

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *VOUCHER* DISKON  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
*E-COMMERCE SHOPEE***

**(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING AND DISCOUNT  
VOUCHERS ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON  
E-COMMERCE SHOPEE***

***(Case Study of Shopee Users in East Jakarta)***

**Oleh :**

**Fani Ikhlas Hasanah**

**2020410078**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *VOUCHER DISKON* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-COMMERCE SHOPEE*  
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING AND DISCOUNT VOUCHERS ON  
CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON E-COMMERCE SHOPEE  
(Case Study of Shopee Users in East Jakarta)***

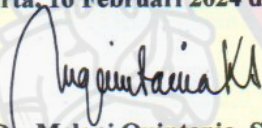
Oleh

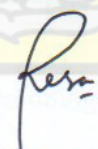
**Fani Ikhlas Hasanah  
2020410078**


**SKRIPSI**


Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal 16 Februari 2024  
Seperti tertera di bawah ini  
Jakarta, 16 Februari 2024 dengan nilai B


  
**Dr. Melani Quintania, SE, MPD**  
Dosen Pembimbing

  
**Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M**  
Penguji I

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M**  
Penguji II

  
**Dr. Melani Quintania, SE, M.Pd**  
Penguji III

  
**Dr. Sukardi, S.E., M.M.**  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
**Dedi Damhudi, S.E., M.M**  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *VOUCHER* DISKON TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-COMMERCE SHOPEE***

**(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING AND DISCOUNT VOUCHERS ON  
CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON E-COMMERCE SHOPEE***

***(Case Study of Shopee Users in East Jakarta)***

Oleh

**Fani Ikhlas Hasanah**

**2020410078**

**SKRIPSI**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada Tanggal 16 Februari 2024

  
**Dr. Melani Quintania, SE, M.Pd**

**Dosen Pembimbing**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fani Ikhlas Hasanah

Nim : 2020410078

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul **Pengaruh *Live Streaming* dan *Voucher Diskon* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna E-commerce Shopee** yang dibimbing oleh Ibu Dr.Melani Quintania, S.E., M.Pd adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 16 Februari 2024



Fani Ikhlas Hasanah

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *Live Streaming* dan *Voucher Diskon* terhadap Keputusan Pembelian pengguna *E-commerce* Shopee di Jakarta Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner 100 responden pengguna *E-commerce* Shopee yang mengikuti fitur *Live Streaming* dan menggunakan *Voucher* diskon dalam kurun waktu 6x (enam kali) dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Teknik sampel menggunakan *non-probability sampling* dan alat analisis menggunakan Regresi Linear Berganda. Penelitian ini dilakukan uji analisis yang diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Live Streaming* dan *Voucher Diskon* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Besarnya 0,580 atau 58% dipengaruhi oleh Keputusan Pembelian dan sisanya 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti. Secara parsial *Live Streaming* pengaruh sebesar 0,377 atau 37,7% dan sisanya 62,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti, dan *Voucher Diskon* memiliki pengaruh sebesar 0,543 atau 54% dan sisanya 45,7% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti.

Kata Kunci : *Live Streaming*, *Voucher Diskon*, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This research aims to find out how much influence Live Streaming and Discount Voucher have on Shopee e-commerce users' purchasing decisions in East Jakarta. Data collection method used by providing questionnaires to 100 respondents of Shopee E-commerce users who have followed the Live Streaming feature and used a discount voucher in a period of 6x (six times) in the last 3 (three) months. Sampling techniques use non-probability sampling and analysis tools using Dual Linear Regression. The research was conducted using SPSS version 26. The results of this study show that Live Streaming and Discount Voucher have a positive and significant influence on Purchase Decisions. The size of 0.580 or 58% is influenced by the Purchase Decision and the remaining 42% is affected by the other variables studied. The partial Live Streaming influence is 0.377 or 37.7% and the rest of 62.3% is influenced by another variable studied, and the Discount Voucher has an influence of 0.543 or 54% and the other 45.7% can be influencing by the others studied variables.*

*Keywords : Live Streaming, Voucher Discount, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Live Streaming* dan *Voucher Diskon* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)”**

Skripsi ini disusun guna menyelesaikan Program Jenjang Pendidikan Sarjana (S1), Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada. Tidak sedikit hambatan yang dihadapi baik dalam pelaksanaan penelitian maupun dalam penyusunan Skripsi ini. Akan tetapi, atas bimbingan, bantuan, dan dukungan dari beberapa pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan selesainya penulisan Skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Cinta pertama dan panutanku, Orang tua. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Kedua kakakku yang sangat ingin melihat penulis sampai ke jenjang sarjana, beliau tak hentinya mengingatkan penulis untuk selalu rajin, tekun selama menjalankan study ini, sehingga perkataan beliau yang selalu melekat di ingatan penulis.
3. My grandmother yang sangat ingin melihat penulis sampai ke jenjang sarjana, beliau tak hentinya mendo'akan dan memberikan dukungan untuk penulis dan menjadi alasan penulis untuk pulang ke rumah setelah 4 tahun meninggalkan rumah demi menempuh Pendidikan di bangku perkuliahan.

4. Dr. Melani Quintania, SE, MPD selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih banyak penulis ucapkan karena telah meluangkan banyak, waktu, tenang, serta pikirannya dan juga banyak sekali memberi masukan dan saran yang sangat berharga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Pak Dedi Damhudi, S.E., M.M selaku Ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
6. Ibu Resa Nurlela Anwar, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing akademik dan selaku Wakil Dekan 3
7. Dr. Sukardi, S.E., M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
8. Teman-teman tersayang penulis seperti Aisyiyah, Rezti, Nabilah, Haykal, Adit, Arief, Ara, Rahma dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, dukungan, motivasi, serta do'a selama penyusunan Skripsi ini.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, mohon maaf apabila ada kesalahan dalam pengetikan struktur bahasa. Apabila ada kritikan atau saran yang sifatnya membangun sangat dipersilahkan demi kebaikan dan kesempurnaan proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi proposal ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membaca dan membutuhkannya.

Jakarta,9 Oktober 2023

Penulis

Fani Ikhlas Hasanah



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, Rumusan Masalah .....	20
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	20
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	21
1.2.3 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan Penelitian .....	22
1.4 Kegunaan Penelitian .....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>24</b>
2.1 Landasan Teori .....	24
2.1.1 Pemasaran .....	24
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	33
2.1.3 Promosi .....	39
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	45
2.1.5 <i>Live Streaming</i> .....	62
2.1.6 <i>Voucher Diskon</i> .....	64
2.2 Penelitian Terdahulu .....	68
2.3 Kerangka Pemikiran .....	78
2.4 Hipotesis Penelitian .....	80
2.5 Paradigma Penelitian .....	81
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>82</b>
3.1 Metode Yang Digunakan .....	82
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian .....	83

3.3	Operasional Variabel .....	83
3.4	Sumber Dan Cara Penentuan Data .....	88
3.4.1	Sumber Dan Jenis Data.....	88
3.4.2	Cara Penentuan Data.....	89
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	93
3.6	Rencana Analisis Dan Uji Hipotesis.....	96
3.6.1	Uji Keabsahan Data .....	96
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	98
3.6.3	Alat Dan Analisis Data .....	101
3.7	Uji Hipotesis.....	105
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>107</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	107
4.1.1	Sejarah Singkat Shopee.....	107
4.1.2	Visi Misi Shopee .....	109
4.2	Karakteristik Responden .....	109
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	110
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	111
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	112
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	113
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	114
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan Dalam Menggunakan <i>E-Commerce</i> Shopee .....	115
4.3	Analisis Statistik Deskriptif .....	117
4.3.1	Live Streaming .....	117
4.3.2	Voucher Diskon.....	126
4.3.3	Keputusan Pembelian .....	141
4.4	Uji Keabsahan Data .....	159
1.	Uji Validitas.....	159
2.	Uji Reliabilitas .....	161
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	161
1.	Uji Normalitas .....	162
2.	Uji Multikolinearitas.....	163

3. Uji Heteroskedastisitas.....	165
4.6 Alat Analisis .....	166
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	166
2. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	168
3. Koefisien Korelasi (R) .....	170
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	171
4.7 Uji Hipotesis.....	174
1. Uji Statistik F.....	174
2. Uji Statistik T.....	176
4.8 Pembahasan.....	179
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>183</b>
5.1. Kesimpulan.....	183
5.2 Saran .....	184
<b>DAFTAR PUSAKA .....</b>	<b>186</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>192</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	68
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	85
Tabel 3. 2 <i>Skala Likert</i> .....	95
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	103
Tabel 3. 4 Tingkat Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	104
Tabel 4. 1 Data yang diperoleh.....	109
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	110
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	111
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	112
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	113
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	114
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan Dalam Menggunakan <i>E-Commerce</i> Shopee.....	116
Tabel 4. 8 Daya tarik streamer pada saat saya menanyakan sebuah produk, streamer menjelaskannya dengan jelas.....	117
Tabel 4. 9 Saya tertarik dengan keahlian streamer saat mempromosikan sebuah produk sangat totalitas sehingga menarik perhatian penonton.....	118
Tabel 4. 10 Saya percaya ketika streamer menjelaskan sebuah produk, produk tersebut sesuai dengan ekspektasi.....	119
Tabel 4. 11 Menurut saya ketersediaan umpan balik komunikasi langsung antara penonton dan streamer pada saat Live Streaming cukup baik.....	120
Tabel 4. 12 Ketika saya menonton fitur Live Streaming Shopee menjadi focus pada sebuah produk saat dipromosikan.....	121
Tabel 4. 13 Pada saat <i>Live Streaming</i> Shopee berlangsung saya melihat streamer menarik perhatian sehingga penonton focus pada <i>Live Streaming</i> tersebut.....	122
Tabel 4. 14 Komunikasi streamer pada saat mempromosikan produk cukup dipahami oleh saya.....	123
Tabel 4. 15 Menurut saya respon streamer terhadap penonton saat melakukan <i>Live Streaming</i> Shopee sangat antusias.....	124
Tabel 4. 16 Lingkungan sosial pada saat Live Streaming berlangsung berada ditempat yang nyaman.....	125
Tabel 4. 17 Pada saat saya membeli sebuah produk di E-commerce Shopee mendapatkan besaran diskon, harga yang dipotong 10% sampai 40%....	126

Tabel 4. 18 Karena Voucher diskon yang terdapat pada E-commerce sangat tinggi saya membeli sebuah produk dengan jumlah yang banyak .....	127
Tabel 4. 19 Menurut saya Voucher Diskon yang ada di E-commerce Shopee lebih banyak dari pada Di Ecommerce lain .....	128
Tabel 4. 20 Pada saat saya akan membeli sebuah produk, waktu pemberian diskon selalu ada setiap saat sehingga saya dapat menggunakannya .....	129
Tabel 4. 21 Menurut saya Voucher Diskon muncul atau dapat digunakan hanya pada waktu tertentu .....	130
Tabel 4. 22 Voucher Diskon yang akan saya pakai waktunya sangat singkat .....	131
Tabel 4. 23 Produk yang akan saya beli selalu mendapatkan Voucher Diskon .....	132
Tabel 4. 24 Voucher diskon yang tersedia bisa saya pakai sesuai dengan produk yang akan saya beli .....	133
Tabel 4. 25 Menurut saya produk yang selalu mendapatkan Voucher Diskon adalah produk best seller .....	134
Tabel 4. 26 Saya harus membeli sebuah produk dengan minimal pembelian saat akan memakai Voucher Diskon .....	135
Tabel 4. 27 Pada saat saya akan membeli sebuah produk, Voucher Diskon berlaku sesuai dengan ketentuan toko .....	136
Tabel 4. 28 Pada saat saya akan membeli sebuah produk, Voucher Diskon berlaku sesuai dengan metode pembayaran yang digunakan .....	137
Tabel 4. 29 Potongan harga yang sering diberikan lebih dari 3x pada saat saya membeli produknya saat Live Streaming Shopee sedang berlangsung .	138
Tabel 4. 30 Saat pemberian voucher diskon terdapat juga voucher gratis ongkir yang bisa saya pakai setiap sekali pemesanan .....	139
Tabel 4. 31 <i>E-commerce</i> Shopee memberikan ekstra diskon yang menarik pada produk tertentu terutama saat saya akan membeli sebuah produk .....	140
Tabel 4. 32 Saya memutuskan membeli sebuah produk pada saat <i>Live Streaming</i> Shopee berlangsung dengan menggunakan <i>Voucher</i> Diskon sesuai dengan kebutuhan saya .....	141
Tabel 4. 33 Saya melihat tampilan produk yang diminati pada saat <i>Live Streaming</i> berlangsung produk yang diminati sangat menarik sehingga memutuskan untuk membeli produk tersebut .....	142
Tabel 4. 34 Menurut saya kualitas produk di <i>E-commerce</i> Shopee sangat baik dibandingkan dengan produk pada <i>E-commerce</i> lain .....	143
Tabel 4. 35 Produk yang akan saya beli pada saat Live Streaming berlangsung merupakan produk dengan merek ternama .....	144



Tabel 4. 36 Produk yang akan saya beli pada saat Live Streaming berlangsung yaitu produk ternama yang sedang popularitas pada saat ini.....	145
Tabel 4. 37 Pencarian informasi tentang produk yang akan saya beli sangat jelas apabila melakukan pembelian saat Live Streaming .....	146
Tabel 4. 38 Saya melakukan pembelian produk pada saat mendapatkan Voucher Diskon dikarenakan harga murah dan banyak penjualanya .....	147
Tabel 4. 39 Saya melakukan pembelian produk pada E-commerce Shopee berdasarkan ketersediaan produk yang dimiliki penjual.....	148
Tabel 4. 40 Tingkat kemudahan saat saya menggunakan Voucher Diskon untuk membeli produk sangat mudah.....	149
Tabel 4. 41 Pada saat saya melakukan pembelian sebuah produk di E-commerce Shopee mendapatkan kenyamanan dan keamanan untuk membelinya .	150
Tabel 4. 42 Saya membeli suatu produk kebutuhan saya ketika mengetahui ada Voucher Diskon pada saat sesi Live streaming.....	151
Tabel 4. 43 Saya melakukan pembelian karena sebelumnya teman atau keluarga merasa puas membeli produk tersebut .....	152
Tabel 4. 44 Diskon yang diberikan dalam Live Streaming mempengaruhi saya untuk melakukan pembelian dengan jumlah yang banyak .....	153
Tabel 4. 45 Tingkat ketersediaan produk yang penjual tawarkan dapat menentukan jumlah pembelian pada saat saya akan membeli produk tersebut.....	154
Tabel 4. 46 Jenis kebutuhan saya dapat menentukan jumlah pembelian di E-commerce Shopee .....	155
Tabel 4. 47 Bagi saya, metode pembayaran pembelian produk melalui Live Streaming beragam sehingga mempermudah dalam bertransaksi .....	156
Tabel 4. 48 Menurut saya teknologi yang digunakan dalam melakukan metode pembayaran di Ecommerce Shopee bermacam-macam .....	157
Tabel 4. 49 Menurut saya keamanan transaksi pada E-commerce Shopee sangat aman sehingga pengguna merasa tidak ragu dalam melakukan pembelian ....	158
Tabel 4. 50 Hasil Uji Validitas .....	159
Tabel 4. 51 Hasil Uji Reliabilitas .....	161
Tabel 4. 52 Uji Normalitas .....	163
Tabel 4. 53 Hasil Uji Multikolinearitas .....	164
Tabel 4. 54 Hasil analisis regresi linear berganda .....	167
Tabel 4. 55 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian .....	168
Tabel 4. 56 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Voucher Diskon terhadap Keputusan Pembelian .....	169

Tabel 4. 57 Koefisien Korelasi (R) .....	170
Tabel 4. 58 Koefisien determinasi ( $R^2$ ) X1 dan X2 terhadap Y .....	172
Tabel 4. 59 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) X1 terhadap Y .....	173
Tabel 4. 60 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) X2 terhadap Y .....	174
Tabel 4. 61 Uji Statistik F .....	175
Tabel 4. 62 Hasil Uji Parsial (X1) terhadap (Y).....	176
Tabel 4. 63 Hasil Uji Parsial (X2) terhadap (Y).....	178
Tabel 4. 64 Pembahasan.....	179



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1 Prediksi Jumlah Penggunaan E-Commerce Di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak .....	5
Gambar 1. 3 E-Commerce Paling Banyak Dingat.....	7
Gambar 1. 4 Shopee Live streaming .....	11
Gambar 1. 5 Platform Belanja Online Lewat Siaran Langsung Paling Banyak Digunakan (2022) .....	13
Gambar 1. 6 Tampilan Tab Shopee Live Pada Aplikasi Shopee .....	14
Gambar 1. 7 Tampilan Live streaming Shopee .....	15
Gambar 1. 8 Voucher Diskon.....	16
Gambar 1. 9 Skema voucher diskon .....	18
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	79
Gambar 4. 1 Jumlah Unduhan Pengguna Aplikasi Shopee.....	108
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal.....	162
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	165

## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	193
Lampiran 2 Profil Responden.....	202
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Live Streaming</i> (X1).....	211
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data Voucher Diskon (X2) .....	214
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y).....	217
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas .....	222
Lampiran 7 Hasil Output Uji Reliabilitas .....	233
Lampiran 8 Hasil Output Uji Asumsi Klasik .....	234
Lampiran 9 Hasil Uji Korelasi Dan Regresi .....	237
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis .....	240
Lampiran 11 Tabel R .....	242
Lampiran 12 Tabel DURBIN-WATSON .....	243
Lampiran 13 Tabel F.....	244
Lampiran 14 Tabel T .....	246
Lampiran 15 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara <i>Online</i> .....	247
Lampiran 16 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	253