c. Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling benar sesuai dengan kondisi yang ada dengan jalan memberikan tanda *checklist* (√) pada lembar yang telah disediakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pilihlah Jawaban	Keterangan
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
KS	Kurang Setuju
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

### 1. Electronic Word Of Mouth (X)

No	Electronic Word Of Mouth					
	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering membaca review-review dari konsumen lain tentang suatu produk dan jasa sebelum melakukan pembelian melalui e-commerce.					
2	Saya melihat deskripsi produk dan jasa yang ditawarkan sebelum melakukan pembelian melalui e-commerce.					
3	Saya sering memberikan ulasan kepada sebuah produk yang telah dibeli melalui e-commerce					
4	Saya seelalu memberikan nilai atau ranting kepada sebuah produk dan jasa yang telah dibeli melalui e-commerce					
5	Sebelum melakukan pembelian, saya membaca ulasan-ulasan mengenai produk yang ingin saya beli dan membandingkan dengan ulasan-ulasan lainnya.					
6	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang jelas mengenai suatu produk dan jasa					
7	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang jelas mengenai bahan suatu produk dan jasa					
8	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang cukup mengenai manfaat suatu produk dan jasa					
9	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang cukup mengenai harga suatu produk dan jasa.					
10	Saya mengetahui kegunaan suatu produk dan jasa melalui e-commerce.					
11	Saya tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki review yang positif					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

16	Saya tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki ranting yang bagus					
16	Saya selalu memberikan review yang baik apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce bagus					
16	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain tentang suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce jika merasa puas					
16	Saya selalu memberikan ranting yang baik apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce sesuai dengan informasi yang diberikan					
16	Saya tidak tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki review yang negatif					
17	Saya tidak tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki ranting yang buruk					
18	Saya selalu memberikan review yang jelek apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce tidak bagus					
19	Saya selalu memberikan ranting yang jelek apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce tidak sesuai dengan informasi yang diberikan					
20	Saya tidak akan merekomendasikan kepada orang lain tentang suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce jika tidak merasa puas					

**2. Minat Beli Pada E-commerce (Y)**

No	Kemandirian belajar siswa					
	PERNYATAAN	SS	S	KR	TS	STS
1	Saya tertarik untuk membeli produk dan jasa pada e-commerce karna lebih mudah dan praktis					
2	Saya berminat untuk membeli produk dan jasa pada e-commerce karna lebih banyak pilihan					
3	Saya berminat membeli produk dan jasa pada e-commerce karena produknya memuaskan					
4	Saya tertarik untuk membeli produk dan jasa pada e-commerce karena lebih murah					
5	Saya akan merekomendasikan ke orang lain untuk membeli produk dan jasa pada E-					



	commerce apabila produk tersebut memuaskan					
6	Saya akan memberi testimony yang positif mengenai E-commerce kepada orang lain					
7	Saya lebih berminat membeli produk dan jasa pada E-commerce dari pada ditoko secara langsung karena lebih menghemat waktu dan biaya					
8	Saya menjadikan E-commerce sebagai prioritas pilihan pertama untuk membeli produk dan jasa dibandingkan ditoko secara langsung					
9	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai produk dan jasa pada E-commerce					
10	Saya selalu tertarik mencari informasi tentang produk dan jasa terbaru pada E-commerce					
11	Saya mencoba untuk membeli produk dan jasa pada E-commerce					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## Lampiran 2. Tabulasi Data Electronic Word Of Mouth

No	Nama	KLS	JK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	X
1	Nabila Ayu K	6 A PE Akuntansi	PR	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	93
2	Ogi Melinda	6 A PE Akuntansi	PR	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	93
3	Aslamah Nur R	6 A PE Akuntansi	PR	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	94
4	Siti Nur A	6 A PE Akuntansi	PR	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	92
5	Mela Andeni	6 A PE Akuntansi	PR	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	90
6	Khalimah T	6 A Manajemen	PR	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	92
7	Tiara Ghina H	6 A Manajemen	PR	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	90
8	Zaldi Ahmad W	6 A Manajemen	LK	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	5	3	84
9	Juci Fitri	6 A Manajemen	PR	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	3	85
10	Reza Syafitri	6 A Manajemen	PR	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	97
11	Rosda D	6 A Manajemen	PR	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	75
12	Jafar Susanto	6 A Manajemen	LK	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	83
13	Sri Rahayu	6 A Manajemen	PR	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	88
14	Asniati	6 A Manajemen	PR	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	81
15	Artika Sepriyani	6 A Manajemen	PR	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	86
16	Romaito S	6 B Manajemen	PR	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	85
17	Yuanita Ratia N	6 A PE Ekonomi	PR	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
18	Esmarani	6 A PE	PR	5	5	4	4	5	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	88
19	Zaharatum Nisa	6 B	PR	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	86
20	M. Naufal J	6 A Manajemen	LK	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	95
21	Jenny Tri Z	6 B Manajemen	PR	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	90
22	Maharani Puspa D	6 A PE	PR	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	69
23	Soni Rahmad R	6 B Manajemen	LK	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	90

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan, atau untuk keperluan lain.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



No	Nama	KLS	JK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	X
24	Tania Salsabila	6 B Manajemen	PR	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	88
25	Khairunisa	6 B PE	PR	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	85
26	M. Arsyad S	6 B Manajemen	LK	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	83
27	Trisno	6 B Manajemen	LK	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	89
28	M. Syahrul F	6 A PE	LK	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	93
29	Isroh Hayati	6 B PE Manajemen	PR	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	87
30	Nureja Siregar	6 A PE	PR	5	5	4	4	5	4	4	1	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	87

### Minat Beli Pada E-commerce

No	Nama	KLS	JK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Jumlah
1	Nabila Ayu K	6 A PE Akuntansi	PR	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	39
2	Ogi Melinda	6 A PE Akuntansi	PR	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	39
3	Aslamah Nur R	6 A PE Akuntansi	PR	4	4	2	4	5	4	4	3	3	3	4	40
4	Siti Nur A	6 A PE Akuntansi	PR	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	41
5	Mela Andeni	6 A PE Akuntansi	PR	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
6	Khalimah T	6 A Manajemen	PR	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	50
7	Tiara Ghina H	6 A Manajemen	PR	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	41
8	Zaldi Ahmad W	6 A Manajemen	LK	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	49
9	Juci Fitri	6 A Manajemen	PR	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	44
10	Reza Syafitri	6 A Manajemen	PR	5	5	5	3	5	2	5	3	5	5	3	46
11	Rosda D	6 A Manajemen	PR	4	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	42
12	Jafar Susanto	6 A Manajemen	LK	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	42
13	Sri Rahayu	6 A Manajemen	PR	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	38
14	Asniati	6 A Manajemen	PR	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	43

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan, atau untuk keperluan lain.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



No	Nama	KLS	JK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Jumlah
15	Artika Sepriyani	6 A Manajemen	PR	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	43
16	Romaito S	6 B Manajemen	PR	4	4	2	4	5	3	4	3	4	5	4	42
17	Yuanita Ratia N	6 A PE Ekonomi	PR	4	4	2	3	5	4	3	3	3	4	4	39
18	Esmarani	6 A PE	PR	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	42
19	Zaharatum Nisa	6 B	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
20	M. Naufal J	6 A Manajemen	LK	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
21	Jenny Tri Z	6 B Manajemen	PR	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	44
22	Maharani Puspa D	6 A PE	PR	5	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	42
23	Soni Rahmad R	6 B Manajemen	LK	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	42
24	Tania Salsabila	6 B Manajemen	PR	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	43
25	Khairunisa	6 B PE	PR	5	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	43
26	M. Arsyad S	6 B Manajemen	LK	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	41
27	Trisno	6 B Manajemen	LK	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	43
28	M. Syahrul F	6 A PE	LK	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	49
29	Isroh Hayati	6 B PE Manajemen	PR	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	49
30	Nureja Siregar	6 A PE	PR	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	51

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan, atau untuk keperluan lain.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

### LAMPIRAN 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Electronic Word Of Mouth

		Correlations																				
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	Jumlah
p1	Pearson Correlation	1	,357	,030	,057	,439	,400	,302	,251	,431	,193	,279	,299	,384	,321	,079	,301	,587	,228	,189	,489	,685
	Sig. (2-tailed)		,052	,875	,767	,015	,028	,105	,181	,017	,307	,136	,109	,036	,083	,678	,106	,001	,226	,318	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p2	Pearson Correlation	,357	1	,331	,226	,247	,026	,221	-,034	,200	,176	,015	,179	,327	,420	,200	,263	,035	,274	,247	,272	,466
	Sig. (2-tailed)	,052		,074	,230	,188	,893	,241	,859	,290	,351	,939	,343	,077	,021	,289	,160	,856	,142	,189	,147	,010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p3	Pearson Correlation	,030	,331	1	,376	,000	,170	,077	,257	,070	,191	-,488	-,238	,095	,625	,402	-,200	-,321	,089	,193	-,217	,210
	Sig. (2-tailed)	,875	,074		,041	1,000	,369	,685	,171	,714	,312	,006	,205	,619	,000	,028	,289	,084	,640	,307	,250	,265
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p4	Pearson Correlation	,057	,226	,376	1	,343	-,142	-,036	,121	-,087	,102	,122	,249	,356	,309	,116	-,117	,108	,334	,317	,339	,368
	Sig. (2-tailed)	,767	,230	,041		,064	,455	,849	,525	,646	,590	,520	,185	,054	,097	,541	,537	,571	,071	,088	,067	,046
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p5	Pearson Correlation	,439	,247	,000	,343	1	,103	-,018	-,088	,064	-,075	,208	,242	,173	,150	,056	,228	,314	,162	,044	,549	,389
	Sig. (2-tailed)	,015	,188	1,000	,064		,587	,926	,644	,738	,695	,270	,198	,361	,429	,767	,225	,091	,391	,817	,002	,034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p6	Pearson Correlation	,400	,026	,170	-,142	,103	1	,755	,537	,402	,456	,083	-,038	,241	,233	,166	,142	,260	-,025	-,041	,102	,569
	Sig. (2-tailed)	,028	,893	,369	,455	,587		,000	,002	,028	,011	,663	,844	,199	,216	,379	,455	,165	,895	,830	,591	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p7	Pearson Correlation	,302	,221	,077	-,036	-,018	,755	1	,552	,432	,495	,245	,077	,256	,064	,114	,266	,244	,004	-,075	,140	,601
	Sig. (2-tailed)	,105	,241	,685	,849	,926	,000		,002	,017	,005	,192	,687	,172	,739	,550	,156	,194	,982	,696	,462	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p8	Pearson Correlation	,251	-,034	,257	,121	-,088	,537	,552	1	,527	,346	,125	,000	-,015	,211	,020	,161	,147	,218	,228	,000	,556
	Sig. (2-tailed)	,181	,859	,171	,525	,644	,002	,002		,003	,061	,509	1,000	,936	,263	,917	,397	,437	,247	,225	1,000	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p9	Pearson Correlation	,431	,200	,070	-,087	,064	,402	,432	,527	1	,638	,080	-,046	,011	,057	,184	,262	,080	,062	,017	,042	,507
	Sig. (2-tailed)	,017	,290	,714	,646	,738	,028	,017	,003		,000	,676	,808	,954	,763	,331	,162	,674	,744	,930	,825	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p10	Pearson Correlation	,193	,176	,191	,102	-,075	,456	,495	,346	,638	1	,173	-,054	,116	,157	,249	,068	-,031	,170	,112	,148	,507
	Sig. (2-tailed)	,307	,351	,312	,590	,695	,011	,005	,061	,000		,361	,776	,541	,408	,185	,720	,870	,369	,557	,436	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p11	Pearson Correlation	,279	,015	-,488	,122	,208	,083	,245	,125	,080	,173	1	,711	,139	-,241	-,257	,366	,672	,456	,329	,411	,485

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

**Correlations**

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	Jumlah	
Sig. (2-tailed)	,136	,939	,006	,520	,270	,663	,192	,509	,676	,361		,000	,465	,200	,171	,047	,000	,011	,075	,024	,007	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p12 Pearson Correlation	,299	,179	-,238	,249	,242	-,038	,077	,000	-,046	-,054	,711**	1	,313	,065	-,061	,397	,638**	,265	,192	,335	,449	
Sig. (2-tailed)	,109	,343	,205	,185	,198	,844	,687	1,000	,808	,776	,000		,092	,732	,747	,030	,000	,157	,310	,070	,013	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p13 Pearson Correlation	,384	,327	,095	,356	,173	,241	,256	-,015	,011	,116	,139	,313	1	,078	,278	,000	,326	-,042	-,068	,399	,415	
Sig. (2-tailed)	,036	,077	,619	,054	,361	,199	,172	,936	,954	,541	,465	,092		,683	,137	1,000	,079	,825	,719	,029	,022	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p14 Pearson Correlation	,321	,420	,625**	,309	,150	,233	,064	,211	,057	,157	-,241	,065	,078	1	,331	,205	,075	,183	,277	-,059	,419	
Sig. (2-tailed)	,083	,021	,000	,097	,429	,216	,739	,263	,763	,408	,200	,732	,683		,074	,276	,692	,333	,138	,755	,021	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p15 Pearson Correlation	,079	,200	,402	,116	,056	,166	,114	,020	,184	,249	-,257	-,061	,278	,331	1	,193	-,035	-,117	-,209	-,056	,233	
Sig. (2-tailed)	,678	,289	,028	,541	,767	,379	,550	,917	,331	,185	,171	,747	,137	,074		,306	,852	,538	,268	,769	,215	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p16 Pearson Correlation	,301	,263	-,200	-,117	,228	,142	,266	,161	,262	,068	,366	,397	,000	,205	,193	1	,401	,222	,030	,271	,476**	
Sig. (2-tailed)	,106	,160	,289	,537	,225	,455	,156	,397	,162	,720	,047	,030	1,000	,276	,306		,028	,237	,874	,148	,008	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p17 Pearson Correlation	,587**	,035	-,321	,108	,314	,260	,244	,147	,080	-,031	,672**	,638**	,326	,075	-,035	,401	1	,357	,277	,414	,591**	
Sig. (2-tailed)	,001	,856	,084	,571	,091	,165	,194	,437	,674	,870	,000	,000	,079	,692	,852	,028		,053	,139	,023	,001	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p18 Pearson Correlation	,228	,274	,089	,334	,162	-,025	,004	,218	,062	,170	,456	,265	-,042	,183	-,117	,222	,357	1	,928**	,482**	,548**	
Sig. (2-tailed)	,226	,142	,640	,071	,391	,895	,982	,247	,744	,369	,011	,157	,825	,333	,538	,237	,053		,000	,007	,002	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p19 Pearson Correlation	,189	,247	,193	,317	,044	-,041	-,075	,228	,017	,112	,329	,192	-,068	,277	-,209	,030	,277	,928**	1	,348	,451	
Sig. (2-tailed)	,318	,189	,307	,088	,817	,830	,696	,225	,930	,557	,075	,310	,719	,138	,268	,874	,139	,000		,059	,012	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p20 Pearson Correlation	,489	,272	-,217	,339	,549	,102	,140	,000	,042	,148	,411	,335	,399	-,059	-,056	,271	,414	,482**	,348	1	,550**	
Sig. (2-tailed)	,006	,147	,250	,067	,002	,591	,462	1,000	,825	,436	,024	,070	,029	,755	,769	,148	,023	,007	,059		,002	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah Pearson Correlation	,685**	,466**	,210	,368	,389	,569**	,601**	,556**	,507**	,507**	,485**	,449	,415	,419	,233	,476**	,591**	,548**	,451	,550**	1	
Sig. (2-tailed)	,000	,010	,265	,046	,034	,001	,000	,001	,004	,004	,007	,013	,022	,021	,215	,008	,001	,002	,012	,002		
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan, atau penyempurnaan terjemahan.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa







**Reliability**

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

**n**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	20

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	82,77	29,564	,634	,804
p2	83,30	30,838	,393	,814
p3	83,37	32,516	,146	,823
p4	83,33	31,471	,292	,818
p5	82,93	31,306	,312	,817
p6	83,43	28,668	,463	,810
p7	83,47	28,464	,503	,807
p8	83,47	28,120	,427	,815
p9	83,23	29,909	,415	,813
p10	83,17	30,351	,430	,812
p11	82,83	30,902	,419	,813
p12	83,03	30,654	,365	,815
p13	83,43	31,220	,343	,816
p14	83,37	31,275	,350	,816
p15	83,17	32,213	,151	,824
p16	82,87	30,326	,389	,814
p17	82,87	29,223	,508	,807
p18	83,07	29,444	,458	,810
p19	83,00	30,414	,358	,816
p20	83,03	29,689	,467	,810

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



## B. Angket Minat Beli Pada E-commerce Correlations

		Correlations											
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	Jumlah
p1	Pearson Correlation	1	,456*	,360	,345	,098	-,018	,144	,168	,324	,499**	,156	,488*
	Sig. (2-tailed)		,011	,051	,062	,608	,923	,448	,376	,080	,005	,409	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p2	Pearson Correlation	,456*	1	,564**	,100	,085	-,096	,222	,232	,088	,223	-,178	,396
	Sig. (2-tailed)	,011		,001	,598	,655	,614	,239	,217	,645	,237	,346	,030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p3	Pearson Correlation	,360	,564**	1	,261	,103	,250	,435*	,537**	,253	,221	,036	,657**
	Sig. (2-tailed)	,051	,001		,164	,587	,183	,016	,002	,177	,241	,849	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p4	Pearson Correlation	,345	,100	,261	1	,354	,466**	,160	,286	,405*	,353	,436*	,630*
	Sig. (2-tailed)	,062	,598	,164		,055	,009	,397	,125	,026	,056	,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p5	Pearson Correlation	,098	,085	,103	,354	1	,056	,295	,000	,344	,449*	,321	,471*
	Sig. (2-tailed)	,608	,655	,587	,055		,767	,114	1,000	,063	,013	,084	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p6	Pearson Correlation	-,018	-,096	,250	,466**	,056	1	,115	,526**	,220	,042	,474**	,506**
	Sig. (2-tailed)	,923	,614	,183	,009	,767		,544	,003	,243	,824	,008	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p7	Pearson Correlation	,144	,222	,435*	,160	,295	,115	1	,598**	,460*	,348	,333	,641**
	Sig. (2-tailed)	,448	,239	,016	,397	,114	,544		,000	,011	,059	,072	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p8	Pearson Correlation	,168	,232	,537**	,286	,000	,526**	,598**	1	,354	,220	,426*	,697**
	Sig. (2-tailed)	,376	,217	,002	,125	1,000	,003	,000		,055	,244	,019	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p9	Pearson Correlation	,324	,088	,253	,405*	,344	,220	,460*	,354	1	,798**	,585**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,080	,645	,177	,026	,063	,243	,011	,055		,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p10	Pearson Correlation	,499**	,223	,221	,353	,449*	,042	,348	,220	,798**	1	,563**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,005	,237	,241	,056	,013	,824	,059	,244	,000		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p11	Pearson Correlation	,156	-,178	,036	,436*	,321	,474**	,333	,426*	,585**	,563**	1	,623**
	Sig. (2-tailed)	,409	,346	,849	,016	,084	,008	,072	,019	,001	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah	Pearson Correlation	,488**	,396*	,657**	,630**	,471*	,506**	,641**	,697**	,718**	,679**	,623**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,030	,000	,000	,009	,004	,000	,000	,000	,000	,000	

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

**Correlations**

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	Jumlah
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).  
 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability**

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	11

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	39,73	18,478	,403	,800
p2	39,73	18,685	,289	,807
p3	40,37	15,275	,495	,796
p4	40,03	17,068	,532	,787
p5	39,70	17,666	,325	,808
p6	40,23	17,289	,354	,806
p7	40,07	16,892	,540	,786
p8	40,33	16,161	,595	,779
p9	40,13	16,464	,634	,777
p10	39,93	16,961	,595	,782
p11	40,07	17,237	,528	,788

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan atau keperluan resmi yang wajar.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



## LAMPIRAN 4

### KUESIONER PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE

Terima kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan salah satu instrumen penelitian yang dilakukan oleh Aulia Putri Islami, mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk memenuhi tugas penyelesaian Skripsi Program Sarjana. Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan Anda. Atas kerjasama dan bantuan Anda, saya ucapkan terima kasih.

#### DAFTAR PERTANYAAN DAN PERNYATAAN

##### III. IDENTITAS DATA RESPONDEN

5. Nama :
6. Nim :
7. Kelas :
8. Jenis Kelamin : (Laki-laki/ Perempuan)

##### IV. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Pada lembar ini terdapat beberapa pernyataan yang harus Anda isi dan diharapkan agar dijawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
- b. Dalam menjawab pernyataan-pernyataan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- c. Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling benar sesuai dengan kondisi yang ada dengan jalan memberikan tanda *checklist* (√) pada lembar yang telah disediakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pilihlah Jawaban	Keterangan
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
KS	Kurang Setuju
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

### C. Electronic Word Of Mouth (X)

No	Electronic Word Of Mouth					
	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering membaca review-review dari konsumen lain tentang suatu produk dan jasa sebelum melakukan pembelian melalui e-commerce.					
2	Saya melihat deskripsi produk dan jasa yang ditawarkan sebelum melakukan pembelian melalui e-commerce.					
3	Saya seelalu memberikan nilai atau ranting kepada sebuah produk dan jasa yang telah dibeli melalui e-commerce					
4	Sebelum melakukan pembelian, saya membaca ulasan-ulasan mengenai produk yang ingin saya beli dan membandingkan dengan ulasan-ulasan lainnya.					
5	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang jelas mengenai suatu produk dan jasa					
6	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang jelas mengenai bahan suatu produk dan jasa					
7	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang cukup mengenai manfaat suatu produk dan jasa					
8	Menurut saya e-commerce memberikan informasi yang cukup mengenai harga suatu produk dan jasa.					
9	Saya mengetahui kegunaan suatu produk dan jasa melalui e-commerce.					
10	Saya tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki review yang positif					
11	Saya tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki ranting yang bagus					

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

1	Saya selalu memberikan review yang baik apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce bagus					
1	Saya selalu memberikan ranting yang baik apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce sesuai dengan informasi yang diberikan					
14	Saya tidak tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki review yang negatif					
1	Saya tidak tertarik untuk melakukan pembelian pada e-commerce apabila sebuah produk dan jasa memiliki ranting yang buruk					
1	Saya selalu memberikan review yang jelek apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce tidak bagus					
17	Saya selalu memberikan ranting yang jelek apabila suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce tidak sesuai dengan informasi yang diberikan					
18	Saya tidak akan merekomendasikan kepada orang lain tentang suatu produk dan jasa yang dibeli pada e-commerce jika tidak merasa puas					

**D.Minat Beli Pada E-commerce (Y)**

No	Kemandirian belajar siswa					
	PERNYATAAN	SS	S	KR	TS	STS
1	Saya tertarik untuk membeli produk dan jasa pada e-commerce karna lebih mudah dan praktis					
2	Saya berminat untuk membeli produk dan jasa pada e-commerce karna lebih banyak pilihan					
3	Saya berminat membeli produk dan jasa pada e-commerce karena produknya memuaskan					
4	Saya tertarik untuk membeli produk dan jasa pada e-commerce karena lebih murah					
5	Saya akan merekomendasikan ke orang lain untuk membeli produk dan jasa pada E-commerce apabila produk tersebut memuaskan					
6	Saya akan memberi testimony yang positif mengenai E-commerce kepada orang lain					
7	Saya lebih berminat membeli produk dan jasa pada E-commerce dari pada ditoko secara langsung karena lebih menghemat waktu dan					



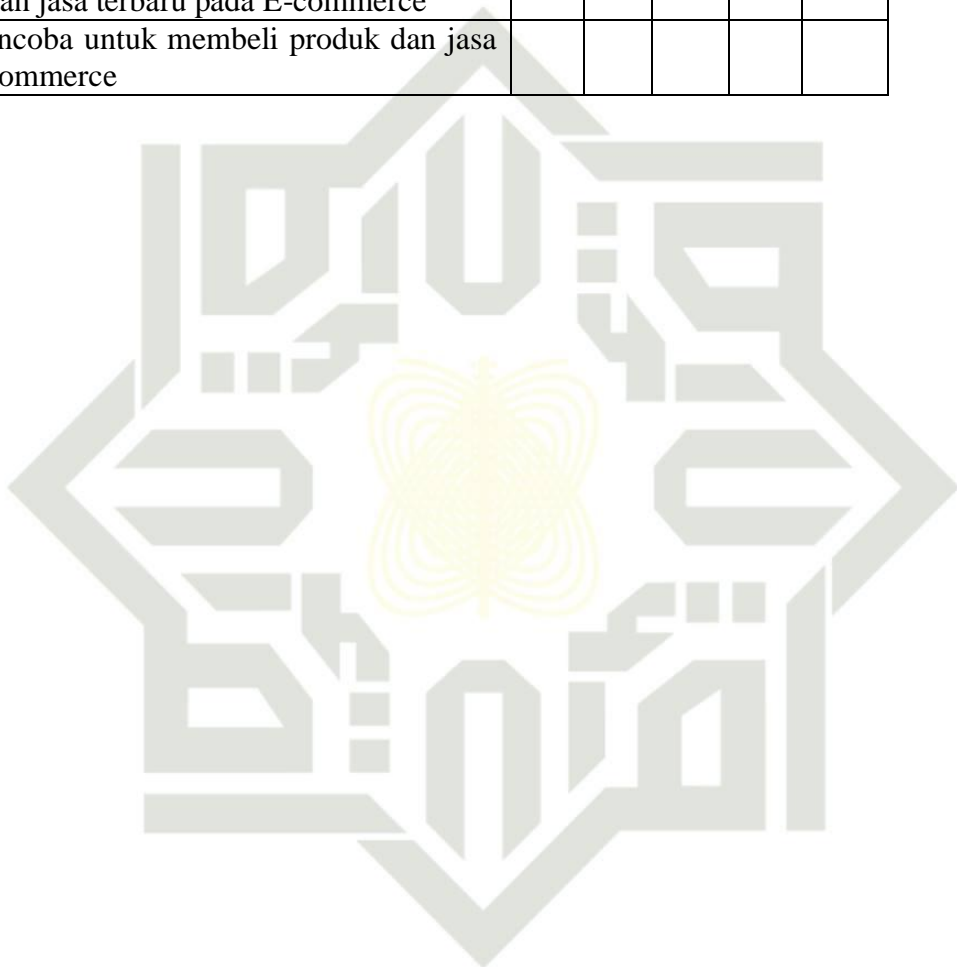
	biaya					
8	Saya menjadikan E-commerce sebagai prioritas pilihan pertama untuk membeli produk dan jasa dibandingkan ditoko secara langsung					
9	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai produk dan jasa pada E-commerce					
10	Saya selalu tertarik mencari informasi tentang produk dan jasa terbaru pada E-commerce					
11	Saya mencoba untuk membeli produk dan jasa pada E-commerce					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**LAMPIRAN 5. Data Mentah Hasil Penelitian Electronic Word Of Mouth**

No	Nama	JK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Total
01	Res 01	PR	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	85
02	Res 02	PR	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	83
03	Res 03	PR	5	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	1	1	4	72
04	Res 04	PR	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
05	Res 05	PR	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	2	5	76
06	Res 06	PR	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	82
07	Res 07	PR	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	64
08	Res 08	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	85
09	Res 09	PR	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	80
10	Res 10	PR	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	69
11	Res 11	PR	5	5	4	5	5	4	2	3	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	77
12	Res 12	PR	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	82
13	Res 13	PR	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	2	2	4	71
14	Res 14	PR	4	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	78
15	Res 15	PR	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	77
16	Res 16	LK	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	66
17	Res 17	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	87
18	Res 18	PR	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	86
19	Res 19	PR	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
20	Res 20	PR	5	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	85
21	Res 21	LK	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	70
22	Res 22	PR	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	71
23	Res 23	PR	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	81
24	Res 24	PR	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	77
25	Res 25	PR	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	3	4	72
26	Res 26	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	88
27	Res 27	PR	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	83
28	Res 28	PR	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	77
29	Res 29	PR	5	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	4	3	71
30	Res 30	LK	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	79
31	Res 31	LK	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	79
32	Res 32	PR	4	4	3	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	78
33	Res 33	LK	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	76
34	Res 34	LK	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	3	73
35	Res 35	PR	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	76
36	Res 36	LK	5	4	3	4	2	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	67
37	Res 37	LK	4	5	5	4	3	3	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	74
38	Res 38	PR	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	86
39	Res 39	LK	4	5	1	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	80

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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





81	Res 81	LK	3	5	2	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	4	3	3	69
82	Res 82	LK	5	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	62
83	Res 83	LK	2	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	60
84	Res 84	PR	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	82
85	Res 85	LK	4	5	3	3	2	3	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	71
86	Res 86	PR	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	75
87	Res 87	PR	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	84
88	Res 88	LK	4	5	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	81
89	Res 89	PR	3	5	3	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	66
90	Res 90	PR	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	64
91	Res 91	LK	4	5	3	3	2	3	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	71
92	Res 92	PR	5	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	64
93	Res 93	PR	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	84
94	Res 94	LK	4	5	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	81
95	Res 95	PR	3	5	3	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	67
96	Res 96	PR	4	5	3	4	3	3	5	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	3	69
97	Res 97	LK	4	5	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	81
98	Res 98	PR	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Lampiran 6. Data Mentah Hasil Penelitian Minat Beli Pada E-commerce**

No	Kode	JK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
1	Res 01	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
2	Res 02	PR	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	48
3	Res 03	PR	5	5	3	5	5	4	3	3	3	3	5	44
4	Res 04	PR	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	51
5	Res 05	PR	5	5	4	5	5	5	2	2	4	4	4	45
6	Res 06	PR	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	51
7	Res 07	PR	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	40
8	Res 08	PR	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	52
9	Res 09	PR	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	49
10	Res 10	PR	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	5	42
11	Res 11	PR	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	51
12	Res 12	PR	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	52
13	Res 13	PR	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	48
14	Res 14	PR	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	49
15	Res 15	PR	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
16	Res 16	LK	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	39
17	Res 17	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
18	Res 18	PR	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	52
19	Res 19	PR	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	41
20	Res 20	PR	5	5	4		5	5	5	5	5	4	4	47
21	Res 21	LK	5	5	5	5	5	5	2	3	4	2	5	46
22	Res 22	PR	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	43
23	Res 23	PR	5	5	3	5	5	3	2	2	5	5	5	45
24	Res 24	PR	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	46
25	Res 25	PR	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
26	Res 26	PR	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	52
27	Res 27	PR	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
28	Res 28	PR	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	46
29	Res 29	PR	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	42
30	Res 30	LK	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
31	Res 31	LK	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	51
32	Res 32	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
33	Res 33	LK	4	4	3	5	5	5	5	5	3	4	5	48
34	Res 34	LK	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	36
35	Res 35	PR	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	37
36	Res 36	LK	4	3	5	4	4	5	3	3	3	5	3	42
37	Res 37	LK	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	41
38	Res 38	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54
39	Res 39	LK	5	1	2	5	5	4	5	5	4	4	5	45

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

40	Res 40	LK	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	35
41	Res 41	PR	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	37
42	Res 42	PR	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	41
43	Res 43	LK	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	34
44	Res 44	PR	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
45	Res 45	LK	5	3	4	4	3	3	1	4	3	5	2	37
46	Res 46	LK	5	3	1	3	4	4	2	3	2	5	2	34
47	Res 47	PR	3	5	4	5	3	4	3	5	3	3	3	41
48	Res 48	LK	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	44
49	Res 49	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	54
50	Res 50	PR	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	36
51	Res 51	PR	3	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	48
52	Res 52	PR	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	38
53	Res 53	PR	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	46
54	Res 54	PR	5	4	3	5	5	5	5	5	3	3	5	48
55	Res 55	PR	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	31
56	Res 56	PR	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	46
57	Res 57	PR	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	51
58	Res 58	PR	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	49
59	Res 59	LK	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	41
60	Res 60	LK	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
61	Res 61	LK	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
62	Res 62	PR	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	37
63	Res 63	LK	4	5	3	4	5	4	4	5	3	1	5	43
64	Res 64	PR	3	3	3	5	5	5	3	4	3	3	3	40
65	Res 65	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	53
66	Res 66	LK	5	4	5	5	4	4	4	5	3	3	5	47
67	Res 67	PR	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	36
68	Res 68	PR	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	37
69	Res 69	PR	3	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	48
70	Res 70	PR	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	31
71	Res 71	PR	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	46
72	Res 72	PR	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
73	Res 73	PR	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	33
74	Res 74	PR	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	51
75	Res 75	PR	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	31
76	Res 76	PR	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	46
77	Res 77	PR	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
78	Res 78	PR	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	33
79	Res 79	PR	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	51
80	Res 80	PR	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	49



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

81	Res 81	LK	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	41
82	Res 82	LK	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	34
83	Res 83	LK	4	4	3	5	3	3	3	4	2	3	4	38
84	Res 84	PR	3	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	47
85	Res 85	LK	4	5	3	4	5	4	4	5	3	1	5	43
86	Res 86	PR	3	3	3	5	5	5	3	4	3	3	3	40
87	Res 87	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	53
88	Res 88	LK	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	43
89	Res 89	PR	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	39
90	Res 90	PR	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	34
91	Res 91	LK	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	32
92	Res 92	PR	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	30
93	Res 93	PR	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	53
94	Res 94	LK	5	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	39
95	Res 95	PR	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	39
96	Res 96	PR	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	46
97	Res 97	LK	5	4	5	5	4	4	4	5	3	3	5	47
98	Res 98	PR	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	42

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

## Lampiran 7. Distribusi Jawaban Responden

### 1. Electronic Word Of Mouth

#### Frequency Table

		Pertanyaan 1			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Kurang Setuju	8	8,2	8,2	10,2
	Setuju	39	39,8	39,8	50,0
	Sangat Setuju	49	50,0	50,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

		Pertanyaan 2			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Kurang Setuju	11	11,2	11,2	11,2
	Setuju	27	27,6	27,6	38,8
	Sangat Setuju	60	61,2	61,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

		Pertanyaan 3			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	8	8,2	8,2	9,2
	Kurang Setuju	26	26,5	26,5	35,7
	Setuju	39	39,8	39,8	75,5
	Sangat Setuju	24	24,5	24,5	100,0
Total	98	100,0	100,0		

		Pertanyaan 4			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Kurang Setuju	28	28,6	28,6	28,6
	Setuju	42	42,9	42,9	71,4
	Sangat Setuju	28	28,6	28,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

		Pertanyaan 5			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Tidak Setuju	4	4,1	4,1	4,1
	Kurang Setuju	12	12,2	12,2	16,3
	Setuju	58	59,2	59,2	75,5
	Sangat Setuju	24	24,5	24,5	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Pertanyaan 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	22	22,4	22,4	22,4
	Setuju	51	52,0	52,0	74,5
	Sangat Setuju	25	25,5	25,5	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Kurang Setuju	4	4,1	4,1	5,1
	Setuju	26	26,5	26,5	31,6
	Sangat Setuju	67	68,4	68,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Kurang Setuju	14	14,3	14,3	16,3
	Setuju	32	32,7	32,7	49,0
	Sangat Setuju	50	51,0	51,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	17	17,3	17,3	17,3
	Setuju	41	41,8	41,8	59,2
	Sangat Setuju	40	40,8	40,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,1	3,1	3,1
	Kurang Setuju	23	23,5	23,5	26,5
	Setuju	38	38,8	38,8	65,3
	Sangat Setuju	34	34,7	34,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	7,1	7,1	7,1
	Setuju	34	34,7	34,7	41,8
	Sangat Setuju	57	58,2	58,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,1	5,1	5,1
	Kurang Setuju	21	21,4	21,4	26,5
	Setuju	29	29,6	29,6	56,1
	Sangat Setuju	43	43,9	43,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

**Pertanyaan 13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	23	23,5	23,5	23,5
	Setuju	43	43,9	43,9	67,3
	Sangat Setuju	32	32,7	32,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Kurang Setuju	19	19,4	19,4	20,4
	Setuju	44	44,9	44,9	65,3
	Sangat Setuju	34	34,7	34,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Kurang Setuju	17	17,3	17,3	19,4
	Setuju	36	36,7	36,7	56,1
	Sangat Setuju	43	43,9	43,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3,1	3,1	3,1
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	5,1
	Kurang Setuju	15	15,3	15,3	20,4
	Setuju	40	40,8	40,8	61,2
	Sangat Setuju	38	38,8	38,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	5	5,1	5,1	6,1
	Kurang Setuju	34	34,7	34,7	40,8
	Setuju	37	37,8	37,8	78,6
	Sangat Setuju	21	21,4	21,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Pertanyaan 18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,1	5,1	5,1
	Kurang Setuju	35	35,7	35,7	40,8
	Setuju	37	37,8	37,8	78,6
	Sangat Setuju	21	21,4	21,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

## 2. Jawaban Angket Minat Beli

## Frequency Table

		Pertanyaan 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,1	3,1	3,1
	Kurang Setuju	24	24,5	24,5	27,6
	Setuju	33	33,7	33,7	61,2
	Sangat Setuju	38	38,8	38,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

		Pertanyaan 2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Kurang Setuju	24	24,5	24,5	25,5
	Setuju	42	42,9	42,9	68,4
	Sangat Setuju	31	31,6	31,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

		Pertanyaan 3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	4	4,1	4,1	5,1
	Kurang Setuju	30	30,6	30,6	35,7
	Setuju	36	36,7	36,7	72,4
	Sangat Setuju	27	27,6	27,6	100,0
Total	98	100,0	100,0		

		Pertanyaan 4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1,0	1,0	1,0
	Kurang Setuju	25	25,5	25,5	26,5
	Setuju	36	36,7	36,7	63,3
	Sangat Setuju	36	36,7	36,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

		Pertanyaan 5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Kurang Setuju	25	25,5	25,5	26,5
	Setuju	35	35,7	35,7	62,2
	Sangat Setuju	37	37,8	37,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

#### Pertanyaan 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	31	31,6	31,6	31,6
	Setuju	39	39,8	39,8	71,4
	Sangat Setuju	28	28,6	28,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

#### Pertanyaan 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	4	4,1	4,1	5,1
	Kurang Setuju	31	31,6	31,6	36,7
	Setuju	35	35,7	35,7	72,4
	Sangat Setuju	27	27,6	27,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

#### Pertanyaan 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,1	6,1	6,1
	Kurang Setuju	28	28,6	28,6	34,7
	Setuju	28	28,6	28,6	63,3
	Sangat Setuju	36	36,7	36,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

#### Pertanyaan 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8,2	8,2	8,2
	Kurang Setuju	47	48,0	48,0	56,1
	Setuju	31	31,6	31,6	87,8
	Sangat Setuju	12	12,2	12,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

#### Pertanyaan 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3,1	3,1	3,1
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	5,1
	Kurang Setuju	36	36,7	36,7	41,8
	Setuju	39	39,8	39,8	81,6
	Sangat Setuju	18	18,4	18,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

#### Pertanyaan 11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,1	4,1	4,1
	Kurang Setuju	21	21,4	21,4	25,5
	Setuju	33	33,7	33,7	59,2
	Sangat Setuju	40	40,8	40,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Lampiran 8. Perubahan Data Ordinal Ke Interval**

$$\text{Rumus: } T_i = 50 + 10 \frac{(X_i - \bar{X})}{SD}$$

Keterangan:

- $X_i$  = Variabel data ordinal
- $\bar{X}$  = Mean (rata-rata)
- SD = Standar Deviasi

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA DAN STANDAR DEVIASI DATA DATA ORDINAL VARIABEL X**

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Data Ordinal Electronic Word of Mouth	98	60	89	74,64286	7,712956
Valid N (listwise)	98				

**TABEL PERUBAHAN DATA ORDINAL KE INTERVAL**

No	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
1	Res 01	85	74,64286	7,712956	63,42824
2	Res 02	83	74,64286	7,712956	60,83520
3	Res 03	72	74,64286	7,712956	46,57348
4	Res 04	89	74,64286	7,712956	68,61432
5	Res 05	76	74,64286	7,712956	51,75956
6	Res 06	82	74,64286	7,712956	59,53868
7	Res 07	64	74,64286	7,712956	36,20133
8	Res 08	85	74,64286	7,712956	63,42824
9	Res 09	80	74,64286	7,712956	56,94564
10	Res 10	69	74,64286	7,712956	42,68392
11	Res 11	77	74,64286	7,712956	53,05608
12	Res 12	82	74,64286	7,712956	59,53868
13	Res 13	71	74,64286	7,712956	45,27696
14	Res 14	78	74,64286	7,712956	54,35260
15	Res 15	77	74,64286	7,712956	53,05608
16	Res 16	66	74,64286	7,712956	38,79436
17	Res 17	87	74,64286	7,712956	66,02128

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



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

No	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
18	Res 18	86	74,64286	7,712956	64,72476
19	Res 19	87	74,64286	7,712956	66,02128
20	Res 20	85	74,64286	7,712956	63,42824
21	Res 21	70	74,64286	7,712956	43,98044
22	Res 22	71	74,64286	7,712956	45,27696
23	Res 23	81	74,64286	7,712956	58,24216
24	Res 24	77	74,64286	7,712956	53,05608
25	Res 25	72	74,64286	7,712956	46,57348
26	Res 26	88	74,64286	7,712956	67,31780
27	Res 27	83	74,64286	7,712956	60,83520
28	Res 28	77	74,64286	7,712956	53,05608
29	Res 29	71	74,64286	7,712956	45,27696
30	Res 30	79	74,64286	7,712956	55,64912
31	Res 31	79	74,64286	7,712956	55,64912
32	Res 32	78	74,64286	7,712956	54,35260
33	Res 33	76	74,64286	7,712956	51,75956
34	Res 34	73	74,64286	7,712956	47,87000
35	Res 35	76	74,64286	7,712956	51,75956
36	Res 36	67	74,64286	7,712956	40,09088
37	Res 37	74	74,64286	7,712956	49,16652
38	Res 38	86	74,64286	7,712956	64,72476
39	Res 39	80	74,64286	7,712956	56,94564
40	Res 40	69	74,64286	7,712956	42,68392
41	Res 41	68	74,64286	7,712956	41,38740
42	Res 42	70	74,64286	7,712956	43,98044
43	Res 43	61	74,64286	7,712956	32,31177
44	Res 44	76	74,64286	7,712956	51,75956
45	Res 45	65	74,64286	7,712956	37,49785
46	Res 46	73	74,64286	7,712956	47,87000
47	Res 47	63	74,64286	7,712956	34,90481
48	Res 48	79	74,64286	7,712956	55,64912
49	Res 49	80	74,64286	7,712956	56,94564
50	Res 50	73	74,64286	7,712956	47,87000
51	Res 51	80	74,64286	7,712956	56,94564
52	Res 52	70	74,64286	7,712956	43,98044
53	Res 53	66	74,64286	7,712956	38,79436
54	Res 54	72	74,64286	7,712956	46,57348

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

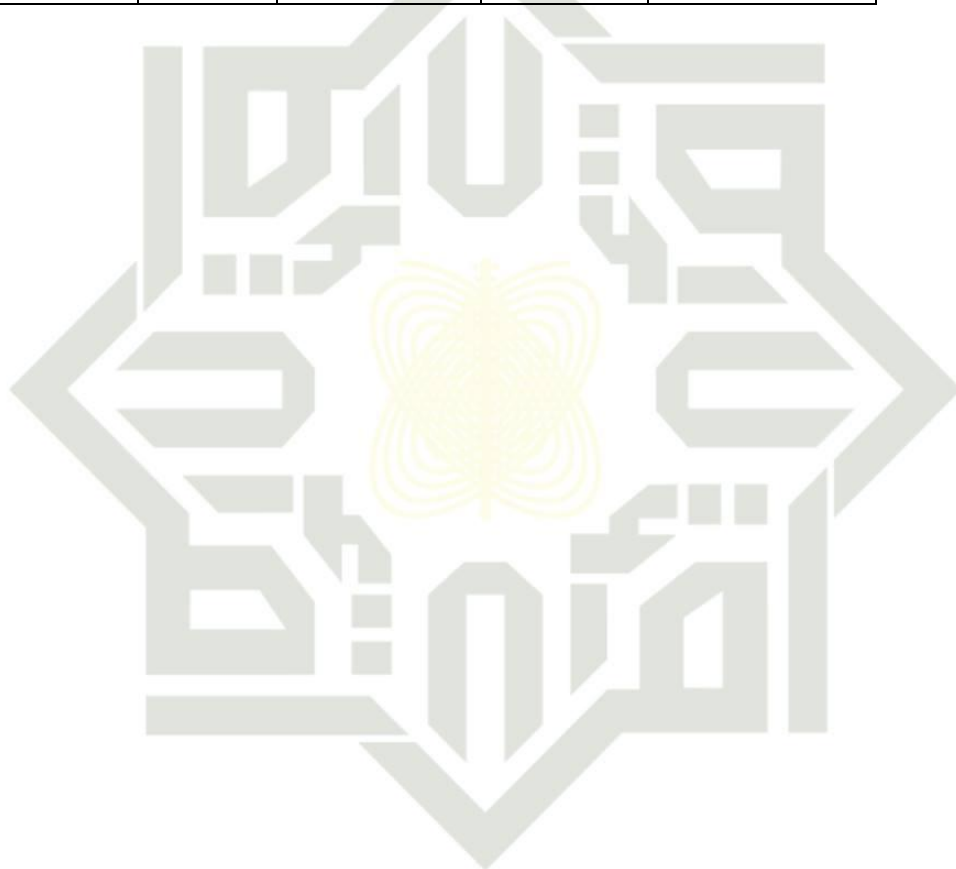
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

No	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
55	Res 55	61	74,64286	7,712956	32,31177
56	Res 56	88	74,64286	7,712956	67,31780
57	Res 57	82	74,64286	7,712956	59,53868
58	Res 58	70	74,64286	7,712956	43,98044
59	Res 59	68	74,64286	7,712956	41,38740
60	Res 60	69	74,64286	7,712956	42,68392
61	Res 61	65	74,64286	7,712956	37,49785
62	Res 62	82	74,64286	7,712956	59,53868
63	Res 63	71	74,64286	7,712956	45,27696
64	Res 64	69	74,64286	7,712956	42,68392
65	Res 65	84	74,64286	7,712956	62,13172
66	Res 66	81	74,64286	7,712956	58,24216
67	Res 67	74	74,64286	7,712956	49,16652
68	Res 68	62	74,64286	7,712956	33,60829
69	Res 69	80	74,64286	7,712956	56,94564
70	Res 70	75	74,64286	7,712956	50,46304
71	Res 71	66	74,64286	7,712956	38,79436
72	Res 72	72	74,64286	7,712956	46,57348
73	Res 73	61	74,64286	7,712956	32,31177
74	Res 74	88	74,64286	7,712956	67,31780
75	Res 75	70	74,64286	7,712956	43,98044
76	Res 76	74	74,64286	7,712956	49,16652
77	Res 77	72	74,64286	7,712956	46,57348
78	Res 78	63	74,64286	7,712956	34,90481
79	Res 79	88	74,64286	7,712956	67,31780
80	Res 80	70	74,64286	7,712956	43,98044
81	Res 81	69	74,64286	7,712956	42,68392
82	Res 82	62	74,64286	7,712956	33,60829
83	Res 83	60	74,64286	7,712956	31,01525
84	Res 84	82	74,64286	7,712956	59,53868
85	Res 85	71	74,64286	7,712956	45,27696
86	Res 86	75	74,64286	7,712956	50,46304
87	Res 87	84	74,64286	7,712956	62,13172
88	Res 88	81	74,64286	7,712956	58,24216
89	Res 89	66	74,64286	7,712956	38,79436
90	Res 90	64	74,64286	7,712956	36,20133
91	Res 91	71	74,64286	7,712956	45,27696

	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
92	Res 92	64	74,64286	7,712956	36,20133
93	Res 93	84	74,64286	7,712956	62,13172
94	Res 94	81	74,64286	7,712956	58,24216
95	Res 95	67	74,64286	7,712956	40,09088
96	Res 96	69	74,64286	7,712956	42,68392
97	Res 97	81	74,64286	7,712956	58,24216
98	Res 98	75	74,64286	7,712956	50,46304

#### Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Perubahan Data Ordinal Ke Interval**

$$\text{Rumus: } T_i = 50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$$

Keterangan:

- $T_i$  = Variabel data ordinal
- $\bar{Y}$  = Mean (rata-rata)
- $SD$  = Standar Deviasi

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA DAN STANDAR DEVIASI DATA DATA ORDINAL VARIABEL Y**

**Descriptives**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Data Ordinal Minat Beli	98	30	55	43,20408	6,754852
Valid N (listwise)	98				

**TABEL PERUBAHAN DATA ORDINAL KE INTERVAL**

No	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
1	Res 01	55	43,20408	6,754852	67,46288
2	Res 02	48	43,20408	6,754852	57,09996
3	Res 03	44	43,20408	6,754852	51,17829
4	Res 04	51	43,20408	6,754852	61,54121
5	Res 05	45	43,20408	6,754852	52,65871
6	Res 06	51	43,20408	6,754852	61,54121
7	Res 07	40	43,20408	6,754852	45,25662
8	Res 08	52	43,20408	6,754852	63,02163
9	Res 09	49	43,20408	6,754852	58,58038
10	Res 10	42	43,20408	6,754852	48,21746
11	Res 11	51	43,20408	6,754852	61,54121
12	Res 12	52	43,20408	6,754852	63,02163
13	Res 13	48	43,20408	6,754852	57,09996
14	Res 14	49	43,20408	6,754852	58,58038
15	Res 15	43	43,20408	6,754852	49,69787
16	Res 16	39	43,20408	6,754852	43,77620
17	Res 17	55	43,20408	6,754852	67,46288
18	Res 18	52	43,20408	6,754852	63,02163
19	Res 19	41	43,20408	6,754852	46,73704



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

No	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
20	Res 20	47	43,20408	6,754852	55,61954
21	Res 21	46	43,20408	6,754852	54,13913
22	Res 22	43	43,20408	6,754852	49,69787
23	Res 23	45	43,20408	6,754852	52,65871
24	Res 24	46	43,20408	6,754852	54,13913
25	Res 25	44	43,20408	6,754852	51,17829
26	Res 26	52	43,20408	6,754852	63,02163
27	Res 27	45	43,20408	6,754852	52,65871
28	Res 28	46	43,20408	6,754852	54,13913
29	Res 29	42	43,20408	6,754852	48,21746
30	Res 30	44	43,20408	6,754852	51,17829
31	Res 31	51	43,20408	6,754852	61,54121
32	Res 32	55	43,20408	6,754852	67,46288
33	Res 33	48	43,20408	6,754852	57,09996
34	Res 34	36	43,20408	6,754852	39,33495
35	Res 35	37	43,20408	6,754852	40,81537
36	Res 36	42	43,20408	6,754852	48,21746
37	Res 37	41	43,20408	6,754852	46,73704
38	Res 38	54	43,20408	6,754852	65,98246
39	Res 39	45	43,20408	6,754852	52,65871
40	Res 40	35	43,20408	6,754852	37,85454
41	Res 41	37	43,20408	6,754852	40,81537
42	Res 42	41	43,20408	6,754852	46,73704
43	Res 43	34	43,20408	6,754852	36,37412
44	Res 44	44	43,20408	6,754852	51,17829
45	Res 45	37	43,20408	6,754852	40,81537
46	Res 46	34	43,20408	6,754852	36,37412
47	Res 47	41	43,20408	6,754852	46,73704
48	Res 48	44	43,20408	6,754852	51,17829
49	Res 49	54	43,20408	6,754852	65,98246
50	Res 50	36	43,20408	6,754852	39,33495
51	Res 51	48	43,20408	6,754852	57,09996
52	Res 52	38	43,20408	6,754852	42,29579
53	Res 53	46	43,20408	6,754852	54,13913
54	Res 54	48	43,20408	6,754852	57,09996
55	Res 55	31	43,20408	6,754852	31,93287
56	Res 56	46	43,20408	6,754852	54,13913

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

No	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
57	Res 57	51	43,20408	6,754852	61,54121
58	Res 58	49	43,20408	6,754852	58,58038
59	Res 59	41	43,20408	6,754852	46,73704
60	Res 60	35	43,20408	6,754852	37,85454
61	Res 61	32	43,20408	6,754852	33,41328
62	Res 62	37	43,20408	6,754852	40,81537
63	Res 63	43	43,20408	6,754852	49,69787
64	Res 64	40	43,20408	6,754852	45,25662
65	Res 65	53	43,20408	6,754852	64,50205
66	Res 66	47	43,20408	6,754852	55,61954
67	Res 67	36	43,20408	6,754852	39,33495
68	Res 68	37	43,20408	6,754852	40,81537
69	Res 69	48	43,20408	6,754852	57,09996
70	Res 70	31	43,20408	6,754852	31,93287
71	Res 71	46	43,20408	6,754852	54,13913
72	Res 72	32	43,20408	6,754852	33,41328
73	Res 73	33	43,20408	6,754852	34,89370
74	Res 74	51	43,20408	6,754852	61,54121
75	Res 75	31	43,20408	6,754852	31,93287
76	Res 76	46	43,20408	6,754852	54,13913
77	Res 77	32	43,20408	6,754852	33,41328
78	Res 78	33	43,20408	6,754852	34,89370
79	Res 79	51	43,20408	6,754852	61,54121
80	Res 80	49	43,20408	6,754852	58,58038
81	Res 81	41	43,20408	6,754852	46,73704
82	Res 82	34	43,20408	6,754852	36,37412
83	Res 83	38	43,20408	6,754852	42,29579
84	Res 84	47	43,20408	6,754852	55,61954
85	Res 85	43	43,20408	6,754852	49,69787
86	Res 86	40	43,20408	6,754852	45,25662
87	Res 87	53	43,20408	6,754852	64,50205
88	Res 88	43	43,20408	6,754852	49,69787
89	Res 89	39	43,20408	6,754852	43,77620
90	Res 90	34	43,20408	6,754852	36,37412
91	Res 91	32	43,20408	6,754852	33,41328
92	Res 92	30	43,20408	6,754852	30,45245
93	Res 93	53	43,20408	6,754852	64,50205

No	Kode	Data Ordinal	Mean	SD	$50 + 10 \frac{(Y_i - \bar{Y})}{SD}$
94	Res 94	39	43,20408	6,754852	43,77620
95	Res 95	39	43,20408	6,754852	43,77620
96	Res 96	46	43,20408	6,754852	54,13913
97	Res 97	47	43,20408	6,754852	55,61954
98	Res 98	42	43,20408	6,754852	48,21746

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Lampiran 9. Pasangan Data Variabel X Dan Y**

Kode Responden	<i>Electronic Word of Mouth</i>		Minat Beli Pada E-commerce	
	Data Ordinal	Interval	Data Ordinal	Interval
Res 01	85	63,42824	55	67,46288
Res 02	83	60,83520	48	57,09996
Res 03	72	46,57348	44	51,17829
Res 04	89	68,61432	51	61,54121
Res 05	76	51,75956	45	52,65871
Res 06	82	59,53868	51	61,54121
Res 07	64	36,20133	40	45,25662
Res 08	85	63,42824	52	63,02163
Res 09	80	56,94564	49	58,58038
Res 10	69	42,68392	42	48,21746
Res 11	77	53,05608	51	61,54121
Res 12	82	59,53868	52	63,02163
Res 13	71	45,27696	48	57,09996
Res 14	78	54,35260	49	58,58038
Res 15	77	53,05608	43	49,69787
Res 16	66	38,79436	39	43,77620
Res 17	87	66,02128	55	67,46288
Res 18	86	64,72476	52	63,02163
Res 19	87	66,02128	41	46,73704
Res 20	85	63,42824	47	55,61954
Res 21	70	43,98044	46	54,13913
Res 22	71	45,27696	43	49,69787
Res 23	81	58,24216	45	52,65871
Res 24	77	53,05608	46	54,13913
Res 25	72	46,57348	44	51,17829
Res 26	88	67,31780	52	63,02163
Res 27	83	60,83520	45	52,65871
Res 28	77	53,05608	46	54,13913
Res 29	71	45,27696	42	48,21746
Res 30	79	55,64912	44	51,17829
Res 31	79	55,64912	51	61,54121
Res 32	78	54,35260	55	67,46288
Res 33	76	51,75956	48	57,09996
Res 34	73	47,87000	36	39,33495
Res 35	76	51,75956	37	40,81537

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



Kode Responden	<i>Electronic Word of Mouth</i>		Minat Beli Pada E-commerce	
	Data Ordinal	Interval	Data Ordinal	Interval
Res 36	67	40,09088	42	48,21746
Res 37	74	49,16652	41	46,73704
Res 38	86	64,72476	54	65,98246
Res 39	80	56,94564	45	52,65871
Res 40	69	42,68392	35	37,85454
Res 41	68	41,38740	37	40,81537
Res 42	70	43,98044	41	46,73704
Res 43	61	32,31177	34	36,37412
Res 44	76	51,75956	44	51,17829
Res 45	65	37,49785	37	40,81537
Res 46	73	47,87000	34	36,37412
Res 47	63	34,90481	41	46,73704
Res 48	79	55,64912	44	51,17829
Res 49	80	56,94564	54	65,98246
Res 50	73	47,87000	36	39,33495
Res 51	80	56,94564	48	57,09996
Res 52	70	43,98044	38	42,29579
Res 53	66	38,79436	46	54,13913
Res 54	72	46,57348	48	57,09996
Res 55	61	32,31177	31	31,93287
Res 56	88	67,31780	46	54,13913
Res 57	82	59,53868	51	61,54121
Res 58	70	43,98044	49	58,58038
Res 59	68	41,38740	41	46,73704
Res 60	69	42,68392	35	37,85454
Res 61	65	37,49785	32	33,41328
Res 62	82	59,53868	37	40,81537
Res 63	71	45,27696	43	49,69787
Res 64	69	42,68392	40	45,25662
Res 65	84	62,13172	53	64,50205
Res 66	81	58,24216	47	55,61954
Res 67	74	49,16652	36	39,33495
Res 68	62	33,60829	37	40,81537
Res 69	80	56,94564	48	57,09996
Res 70	75	50,46304	31	31,93287
Res 71	66	38,79436	46	54,13913
Res 72	72	46,57348	32	33,41328

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kode Responden	<i>Electronic Word of Mouth</i>		Minat Beli Pada E-commerce	
	Data Ordinal	Interval	Data Ordinal	Interval
Res 73	61	32,31177	33	34,89370
Res 74	88	67,31780	51	61,54121
Res 75	70	43,98044	31	31,93287
Res 76	74	49,16652	46	54,13913
Res 77	72	46,57348	32	33,41328
Res 78	63	34,90481	33	34,89370
Res 79	88	67,31780	51	61,54121
Res 80	70	43,98044	49	58,58038
Res 81	69	42,68392	41	46,73704
Res 82	62	33,60829	34	36,37412
Res 83	60	31,01525	38	42,29579
Res 84	82	59,53868	47	55,61954
Res 85	71	45,27696	43	49,69787
Res 86	75	50,46304	40	45,25662
Res 87	84	62,13172	53	64,50205
Res 88	81	58,24216	43	49,69787
Res 89	66	38,79436	39	43,77620
Res 90	64	36,20133	34	36,37412
Res 91	71	45,27696	32	33,41328
Res 92	64	36,20133	30	30,45245
Res 93	84	62,13172	53	64,50205
Res 94	81	58,24216	39	43,77620
Res 95	67	40,09088	39	43,77620
Res 96	69	42,68392	46	54,13913
Res 97	81	58,24216	47	55,61954
Res 98	75	50,46304	42	48,21746

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## Lampiran 10. Uji Normalitas Data

### Explore

#### Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Electronic Word of Mouth	98	100,0%	0	0,0%	98	100,0%
Minat Beli	98	100,0%	0	0,0%	98	100,0%

#### Descriptives

		Statistic	Std. Error	
Electronic Word of Mouth	Mean	50,000000	1,0101525	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	47,995127	
		Upper Bound	52,004873	
	5% Trimmed Mean	50,007350		
	Median	49,166523		
	Variance	100,000		
	Std. Deviation	10,0000000		
	Minimum	31,0152		
	Maximum	68,6143		
	Range	37,5991		
	Interquartile Range	15,5582		
	Skewness	,025	,244	
Kurtosis	-,981	,483		
Minat Beli	Mean	50,000000	1,0101525	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	47,995127	
		Upper Bound	52,004873	
	5% Trimmed Mean	50,067139		
	Median	51,178291		
	Variance	100,000		
	Std. Deviation	10,0000000		
	Minimum	30,4524		
	Maximum	67,4629		
	Range	37,0104		
	Interquartile Range	15,1743		
	Skewness	-,158	,244	
Kurtosis	-,936	,483		

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Electronic Word of Mouth	,083	98	,092	,970	98	,024
Minat Beli	,079	98	,144	,968	98	,016

a. Lilliefors Significance Correction

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 11. Uji Regresi Linear Sederhana

### Regression

© Hak Cipta mi

Sus

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Beli	50,000000	10,0000000	98
Electronic Word of Mouth	50,000000	10,0000000	98

#### Correlations

		Minat Beli	Electronic Word of Mouth
Pearson Correlation	Minat Beli	1,000	,699
	Electronic Word of Mouth	,699	1,000
Sig. (1-tailed)	Minat Beli	.	,000
	Electronic Word of Mouth	,000	.
N	Minat Beli	98	98
	Electronic Word of Mouth	98	98

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Electronic Word of Mouth <sup>b</sup>	.	Enter

- a. Dependent Variable: Minat Beli  
 b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,699 <sup>a</sup>	,488	,483	7,1910578

- a. Predictors: (Constant), Electronic Word of Mouth  
 b. Dependent Variable: Minat Beli

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4735,714	1	4735,714	91,580	,000 <sup>b</sup>
	Residual	4964,286	96	51,711		
	Total	9700,000	97			

- a. Dependent Variable: Minat Beli  
 b. Predictors: (Constant), Electronic Word of Mouth

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,064	3,722		4,047	,000
	Electronic Word of Mouth	,699	,073	,699	9,570	,000

- a. Dependent Variable: Minat Beli

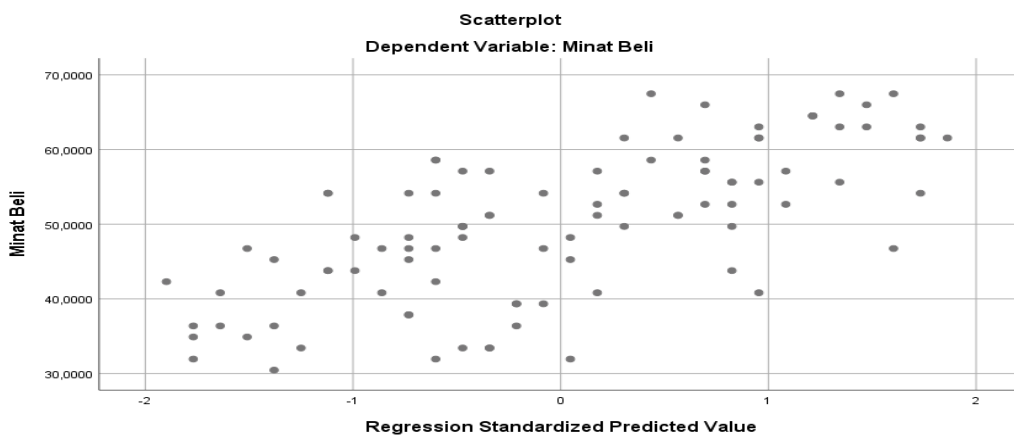
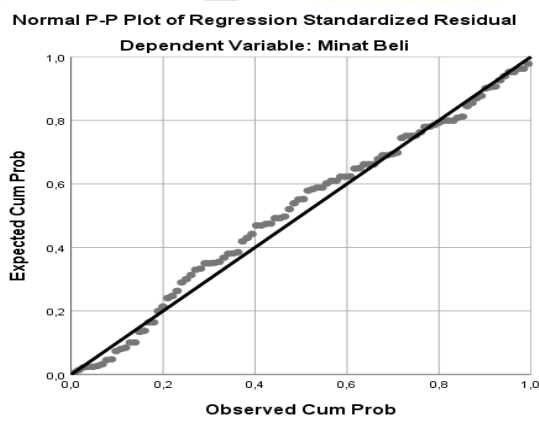
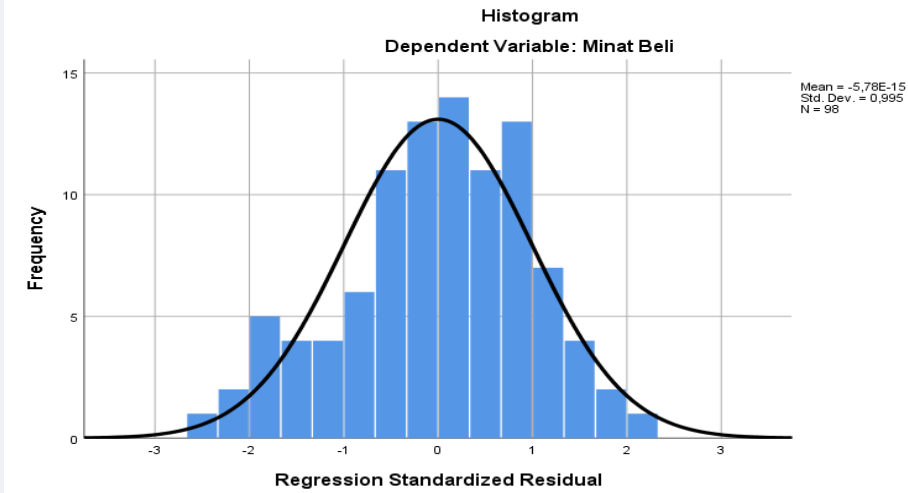
sim Riau

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## Lampiran 12. Nilai-Nilai $r$ Product Moment

df	TarafSignif		df	TarafSignif		df	TarafSignif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
25	0.997	0.999	53	0.381	0.487	53	0.266	0.345
26	0.950	0.990	58	0.374	0.478	58	0.254	0.330
27	0.878	0.959	63	0.367	0.470	63	0.244	0.317
28	0.811	0.917	68	0.361	0.463	68	0.235	0.306
29	0.754	0.874	73	0.355	0.456	73	0.227	0.296
30	0.707	0.834	78	0.349	0.449	78	0.220	0.286
31	0.666	0.798	83	0.344	0.442	83	0.213	0.278
32	0.632	0.765	88	0.339	0.436	88	0.207	0.270
33	0.602	0.735	93	0.334	0.430	93	0.202	0.263
34	0.576	0.708	98	0.329	0.424	98	0.195	0.256
35	0.553	0.684	123	0.325	0.418	123	0.176	0.230
36	0.532	0.661	148	0.320	0.413	148	0.159	0.210
37	0.514	0.641	173	0.316	0.408	173	0.148	0.194
38	0.497	0.623	218	0.312	0.403	218	0.138	0.181
39	0.482	0.606	298	0.308	0.398	298	0.113	0.148
40	0.468	0.590	398	0.304	0.393	398	0.098	0.128
41	0.456	0.575	498	0.301	0.389	498	0.088	0.115
42	0.444	0.561	598	0.297	0.384	598	0.080	0.105
43	0.433	0.549	698	0.294	0.380	698	0.074	0.097
44	0.423	0.537	798	0.291	0.376	798	0.070	0.091
45	0.413	0.526	898	0.288	0.372	898	0.065	0.086
46	0.404	0.515	998	0.284	0.368	998	0.062	0.081
47	0.396	0.505		0.281	0.364			
48	0.388	0.496		0.279	0.361			

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### Lampiran 13 Dokumentasi



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





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





## Lampiran 14 Surat-Surat Penelitian



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Jl. H. R. Soebrantas No 155 Km 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1094 Telp. (0751) 561647  
Fax. (0751) 561647 Web www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: ftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/8368/2023  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : *Mohon Izin Melakukan Riset*

Pekanbaru, 23 Mei 2023 M

Kepada  
Yth. Gubernur Riau  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu  
Satu Pintu  
Provinsi Riau  
Di Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : **Aulia Putri Islami**  
NIM : 11810623182  
Semester/Tahun : X (Sepuluh) / 2023  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli pada E-Commerce

Lokasi Penelitian : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Jl. HR. Soebrantas Panam Km 15 No. 155, Tuah Madani, Kecamatan Tampan, Kabupaten Kampar, Riau. 28293

Waktu Penelitian : 3 Bulan (23 Mei 2023 s.d 23 Agustus 2023)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



a.n. Rektor  
Dekan

**Dr. H. Kadar, M.Ag.**  
NIP.19650521 199402 1 001

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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





### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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



## PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/57541  
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/8368/2023 Tanggal 23 Mei 2023, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

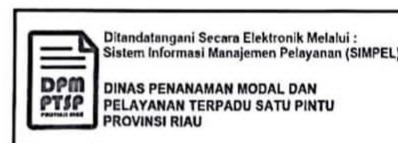
- |                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama              | : | <b>AULIA PUTRI ISLAMI</b>   |
| 2. NIM / KTP         | : | 118106231820  |
| 3. Program Studi     | : | PENDIDIKAN EKONOMI  |
| 4. Jenjang           | : | S1  |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE</b>  |
| 7. Lokasi Penelitian | : | UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU JL. HR. SOEBRANTAS PANAM KM 15 NO. 155, TUAH MADANI, KECAMATAN TAMPAN, KABUPATEN KAMPAR., RIAU. 28293 |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 26 Juni 2023



#### Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Rektor UIN SUSKA Riau di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



Scanned with CamScanner



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Jl. H. R. Soebarto No.155 Km.18 Tanjung Pekanbaru Riau 28293 PG. RIJK.1004 Telp. (0781) 561647  
Fax (0781) 561647 Web: www.uin-suska.ac.id E-mail: info@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/10255/2023 Pekanbaru, 22 Juni 2023  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : *Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)*

Kepada  
Yth. Mahdar Ermita, S.Pd., M.Ed

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau  
Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : AULIA PUTRI ISLAMI  
NIM : 11810623182  
Jurusan : Pendidikan Ekonomi  
Judul : PENGARUH ELECTRONIC WORD PF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE  
Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Pendidikan Ekonomi dan dengan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terima kasih.

Wassalam

an, Dekan  
Wakil Dekan I



Dg. Zarkasih, M.Ag.  
NIP. 19721017 199703 1 004

Tembusan :  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

### SURAT KETERANGAN

Pekanbaru, 15 Mei 2023

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*


Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Aulia Putri Islami  
 NIM : 11810623182  
 Pendidikan : S1 Pendidikan Ekonomi  
 Judul Penelitian: Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce

Nama yang bersangkutan di atas di izinkan melakukan penelitian di Jurusan Pendidikan Ekonomi sesuai dengan judul penelitian tersebut.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Prodi  
 Pendidikan Ekonomi

  
 Ansharullah, SP., M.Ec  
 NIP. 19790707 200801 1 017





KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعاليم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
 Alamat: Jl. H. R. Soebrantas, Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1094 Telp. (0775) 7077307 Fax. (0775) 21129

**KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA  
 SKRIPSI MAHASISWA**

1. Jenis yang dibimbing :
  - a. Seminar usul Penelitian :
  - b. Penulisan Laporan Penelitian :
2. Nama Pembimbing :
- a. Nomor Induk Pegawai (NIP) :
3. Nama Mahasiswa :
4. Nomor Induk Mahasiswa :
5. Kegiatan :

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1.	16 - April - 2023	Bimbingan Angka "Menambahkan angket x dan y"		
2.	29 - Mei - 2023	Bimbingan hasil uji coba instrument angket Variabel x dan y"		
3.	05 - Juni - 2023	Bimbingan Bab 4 dan 5 "Perbaikan ukuran tabel pd bab 4."		
4.	20 - Juni - 2023	Pengurangan beberapa kalimat pada abstrack"		
5.	3 - Juli - 2023	ACC Abstrak "Bimbingan Fesekuruhan"		
6.	19 - Juli - 2023	Bimbingan lampiran dan Marat uo"		
7.	09 - Agustus - 2023	ACC SKRIPSI		

Pekanbaru, .....2023  
 Pembimbing,

.....  
 NIP.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**


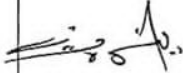
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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




KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعليم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
 Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

**PENGESAHAN PERBAIKAN  
 UJIAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Aulia Putri Islami  
 Nomor Induk Mahasiswa : 11810623182  
 Hari/Tanggal Ujian : Kamis, 06 Oktober 2022  
 Judul Proposal Ujian : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat  
 Beli Pada E-Commerce  
 Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang  
 dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Hendra Riofita, MM	PENGUJI I		
2.	Indah Wati, M. Pd. E	PENGUJI II		

Mengetahui Dekan  
 Wakil Dekan I



*[Signature]*  
 D. Arkasah, M.Ag.  
 NIP. 19721017 199703 1 004

Pekanbaru, 05 April 2023  
 Peserta Ujian Proposal



Aulia Putri Islami  
 NIM. 11810623182

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang






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



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعاليم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
 Alamat: Jl. H. R. Soebrantas, Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1094 Telp. (0751) 7077307 Fax. (0751) 21129

**KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA  
 SKRIPSI MAHASISWA**

1. Jenis yang dibimbing :
  - a. Seminar usul Penelitian :
  - b. Penulisan Laporan Penelitian :
2. Nama Pembimbing :
- a. Nomor Induk Pegawai (NIP) :
3. Nama Mahasiswa :
4. Nomor Induk Mahasiswa :
5. Kegiatan :

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1.	16 - April - 2023	Bimbingan Angka "Menambahkan angket x dan y"		
2.	29 - Mei - 2023	Bimbingan hasil uji coba instrument angket Variabel x dan y"		
3.	05 - Juni - 2023	Bimbingan Bab 4 dan 5 "Perbaikan ukuran tabel pd bab 4."		
4.	20 - Juni - 2023	Pengurangan beberapa kalimat pada abstrack"		
5.	3 - Juli - 2023	ACC Abstrak "Bimbingan Fesekuruhan"		
6.	19 - Juli - 2023	Bimbingan lampiran dan Marat uji		
7.	09 - Agustus - 2023	ACC SKRIPSI		

Pekanbaru, .....2023  
 Pembimbing,

.....  
 NIP.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

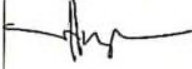
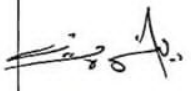





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

**PENGESAHAN PERBAIKAN  
UJIAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Aulia Putri Islami  
Nomor Induk Mahasiswa : 11810623182  
Hari/Tanggal Ujian : Kamis, 06 Oktober 2022  
Judul Proposal Ujian : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat  
Beli Pada E-Commerce  
Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang  
dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Hendra Riofita, MM	PENGUJI I		
2.	Indah Wati, M. Pd. E	PENGUJI II		

Mengetahui Dekan  
Wakil Dekan I



*[Signature]*  
D. Arkasih, M.Ag.  
NIP. 19721017 199703 1 004

Pekanbaru, 05 April 2023  
Peserta Ujian Proposal



Aulia Putri Islami  
NIM. 11810623182

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN**

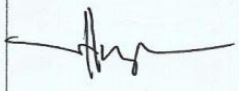
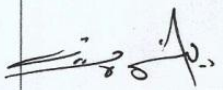
كلية التربية والتعليم

FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING

Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

**PENGESAHAN PERBAIKAN  
UJIAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Aulia Putri Islami  
 Nomor Induk Mahasiswa : 11810623182  
 Hari/Tanggal Ujian : Kamis, 06 Oktober 2022  
 Judul Proposal Ujian : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat  
 Beli Pada E-Commerce  
 Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang  
 dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Hendra Riofita, MM	PENGUJI I		
2.	Indah Wati, M. Pd. E	PENGUJI II		

Mengetahui Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Zarkasih, M.Ag.  
NIP. 19721017 199703 1 004

Pekanbaru, 05 April 2023  
Peserta Ujian Proposal



Aulia Putri Islami  
NIM. 11810623182

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING

Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 561647 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/10255/2023  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : *Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)*

Pekanbaru, 22 Juni 2023

Kepada  
Yth. Mahdar Ernita, S.Pd., M.Ed

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau  
Pekanbaru

*Assalamu 'alaikum warhamatullahi wabarakatuh*

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : AULIA PUTRI ISLAMI

NIM : 11810623182

Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Judul : PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE

Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Pendidikan Ekonomi dan dengan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terima kasih.

Wassalam

an. Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Zarkasih, M.Ag.

NIP. 19721017 199703 1 004

Tembusan :  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau



**SURAT KETERANGAN**

Pekanbaru, 15 Mei 2023

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Aulia Putri Islami

NIM : 11810623182


Pendidikan : S1 Pendidikan Ekonomi

Judul Penelitian: Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce

Nama yang bersangkutan di atas di izinkan melakukan penelitian di Jurusan Pendidikan Ekonomi sesuai dengan judul penelitian tersebut.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Prodi  
Pendidikan Ekonomi

  
Ansharullah, SP., M.Ec  
NIP. 19790707 200801 1 017



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING

Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 561647 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/8368/2023  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : **Mohon Izin Melakukan Riset**

Pekanbaru, 23 Mei 2023 M

Kepada  
Yth. Gubernur Riau  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu  
Satu Pintu  
Provinsi Riau  
Di Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : **Aulia Putri Islami**  
NIM : 11810623182  
Semester/Tahun : X (Sepuluh)/ 2023  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli pada E-Commerce

Lokasi Penelitian : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Jl. HR. Soebrantas Panam Km 15 No. 155, Tuah Madani, Kecamatan Tampan, Kabupaten.Kampar.,Riau.28293

Waktu Penelitian : 3 Bulan (23 Mei 2023 s.d 23 Agustus 2023)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



a.n. Rektor  
Dekan

**Dr. H. Kadar, M.Ag.**  
NIP.19650521 199402 1 001

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
Email : [dpmpstsp@riau.go.id](mailto:dpmpstsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/57541  
T E N T A N G



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/8368/2023 Tanggal 23 Mei 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

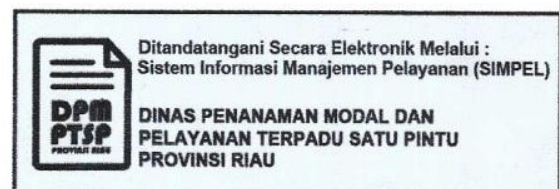
- |                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama              | : | <b>AULIA PUTRI ISLAMI</b>   |
| 2. NIM / KTP         | : | 118106231820  |
| 3. Program Studi     | : | PENDIDIKAN EKONOMI  |
| 4. Jenjang           | : | S1  |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE</b>  |
| 7. Lokasi Penelitian | : | UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU JL. HR. SOEBRANTAS PANAM KM 15 NO. 155, TUAH MADANI, KECAMATAN TAMPAN, KABUPATEN KAMPAR,, RIAU. 28293 |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 26 Juni 2023



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Rektor UIN SUSKA Riau di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



## DAFTAR RIWAYATHIDUP PENULIS



Aulia Putri Islami, anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda Fahrudin dan Ibu Fitri Yati. Penulis lahir di Pulau Payung, Kabupaten Kampar, Kecamatan Rumbio Jaya, pada tanggal 11 Juni 1999. Pendidikan yang ditempuh oleh penulis yaitu SDN 014 Pulau Payung dan lulus pada tahun 2011. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke Pondok Pesantren Darul Fatah dan lulus pada tahun 2014. Setelah itu penulis juga melanjutkan pendidikan ke SMA N 1 Kampar dan lulus pada tahun 2017. Kemudian pada tahun berikutnya, penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru dan mengambil Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan jalur mandiri. Pada tahun 2021 penulis melakukan kuliah kerja nyata (KKN) di desa Sungai Pinang. Kab. Kampar, setelah itu pada tahun yang sama penulis juga melaksanakan program pengalaman lapangan (PPL) Di PPMTI AirTiris. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada*** “ Di bawah bimbingan Ibu Mahdar Ernita, S.Pd., M. Ed. Berdasarkan hasil ujian Sarjana Fakultas Tarbiyah dan Keguruan pada tanggal 23 September 2023, penulis dinyatakan LULUS dengan predikat memuaskan dan berhak menyanggah gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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