

# **LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Kuesioner

### KUESIONER

Link Kuisisioner: [bit.ly/skripsiruthpaula](https://bit.ly/skripsiruthpaula)

Yth. Bapak / Ibu / Saudara / Saudari Pelanggan Dunkin Donuts.

Perkenalkan nama saya Ruth Paula Monica Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya. Saya sedang melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *Corporate Image*, *Perceived Value*, dan *Electronic-Word of Mouth* Terhadap *Purchase Decision* dengan mediasi *Trust* Pada Dunkin Donuts Indonesia”**.

Oleh karena itu, mohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara / Saudari dapat mengisi kuesioner berikut dengan sejujur-jujurnya untuk keperluan penelitian ilmiah (skripsi) ini. Data Bapak / Ibu / Saudara / Saudari akan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaan Bapak / Ibu / Saudara / Saudari, saya ucapkan terima kasih.

#### Bagian I Identitas Responden

Berilah tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dibawah ini:

1. Nama Inisial :
  
2. Jenis Kelamin:  Laki-Laki  
 Perempuan
  
3. Usia:  <18 Tahun  
 25 tahun – 35 tahun  
 35 tahun – 45 tahun  
 >45 tahun
  
4. Pendidikan:  Tidak Sekolah  
 SD

- SMP
- SMA/SMK
- D3
- S1
- S2
- S3

5. Domisili:  DKI Jakarta

- Bogor
- Depok
- Tangerang
- Bekasi

6. Penghasilan per bulan:  < 2.5 juta

- 2.5 – 5 juta
- 5 – 7.5 juta
- > 7.5 juta

7. Pekerjaan:  PNS/ASN

- Karyawan Swasta
- Wirausahawan
- Mahasiswa/Mahasiswi
- Pelajar

8. Seberapa sering anda membeli produk Dunkin Donuts:

- Hampir Setiap Hari
- Seminggu Sekali
- Sebulan Sekali
- Tidak Pernah

## **Bagian II Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Berikan tanda tick mark (√) pada pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.

2. Ada 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu
- STS: Sangat Tidak Setuju
  - TS: Tidak Setuju
  - N: Netral
  - S: Setuju
  - SS: Sangat Setuju

**Bagian III Daftar Kuesioner**

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<i>Corporate Image</i>						
CI1	Saya selalu mendapatkan kesan yang baik tentang perusahaan Dunkin Donuts					
CI2	Menurut Saya, perusahaan Dunkin Donuts memiliki <i>image</i> yang baik di pikiran konsumen					
CI3	Saya percaya perusahaan Dunkin Donuts memiliki citra yang baik dari pesaingnya					
<i>Perceived Value</i>						

PV1	Gerai Dunkin Donuts menawarkan produk dan layanan yang sebanding dengan uang yang saya bayarkan					
PV2	Gerai Dunkin Donuts memberikan kesan yang sangat baik kepada pelanggannya					
PV3	Produk dan layanan yang diberikan oleh Gerai Dunkin Donuts sangat memuaskan					
PV4	Pelayan di Gerai Dunkin Donuts sangat baik dalam melayani pelanggannya					
<b><i>Electronic-Word of Mouth</i></b>						
EWOM1	Sebelum saya ingin membeli produk Dunkin Donuts, saya meminta saran kepada teman saya melalui media sosial					
EWOM2	Saya mendapatkan opini dari teman/konsumen lain di media sosial					

	sebelum saya memilih untuk membeli produk dari Dunkin Donuts					
EWOM3	Saya merasa lebih puas memilih produk Dunkin Donuts ketika saya mendapatkan opini dari teman/konsumen lain di media sosial yang pernah membeli					
<b><i>Trust</i></b>						
T1	Saya pikir Dunkin Donuts harus selalu menyediakan proses transaksi yang aman dan selalu memberikan konfirmasi pembayaran					
T2	Saya merasa nyaman saat menyerahkan kartu kredit/kartu debit untuk didebit untuk pembelian Dunkin Donuts					

T3	Saya pikir syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh Dunkin Donuts ramah kepada pelanggan dan adil					
<b><i>Purchase Decision</i></b>						
PD1	Saya merasa nyaman dengan keputusan saya untuk membeli produk dari Dunkin Donuts					
PD2	Saya secara positif akan merekomendasikan merek Dunkin Donuts kepada orang lain					
PD3	Saya sering membeli produk dari Dunkin Donuts					
PD4	Saya berniat untuk membeli lagi Dunkin Donuts di masa mendatang					
PD5	Secara keseluruhan, saya puas dengan pembelian produk dari Dunkin Donuts					

## Lampiran 2. Hasil Pengumpulan Kuesioner

Data Responden Corporate Image (X1)

Responden	C11	C12	C13	Total
1	4	4	3	11
2	4	4	5	13
3	4	4	4	12
4	4	4	3	11
5	4	4	3	11
6	5	4	5	14
7	4	5	5	14
8	5	5	4	14
9	4	4	4	12
10	4	4	3	11
11	5	4	4	13
12	5	4	4	13
13	3	3	3	9
14	4	3	3	10
15	3	3	3	9
16	4	4	3	11
17	4	4	3	11
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	5	4	13
21	4	5	4	13
22	3	2	3	8
23	3	3	3	9
24	3	4	3	10
25	3	3	3	9
26	4	4	4	12
27	5	4	5	14
28	4	4	4	12
29	5	4	5	14
30	5	4	5	14
31	4	5	4	13
32	3	4	3	10
33	3	4	3	10
34	4	3	3	10
35	4	4	4	12
36	5	5	5	15



37	4	4	4	12
38	4	4	4	12
39	4	4	4	12
40	4	4	4	12
41	5	5	4	14
42	3	4	3	10
43	3	3	3	9
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	4	3	4	11
47	4	4	4	12
48	5	5	5	15
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	3	4	3	10
53	5	5	5	15
54	4	4	4	12
55	4	4	5	13
56	5	4	4	13
57	5	5	4	14
58	4	4	5	13
59	4	5	4	13
60	4	5	4	13
61	4	4	4	12
62	5	4	4	13
63	4	4	4	12
64	4	5	4	13
65	3	5	4	12
66	4	4	2	10
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	4	3	2	9
70	2	2	3	7
71	5	5	5	15
72	4	3	2	9
73	2	4	4	10
74	3	5	2	10
75	4	4	4	12
76	5	5	4	14
77	4	4	5	13
78	3	4	3	10
79	2	5	2	9

80	2	1	2	5
81	2	2	1	5
82	2	4	2	8
83	2	5	2	9
84	5	2	4	11
85	3	3	3	9
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	3	4	3	10
89	4	2	3	9
90	4	4	4	12
91	4	4	3	11
92	4	4	4	12
93	5	5	4	14
94	4	4	4	12
95	5	3	2	10
96	2	3	3	8
97	4	4	3	11
98	4	5	5	14
99	3	3	3	9
100	2	2	3	7
101	5	4	4	13
102	4	4	5	13
103	4	4	5	13
104	2	3	2	7
105	2	1	3	6
106	2	1	3	6
107	2	2	5	9
108	2	1	3	6
109	3	2	2	7
110	2	2	2	6
111	2	2	5	9
112	5	4	4	13
113	4	5	4	13
114	4	4	4	12
115	5	5	5	15
116	4	4	3	11
117	4	4	4	12
118	4	3	3	10
119	5	5	4	14
120	5	5	5	15
121	4	4	3	11
122	4	4	3	11

123	3	3	3	9
124	4	3	3	10
125	2	2	2	6
126	4	4	4	12
127	4	4	4	12
128	5	5	5	15
129	4	4	4	12
130	5	4	5	14
131	4	3	3	10
132	4	4	4	12
133	4	4	3	11
134	3	3	4	10
135	2	2	5	9
136	3	4	4	11
137	4	4	4	12
138	4	5	4	13
139	4	4	5	13
140	5	4	4	13
141	5	4	4	13
142	4	4	4	12
143	5	4	4	13
144	5	4	4	13
145	4	4	4	12
146	4	4	5	13
147	3	4	4	11
148	5	5	3	13
149	4	4	4	12
150	4	4	4	12
151	3	3	3	9
152	4	4	4	12
153	4	4	4	12
154	4	4	4	12
155	4	5	4	13
156	4	4	4	12
157	4	3	3	10
158	3	3	3	9
159	4	3	2	9
160	4	3	2	9
161	4	4	3	11
162	4	4	4	12
163	3	3	4	10
164	4	4	4	12
165	3	4	3	10

166	4	4	4	12
167	3	4	4	11
168	4	4	3	11
169	4	4	4	12
170	4	4	4	12
171	3	3	4	10
172	3	3	2	8
173	3	4	3	10
174	4	4	4	12
175	3	4	4	11
176	3	4	4	11
177	4	5	4	13
178	5	5	5	15
179	3	3	3	9
180	5	5	5	15
181	4	4	4	12
182	4	4	4	12
183	5	4	5	14
184	3	4	3	10
185	4	4	3	11
186	4	4	4	12
187	4	4	2	10
188	4	4	5	13
189	4	4	4	12
190	4	4	4	12
191	3	4	4	11

Data Responden Perceived Value (X2)

Responden	PV1	PV2	PV3	PV4	Total
1	3	4	3	4	14
2	4	5	5	5	19
3	4	4	4	5	17
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	5	4	5	4	18
7	5	4	5	4	18
8	4	4	5	4	17
9	5	4	4	4	17
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12
14	5	3	3	4	15
15	4	4	3	4	15
16	4	4	4	4	16
17	3	4	3	4	14
18	5	4	4	4	17
19	5	4	4	4	17
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	2	3	2	3	10
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	3	15
25	4	4	4	2	14
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	3	3	4	3	13
35	4	4	4	4	16
36	5	5	5	5	20
37	4	4	4	4	16
38	4	5	4	4	17
39	4	4	4	4	16
40	3	5	4	4	16

41	5	4	4	5	18
42	3	3	3	3	12
43	3	3	3	3	12
44	3	3	3	3	12
45	5	4	4	4	17
46	4	5	4	4	17
47	4	4	4	5	17
48	5	5	4	5	19
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	4	5	5	4	18
52	3	3	3	3	12
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	5	4	4	4	17
56	5	4	4	5	18
57	3	5	2	3	13
58	3	5	4	5	17
59	4	4	4	5	17
60	4	4	5	5	18
61	5	5	4	5	19
62	4	4	4	5	17
63	4	5	5	4	18
64	4	4	4	5	17
65	4	3	4	5	16
66	4	2	4	4	14
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	4	4	2	4	14
70	3	2	2	4	11
71	5	5	5	5	20
72	4	4	2	4	14
73	5	4	4	5	18
74	2	2	1	2	7
75	4	4	4	4	16
76	5	5	4	5	19
77	4	5	3	5	17
78	3	3	3	3	12
79	3	2	2	1	8
80	4	2	5	2	13
81	1	2	1	3	7
82	3	2	4	2	11
83	2	2	5	2	11

84	3	2	1	2	8
85	4	2	2	4	12
86	4	4	4	4	16
87	5	4	4	5	18
88	4	4	3	3	14
89	2	2	1	2	7
90	5	5	5	5	20
91	3	3	3	3	12
92	5	4	5	5	19
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	4	19
95	4	5	3	3	15
96	2	3	2	2	9
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	3	3	3	3	12
100	1	4	2	4	11
101	4	5	5	5	19
102	4	3	4	4	15
103	4	4	4	4	16
104	3	3	3	2	11
105	2	1	3	2	8
106	2	1	1	3	7
107	1	2	1	4	8
108	2	1	2	2	7
109	2	1	2	2	7
110	3	1	2	2	8
111	4	3	2	5	14
112	4	5	4	5	18
113	4	5	5	5	19
114	4	5	5	4	18
115	4	5	4	4	17
116	5	4	4	4	17
117	4	4	4	5	17
118	4	4	4	4	16
119	5	4	4	4	17
120	5	5	5	5	20
121	5	4	4	4	17
122	3	4	4	4	15
123	4	3	3	3	13
124	4	4	4	4	16
125	2	1	2	2	7
126	4	4	4	4	16

127	4	4	4	4	16
128	5	5	5	5	20
129	4	4	4	4	16
130	5	5	5	5	20
131	3	3	3	3	12
132	4	5	4	5	18
133	4	4	4	4	16
134	4	3	3	3	13
135	4	3	2	5	14
136	3	3	3	4	13
137	3	4	3	3	13
138	4	4	3	3	14
139	4	5	5	5	19
140	5	4	4	5	18
141	4	5	4	5	18
142	3	3	4	4	14
143	4	4	4	5	17
144	5	4	4	5	18
145	4	4	4	4	16
146	5	4	4	5	18
147	4	4	4	4	16
148	5	5	5	5	20
149	4	4	4	4	16
150	4	4	4	4	16
151	4	4	3	4	15
152	5	4	5	4	18
153	4	4	4	4	16
154	4	4	4	4	16
155	5	5	5	5	20
156	4	4	4	4	16
157	5	4	4	4	17
158	4	3	3	4	14
159	4	4	4	5	17
160	4	4	4	5	17
161	3	4	3	4	14
162	5	4	4	4	17
163	4	3	3	3	13
164	4	4	4	4	16
165	4	3	3	4	14
166	4	4	4	4	16
167	3	4	4	3	14
168	4	4	4	4	16
169	4	4	5	4	17



170	4	4	4	3	15
171	3	3	3	3	12
172	2	3	3	3	11
173	4	3	3	4	14
174	4	4	4	4	16
175	4	4	4	4	16
176	4	3	3	4	14
177	4	4	5	5	18
178	5	5	5	5	20
179	4	4	3	4	15
180	5	5	5	5	20
181	4	3	4	3	14
182	4	4	4	4	16
183	5	5	4	5	19
184	3	3	4	4	14
185	4	4	4	4	16
186	4	5	4	3	16
187	5	5	5	4	19
188	4	4	5	4	17
189	4	4	4	5	17
190	4	4	4	4	16
191	4	4	4	4	16

Data Responden *Electronic-Word Of Mouth* (X3)

Responden	EWOM1	EWOM2	EWOM3	Total
1	1	2	2	5
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	2	3	3	8
5	4	4	4	12
6	4	5	5	14
7	2	2	2	6
8	1	2	3	6
9	3	4	5	12
10	3	4	4	11
11	5	4	5	14
12	5	4	5	14
13	2	4	3	9
14	5	4	4	13
15	1	1	1	3
16	2	2	2	6
17	1	2	2	5
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	3	4	4	11
21	2	2	3	7
22	2	2	2	6
23	1	1	1	3
24	2	2	4	8
25	1	1	1	3
26	3	4	5	12
27	4	4	4	12
28	2	2	3	7
29	4	4	4	12
30	3	4	3	10
31	2	2	3	7
32	3	3	3	9
33	3	3	3	9
34	2	3	3	8
35	4	4	4	12
36	3	4	4	11
37	1	3	3	7
38	2	2	2	6
39	4	4	4	12
40	2	2	2	6

41	3	3	3	9
42	1	1	1	3
43	3	3	3	9
44	3	3	3	9
45	5	5	4	14
46	4	4	5	13
47	3	3	4	10
48	4	4	5	13
49	4	4	4	12
50	5	4	4	13
51	5	5	4	14
52	4	4	3	11
53	3	3	3	9
54	1	2	1	4
55	4	4	5	13
56	4	3	4	11
57	5	1	3	9
58	5	4	5	14
59	2	1	2	5
60	1	2	2	5
61	4	4	5	13
62	3	2	2	7
63	5	5	4	14
64	2	1	2	5
65	2	4	3	9
66	1	1	2	4
67	1	2	1	4
68	1	2	1	4
69	1	2	2	5
70	4	5	3	12
71	5	5	5	15
72	1	2	2	5
73	2	2	1	5
74	4	4	1	9
75	1	2	1	4
76	2	2	2	6
77	1	1	1	3
78	2	3	2	7
79	5	2	3	10
80	2	2	1	5
81	1	1	2	4
82	1	2	3	6
83	2	4	2	8

84	2	1	2	5
85	1	1	4	6
86	5	5	5	15
87	2	5	3	10
88	4	3	4	11
89	1	2	2	5
90	4	4	4	12
91	1	1	2	4
92	3	2	2	7
93	3	1	5	9
94	4	4	4	12
95	1	1	1	3
96	3	3	4	10
97	2	2	2	6
98	1	1	2	4
99	2	2	2	6
100	5	4	5	14
101	1	4	4	9
102	2	2	2	6
103	2	3	4	9
104	2	2	2	6
105	1	3	2	6
106	1	2	2	5
107	1	2	1	4
108	2	1	1	4
109	3	2	2	7
110	3	5	2	10
111	3	2	1	6
112	2	3	3	8
113	3	3	3	9
114	4	4	5	13
115	3	3	3	9
116	2	2	3	7
117	3	4	3	10
118	4	4	3	11
119	2	3	2	7
120	1	1	1	3
121	2	1	2	5
122	2	3	1	6
123	1	2	2	5
124	3	3	3	9
125	1	4	2	7
126	3	3	3	9

127	4	4	4	12
128	1	1	1	3
129	4	4	4	12
130	3	3	4	10
131	3	3	3	9
132	2	2	3	7
133	2	2	2	6
134	4	4	3	11
135	3	2	1	6
136	2	2	2	6
137	1	5	4	10
138	3	3	2	8
139	2	4	5	11
140	4	3	4	11
141	2	2	4	8
142	3	3	3	9
143	3	2	2	7
144	4	3	4	11
145	4	4	4	12
146	2	3	4	9
147	3	3	4	10
148	1	2	1	4
149	2	2	2	6
150	2	3	3	8
151	2	1	1	4
152	4	5	5	14
153	3	3	3	9
154	2	3	3	8
155	2	4	5	11
156	2	3	3	8
157	2	2	4	8
158	2	2	3	7
159	1	2	1	4
160	1	2	1	4
161	2	2	2	6
162	3	4	4	11
163	3	3	3	9
164	3	3	3	9
165	4	4	4	12
166	2	3	2	7
167	3	4	4	11
168	2	2	2	6
169	2	4	2	8

170	2	2	2	6
171	3	3	3	9
172	2	2	2	6
173	4	4	4	12
174	5	5	5	15
175	1	1	1	3
176	3	4	4	11
177	3	4	4	11
178	3	3	4	10
179	4	3	3	10
180	3	3	4	10
181	2	2	2	6
182	3	3	4	10
183	2	3	5	10
184	4	4	4	12
185	2	2	2	6
186	2	4	4	10
187	2	2	2	6
188	3	3	4	10
189	3	3	4	10
190	3	3	4	10
191	3	3	4	10

Data Responden *Trust* (Z)

Responden	T1	T2	T3	Total
1	4	5	4	13
2	5	5	4	14
3	5	5	5	15
4	5	4	4	13
5	4	4	4	12
6	5	4	5	14
7	4	4	4	12
8	5	5	5	15
9	5	5	4	14
10	5	4	4	13
11	5	4	4	13
12	5	4	4	13
13	5	3	4	12
14	4	4	3	11
15	4	4	3	11
16	4	4	4	12
17	5	4	4	13
18	5	4	5	14
19	5	4	5	14
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	5	3	4	12
23	5	4	4	13
24	4	4	4	12
25	4	5	4	13
26	5	4	4	13
27	5	4	4	13
28	4	3	4	11
29	5	4	4	13
30	5	5	5	15
31	4	4	4	12
32	3	4	3	10
33	3	4	3	10
34	3	3	3	9
35	5	4	4	13
36	3	5	5	13
37	3	4	4	11
38	4	4	4	12
39	4	4	4	12
40	5	3	3	11

41	5	5	4	14
42	4	3	3	10
43	3	3	3	9
44	4	3	3	10
45	5	5	4	14
46	4	4	4	12
47	4	5	5	14
48	4	5	5	14
49	4	4	4	12
50	5	5	4	14
51	4	5	4	13
52	3	4	3	10
53	5	5	5	15
54	2	3	3	8
55	4	4	4	12
56	5	5	5	15
57	5	5	5	15
58	4	3	5	12
59	4	4	5	13
60	5	5	5	15
61	4	5	4	13
62	4	3	3	10
63	4	5	4	13
64	4	4	5	13
65	4	4	4	12
66	3	4	2	9
67	2	3	3	8
68	2	3	3	8
69	2	2	1	5
70	4	4	3	11
71	5	5	5	15
72	2	2	1	5
73	2	1	2	5
74	4	2	1	7
75	2	3	3	8
76	5	3	5	13
77	5	5	4	14
78	3	3	3	9
79	1	1	1	3
80	1	1	2	4
81	5	4	5	14
82	2	1	2	5
83	2	3	2	7



84	3	2	2	7
85	4	4	4	12
86	5	5	4	14
87	5	5	5	15
88	5	3	4	12
89	3	3	2	8
90	4	4	4	12
91	5	5	4	14
92	5	4	5	14
93	5	5	5	15
94	4	4	4	12
95	4	3	4	11
96	4	3	3	10
97	4	4	4	12
98	5	5	5	15
99	5	3	4	12
100	4	4	3	11
101	5	4	5	14
102	4	3	3	10
103	4	4	4	12
104	4	4	3	11
105	2	1	3	6
106	2	1	2	5
107	2	1	2	5
108	2	2	1	5
109	2	1	2	5
110	3	3	1	7
111	2	2	1	5
112	5	5	5	15
113	5	3	5	13
114	4	4	4	12
115	5	5	5	15
116	5	4	4	13
117	5	4	4	13
118	4	3	4	11
119	4	4	4	12
120	5	5	5	15
121	4	4	4	12
122	5	5	3	13
123	5	3	3	11
124	4	2	3	9
125	4	3	2	9
126	4	4	4	12

127	4	4	4	12
128	5	5	5	15
129	4	4	4	12
130	5	5	5	15
131	3	3	3	9
132	5	5	5	15
133	4	4	4	12
134	4	3	3	10
135	2	2	1	5
136	4	4	4	12
137	5	5	4	14
138	5	5	5	15
139	5	5	5	15
140	5	5	5	15
141	4	5	5	14
142	4	4	4	12
143	4	3	3	10
144	5	5	5	15
145	4	4	4	12
146	4	4	4	12
147	4	5	4	13
148	5	5	5	15
149	4	4	4	12
150	4	4	4	12
151	4	2	3	9
152	5	5	5	15
153	4	4	4	12
154	5	5	5	15
155	5	5	5	15
156	5	5	5	15
157	5	4	4	13
158	5	4	4	13
159	3	3	4	10
160	3	3	4	10
161	4	4	4	12
162	4	4	4	12
163	4	4	4	12
164	4	4	4	12
165	4	4	3	11
166	4	4	4	12
167	2	4	3	9
168	4	4	4	12
169	5	5	4	14

170	5	4	4	13
171	3	4	3	10
172	3	2	3	8
173	4	4	3	11
174	5	4	4	13
175	5	3	4	12
176	5	4	4	13
177	5	5	5	15
178	5	5	5	15
179	4	4	4	12
180	5	5	5	15
181	5	4	5	14
182	5	5	5	15
183	5	4	4	13
184	4	3	4	11
185	4	4	4	12
186	4	4	3	11
187	5	4	4	13
188	4	4	4	12
189	4	4	5	13
190	5	5	5	15
191	4	5	4	13

Data Responden *Purchase Decision* (Y)

Responden	PD1	PD2	PD3	PD4	PD5	Total
1	5	5	3	3	4	20
2	4	5	4	5	5	23
3	4	4	3	4	4	19
4	4	2	2	3	4	15
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	4	5	5	24
7	5	4	5	5	5	24
8	4	3	3	3	4	17
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	3	4	4	19
11	4	5	5	4	3	21
12	4	5	5	4	3	21
13	3	4	3	4	4	18
14	3	5	2	4	4	18
15	4	3	2	2	3	14
16	4	3	2	4	4	17
17	4	3	2	4	4	17
18	4	4	4	5	4	21
19	4	4	4	5	4	21
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	3	2	2	2	2	11
23	4	3	1	3	4	15
24	4	4	2	4	4	18
25	4	3	3	3	4	17
26	5	4	4	4	4	21
27	5	4	5	4	5	23
28	4	4	4	4	4	20
29	5	4	5	4	5	23
30	5	5	4	5	5	24
31	5	5	5	5	5	25
32	4	3	4	5	4	20
33	4	3	4	5	4	20
34	4	3	2	4	3	16
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	3	5	4	20
37	4	4	3	4	4	19
38	5	3	3	4	4	19
39	4	4	4	4	4	20
40	4	3	2	3	5	17

41	5	5	4	5	5	24
42	3	3	2	3	3	14
43	3	3	3	3	3	15
44	3	4	3	3	3	16
45	4	4	4	4	4	20
46	5	4	5	4	5	23
47	4	4	3	4	4	19
48	5	4	5	5	4	23
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	5	21
51	5	5	4	4	4	22
52	3	4	4	3	3	17
53	5	5	4	5	5	24
54	3	3	3	3	3	15
55	5	4	4	5	4	22
56	5	5	4	4	4	22
57	4	5	4	3	3	19
58	5	4	2	5	4	20
59	4	4	2	4	4	18
60	4	3	2	3	4	16
61	4	4	2	3	4	17
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	4	4	4	22
64	4	4	2	4	4	18
65	3	5	4	3	5	20
66	4	1	1	2	1	9
67	3	3	3	3	3	15
68	3	3	3	3	3	15
69	2	2	1	2	1	8
70	2	1	2	3	2	10
71	5	5	5	4	5	24
72	2	2	1	2	1	8
73	1	2	1	2	2	8
74	1	1	3	5	2	12
75	3	3	3	3	3	15
76	5	4	3	4	5	21
77	2	1	2	2	2	9
78	3	3	3	3	3	15
79	2	1	2	2	1	8
80	2	1	2	1	1	7
81	5	1	5	1	4	16
82	2	3	2	2	3	12
83	2	5	2	2	5	16

84	5	1	3	2	4	15
85	3	1	2	3	3	12
86	4	4	4	4	4	20
87	4	3	4	3	4	18
88	3	3	3	4	4	17
89	2	2	1	1	1	7
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	3	5	5	21
92	5	4	3	3	5	20
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	4	4	20
95	4	2	1	5	3	15
96	3	3	2	3	3	14
97	4	3	3	4	4	18
98	4	4	3	4	5	20
99	3	3	3	3	3	15
100	2	2	1	2	2	9
101	5	4	3	4	5	21
102	3	3	3	4	3	16
103	4	4	4	5	4	21
104	3	2	2	3	3	13
105	1	2	2	2	1	8
106	3	2	1	2	1	9
107	2	1	3	1	1	8
108	2	1	3	1	2	9
109	2	1	3	1	2	9
110	1	2	3	2	2	10
111	2	1	2	1	2	8
112	4	4	4	4	4	20
113	4	4	4	5	5	22
114	4	4	4	4	4	20
115	5	5	5	5	5	25
116	4	4	3	4	4	19
117	4	5	4	5	4	22
118	4	5	4	4	4	21
119	4	4	4	3	4	19
120	5	3	3	4	5	20
121	4	4	2	4	4	18
122	4	3	3	3	4	17
123	3	3	1	2	3	12
124	3	3	3	4	4	17
125	1	1	2	1	2	7
126	4	4	4	4	4	20

127	4	4	4	4	4	20
128	5	5	5	5	5	25
129	4	5	4	4	4	21
130	5	5	3	4	5	22
131	3	3	3	3	3	15
132	4	4	3	3	4	18
133	4	3	3	4	4	18
134	3	4	3	3	4	17
135	2	1	2	1	2	8
136	4	3	3	4	4	18
137	4	3	3	4	4	18
138	4	4	3	4	5	20
139	4	5	4	5	5	23
140	5	5	4	4	4	22
141	5	4	2	4	4	19
142	4	4	4	4	4	20
143	4	4	4	4	4	20
144	5	5	4	4	4	22
145	4	4	4	4	4	20
146	4	4	3	4	4	19
147	4	4	5	5	5	23
148	5	5	3	5	5	23
149	4	3	3	4	4	18
150	4	5	3	4	5	21
151	4	3	3	3	3	16
152	4	5	4	5	5	23
153	4	4	5	4	4	21
154	3	3	3	4	4	17
155	5	5	3	5	5	23
156	3	3	3	4	4	17
157	4	4	4	4	4	20
158	3	3	4	3	3	16
159	4	1	2	1	2	10
160	4	1	2	1	2	10
161	4	3	3	4	4	18
162	5	5	4	4	4	22
163	3	3	2	3	3	14
164	4	4	3	4	4	19
165	3	3	3	3	3	15
166	4	4	4	4	4	20
167	3	3	3	3	4	16
168	4	4	4	4	5	21
169	4	4	4	4	4	20

170	4	4	3	4	4	19
171	3	3	3	4	3	16
172	3	3	3	3	3	15
173	3	3	3	3	3	15
174	4	3	2	3	3	15
175	3	4	3	4	4	18
176	4	3	3	4	4	18
177	5	5	4	4	4	22
178	5	5	5	5	5	25
179	4	4	3	4	4	19
180	5	5	5	5	5	25
181	4	4	3	5	4	20
182	4	4	4	5	5	22
183	5	4	5	5	5	24
184	3	3	3	3	3	15
185	4	4	4	4	5	21
186	4	3	2	4	4	17
187	5	5	4	4	5	23
188	4	4	4	4	4	20
189	4	4	4	5	5	22
190	4	4	4	5	5	22
191	4	4	5	5	5	23



### Lampiran 3. Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics Corporate Image (X1)

Pernyataan	Sts	Ts	N	S	SS	Min	Max	Mean	Std. Deviation	keterangan
X1.P1	0	18	35	104	34	2	5	3,806	0.837	Setuju
X1.P2	4	12	29	114	32	1	5	3,827	0.854	Setuju
X1.P3	1	17	51	93	29	1	5	3,691	0.852	Setuju

#### Descriptive Statistic Perceived Value (X2)

Pernyataan	Sts	Ts	N	S	S	Min	Max	Mean	Std. Deviation	keterangan
X2.P1	3	11	29	106	42	1	5	3.906	0.857	Setuju
X2.P2	6	12	31	103	39	1	5	3.822	0.932	Setuju
X2.P3	6	15	33	103	34	1	5	3.754	0.942	Setuju
X2.P4	1	14	28	98	50	1	5	3.953	0.864	Setuju

#### Descriptive Statistic Electronic-Word Of Mouth (X3)

Pernyataan	Sts	Ts	N	S	SS	Min	Max	Mean	Std. Deviation	keterangan
X3.P1	37	58	47	35	14	1	5	2,639	1.194	Tidak setuju
X3.P2	22	56	48	53	12	1	5	2.880	1.126	Tidak setuju
X3.P3	25	49	43	54	20	1	5	2.974	1.217	Tidak setuju

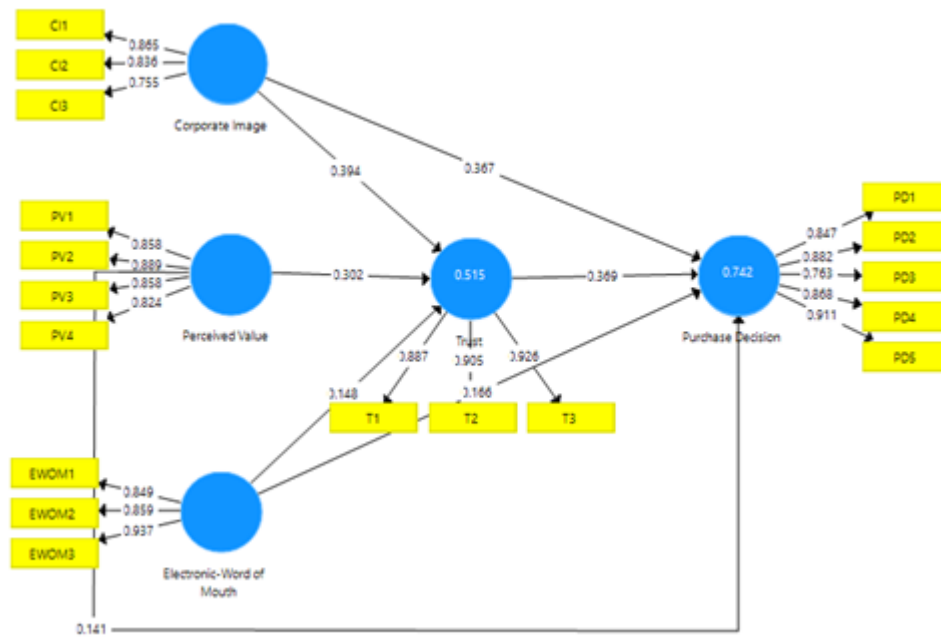
#### Descriptive Statistic Trust (Z)

Pernyataan	Sts	Ts	N	S	SS	Min	Max	Mean	Std. Deviation	keterangan
Y.P1	2	17	17	78	77	1	5	4.105	0.965	Setuju
Y.P2	8	10	35	85	53	1	5	3.864	1.014	Setuju
Y.P3	8	11	35	89	48	1	5	3.827	1.006	Setuju

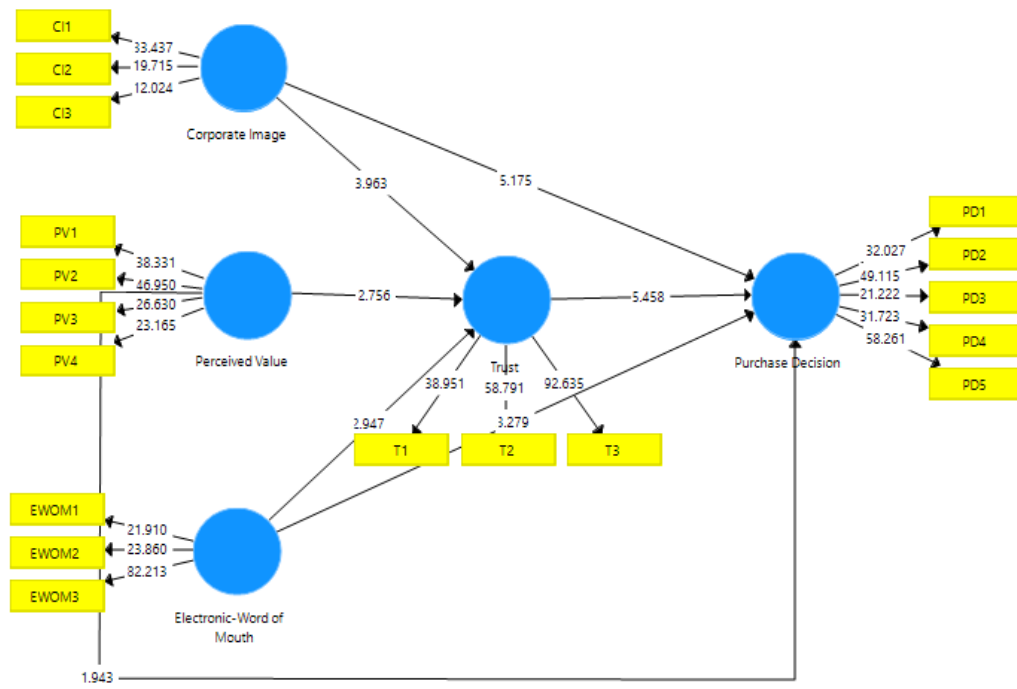
**Descriptive Statistic Purchase Decision (Y)**

Pernyataan	Sts	Ts	N	S	SS	Min	Max	Mean	Std. Deviation	keterangan
Z.P1	5	15	35	94	42	1	5	3.801	0.956	Setuju
Z.P2	17	12	50	74	38	1	5	3.545	1.143	Setuju
Z.P3	10	35	65	60	21	1	5	3.246	1.042	Netral
Z.P4	11	16	40	85	39	1	5	3.654	1.071	Setuju
Z.P5	9	14	32	91	45	1	5	3.780	1.035	Setuju

Lampiran 4. Gambar *Outer Weight*



Lampiran 5. Gambar *Inner Weight*



## Lampiran 6. Uji Validitas

Tabel AVE

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Corporate Image	0.756	0.770	0.860	0.672
Electronic-Word of Mouth	0.865	1.023	0.913	0.779
Perceived Value	0.880	0.889	0.917	0.735
Purchase Decision	0.908	0.915	0.932	0.732
Trust	0.892	0.901	0.932	0.821

Tabel Outer Loading

	Corporate Image	Electronic-Word of Mouth	Perceived Value	Purchase Decision	Trust
CI1	0.865				
CI2	0.836				
CI3	0.755				
EWOM1		0.849			
EWOM2		0.859			
EWOM3		0.937			
PD1				0.847	
PD2				0.882	
PD3				0.763	
PD4				0.868	
PD5				0.911	
PV1			0.858		
PV2			0.889		
PV3			0.858		
PV4			0.824		
T1					0.887
T2					0.905
T3					0.926

Tabel Fornell Larcker Criterion

	Corporate Image	Electronic-Word of Mouth	Perceived Value	Purchase Decision	Trust
Corporate Image	0.820				
Electronic-Word of Mouth	0.295	0.883			
Perceived Value	0.782	0.293	0.857		
Purchase Decision	0.775	0.445	0.718	0.856	
Trust	0.674	0.353	0.654	0.766	0.906

**Tabel Cross Loading**

	<b>Corporate Image</b>	<b>Electronic-Word of Mouth</b>	<b>Perceived Value</b>	<b>Purchase Decision</b>	<b>Trust</b>
<b>CI1</b>	0.865	0.208	0.694	0.675	0.616
<b>CI2</b>	0.836	0.209	0.650	0.671	0.571
<b>CI3</b>	0.755	0.331	0.573	0.548	0.458
<b>EWOM1</b>	0.201	0.849	0.180	0.313	0.186
<b>EWOM2</b>	0.163	0.859	0.178	0.283	0.212
<b>EWOM3</b>	0.351	0.937	0.351	0.505	0.439
<b>PD1</b>	0.700	0.273	0.688	0.847	0.727
<b>PD2</b>	0.690	0.475	0.650	0.882	0.648
<b>PD3</b>	0.530	0.455	0.424	0.763	0.478
<b>PD4</b>	0.694	0.424	0.617	0.868	0.653
<b>PD5</b>	0.681	0.304	0.657	0.911	0.742
<b>PV1</b>	0.645	0.256	0.858	0.587	0.500
<b>PV2</b>	0.744	0.265	0.889	0.676	0.645
<b>PV3</b>	0.653	0.280	0.858	0.680	0.550
<b>PV4</b>	0.631	0.197	0.824	0.494	0.533
<b>T1</b>	0.518	0.304	0.479	0.634	0.887
<b>T2</b>	0.630	0.366	0.609	0.693	0.905
<b>T3</b>	0.671	0.289	0.671	0.748	0.926

## Lampiran 7. Uji Reliabilitas

*Tabel Composite & Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Corporate Image	0.756	0.770	0.860	0.672
Electronic-Word of Mouth	0.865	1.023	0.913	0.779
Perceived Value	0.880	0.889	0.917	0.735
Purchase Decision	0.908	0.915	0.932	0.732
Trust	0.892	0.901	0.932	0.821

*Tabel R Square*

	R Square	R Square Adjusted
Purchase Decision	0.742	0.736
Trust	0.515	0.507

## Lampiran 8. Uji Hipotesis

**Tabel Hasil Pengujian Secara Langsung (*Direct*)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Corporate Image -> Purchase Decision	0.367	0.369	0.071	5.160	<b>0.000</b>
Electronic-Word of Mouth -> Purchase Decision	0.166	0.169	0.050	3.298	<b>0.001</b>
Perceived Value -> Purchase Decision	0.141	0.147	0.073	1.931	<b>0.054</b>
Trust -> Purchase Decision	0.369	0.358	0.067	5.510	<b>0.000</b>

**Tabel Hasil Pengujian Tidak Langsung (*Indirect*)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Perceived Value -> Trust -> Purchase Decision	0.111	0.106	0.041	2.722	<b>0.007</b>
Electronic-Word of Mouth -> Trust -> Purchase Decision	0.054	0.053	0.021	2.545	<b>0.011</b>
Corporate Image -> Trust -> Purchase Decision	0.145	0.142	0.046	3.178	<b>0.001</b>

**Tabel Model Fit**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.079	0.079
d_ ULS	1.069	1.069
d_ G	0.509	0.509
Chi-Square	558.935	558.935
NFI	0.795	0.795



## Lampiran 9. Curriculum Vitae



Ruth Paula Monica

No Telp :

+(62)81908891496

Email :

ruthpaula30@gmail.com

### BIOGRAFI

Saya kuliah di Universitas Pembangunan Jaya di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen. Saya memiliki ketertarikan dalam berbisnis dan saya juga sudah mencoba memulai bisnis online sejak 2013 saat saya dibangku SMP sampai sekarang. Saya sedang fokus berkuliah dan ingin mencoba pengalaman baru untuk bekerja di suatu perusahaan yang sesuai dengan bidang dan minat saya.

### INFORMASI PRIBADI

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 September 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Foresta Collinare Blok C6/5,  
BSD, Tangerang Selatan  
Agama : Kristen Protestan  
Status : Belum Menikah  
Pekerjaan : Mahasiswa

### SERTIFIKASI

- Certificate in Sales Management Associate (CISMA), 2019.

### PENGALAMAN KERJA

- Staff MD - Little Agra Metro Pondok Indah & Puri (2018 - 2019)
- Internship in Compensation and Benefit Division - PT. ISS Indonesia (2019)
- License Relationship Officer (LRO) Brand Manies - Sour Sally Group (2020 - 2021)
- Freelance Admin Online Shop - MHN House (2020 - 2021)

### PENGALAMAN ORGANISASI

- RS Pondok Indah Bintaro (Volunteer Event - 2017)
- Event PRM UPJ (Koordinator Divisi Dana Usaha - 2019)

### PENDIDIKAN

- Universitas Pembangunan Jaya (2016 > Present)

Fakultas Humaniora dan Bisnis - Prodi Manajemen

- SMAN 11 Tangerang Selatan (2013 > 2016)

Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA)



## Lampiran 10. Formulir Pembimbingan Skripsi

	<b>FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA</b>	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Ruth Paula Monica  
 Prodi/NIM : Manajemen / 2016021054  
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh *Corporate Image, Perceived Value, dan Electronic-Word of Mouth* Terhadap *Purchase Decision* dengan mediasi *Trust* Pada Dunkin Donuts Indonesia

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	Jumat 19 Feb 2021	Pembahasan BAB 1 -sumber penulisan -sistematika penulisan		
2	Jumat 26 Feb 2021	Peembahasan Revisi BAB 1		
3	Jumat 5 Maret 2021	Pembahasan BAB 2 -teori penelitian -penelitian terdahulu		
4	Jumat 12 Maret 2021	Pembahasan BAB 2 dan 3 -Sampling -Indikator Variabel		
5	Jumat 19 Maret 2021	Pembahasan BAB 1-3 -Kecermatan Penulisan		
6	Jumat 26 Maret 2021	Pembahasan BAB3 -Smart PLS Teori -Sample penelitian		
7	Jumat 16 April 2021	Bimbingan Kuesioner -Perbaikan Kuesioner -Penyebaran Kuesioner		
8	Selasa 11 Mei 2021	Bimbingan menggunakan Smart PLS -Model <i>Outer</i> dan <i>Inner</i>		
9	Jumat 21 Mei 2021	Bimbingan Hasil Pengujian Hipotesis SEM		
10	Jumat 4 Juni 2021	Bimbingan Daftar Pustaka, <i>Citation</i> , dan Cara penulisan secara keseluruhan		

\* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

	
Ruth Paula Monica	Dr. Edi Purwanto SE.,MM.

## Lampiran 11. Formulir Pengajuan Sidang Skripsi

	<b>FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA</b>	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Ruth Paula Monica  
 Prodi/NIM : Manajemen / 2016021054  
 Judul Skripsi/TA : Pengaruh *Corporate Image*, *Perceived Value* dan *Electronic-Word of Mouth* Terhadap *Purchase Decision* dengan mediasi *Trust* Pada Dunkin Donuts Indonesia

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Edi Purwanto, SE., MM.  
 :





Dosen Penguji : 1. Dr. Yohanes Totok Suyoto, SS., M.Si., CPMA. JAD :  
 : 2. Teguh Prasetio, S.E., M.Si. JAD :  
 : 3. JAD :

Jadwal Sidang : Tempat : Zoom Online Hari/Tanggal: Selasa, 22 Juni 2021

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	V	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	V	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	V	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	V	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	V	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	V	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	V	

Tangerang Selatan, 09 Juni 2021

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
			
Ruth Paula Monica	Dr. Edi Purwanto, SE., MM.	Teguh Prasetio, S.E., M.Si.	Dr. Yohanes Totok Suyoto, SS., M.Si., CPMA.

## Lampiran 12. Plagiarism Check

<https://plagiarism-detector.com>

1/21

### Plagiarism Detector v. 1888 - Originality Report 28/06/2021 05:06:04

Analyzed document: Cek Plagiarism - Ruth Paula Monica.docx Licensed to: Originality report generated by unregistered Demo version!

Comparison Preset: Rewrite Detected language:

Check type: SciArtDB - Database of Scientific Papers

Warning: Demo Version - reports are incomplete!

Detect **more Plagiarism** with **Licensed Plagiarism Detector**:



Order your **Lifetime License** packed with features:

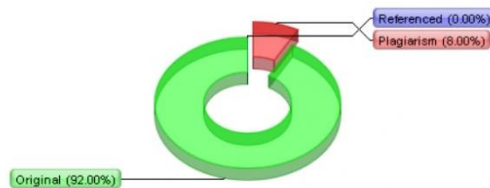
1. **Complete** resources processing - with **more results!**
2. **Side-by-side compare** with detailed analysis!
3. **Faster** processing **speed, deeper detection!**
4. **Advanced statistics**, Originality Reports management!
5. Many other **cool functions** and **options!**

Get your **5% discount**:



Detailed document body analysis:

Relation chart:



Distribution graph:





Top sources of plagiarism: **14**

- 14%** **1915** 1. URL will be available only with a License! Order a License
- 8%** **1184** 2. URL will be available only with a License! Order a License
- 8%** **987** 3. URL will be available only with a License! Order a License

Processed resources details: **40 - Ok / 0 - Failed**

Important notes:

<b>Wikipedia:</b>  [not detected]	<b>Google Books:</b>  [not detected]	<b>Ghostwriting services:</b>  [not detected]	<b>Anti-cheating:</b>  [not detected]
---	--	---	---

Active References (Urls Extracted from the Document):

No URLs detected

Excluded Urls:

No URLs detected

Included Urls:

No URLs detected

[?](#) Detailed document analysis:

Warning: Demo Version - reports are incomplete!



**High level of Plagiarism is suspected!**

**Get your complete report:**

- 1. Most detailed reports - complete with features!**
- 2. Instant order processing - immediate activation!**
- 3. Lifetime licenses! 24 hours support!**



BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Keputusan pembelian ialah faktor penting yang perlu difokuskan bagi organisasi maupun perusahaan, keputusan pembelian merupakan sesuatu yang digunakan perusahaan sebagai penentu eksistensi suatu perusahaan. Perusahaan yang berhasil meningkatkan keputusan pembelian pada pelanggannya akan memperoleh keunggulan dari para pesaing bisnisnya. Schiffman & Kanuk (2014) menegaskan jika keputusan pembelian adalah pilihan dari beberapa pilihan ataupun alternatif lainnya, yang dimaksud yaitu jika seseorang membuat keputusan pembelian tindakannya adalah memilih salah satu dari beberapa opsi. Keputusan pembelian menyangkut bagaimana proses pengambilan keputusan dilakukan. Selain itu, Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh hubungan perasaan yang tercipta dari pelanggan dan juga produsen. Konsumen akan merasakan produk dan jasa bernilai setelah konsumen menggunakan produk dan jasa dari perusahaan. Faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu nilai, suatu produk ataupun layanan dianggap bernilai ketika manfaat yang dirasakan dari produk dan jasa tersebut dianggap lebih penting dari apa yang sudah dikeluarkan atau sudah dibayarkan. Salah satu alat ukur yang diusulkan dalam menganalisis customer value yaitu perceived value (Tjiptono, 2015). Nilai yang muncul dari konsumen ketika menggunakan produk ataupun jasa akan dianggap sebagai penilaian yang standard atau umum mengenai manfaat atau hal yang didapatkan dari produk ataupun layanan terkait akan suatu produk atau layanan yang diberikan juga yang diterima sebagai timbal balik. Dalam jaminan pemasaran, nilai bisa diartikan sebagai evaluasi psikologis terhadap konsumen mengenai keuntungan yang didapat setelah melakukan pembelian produk ataupun jasa (Ali Shirazi et al., 2013). Faktor yang mempengaruhi purchase decision menurut penelitian sebelumnya adalah electronic-word of mouth (E-WOM). Faktor ini merupakan ungkapan berupa ungkapan baik ataupun buruk dari pelanggan potensial, pelanggan sebenarnya, dan pelanggan sebelumnya terhadap produk ataupun organisasi juga perusahaan. Informasi ini biasanya disediakan untuk orang atau masyarakat juga institusi melalui media internet. Perkembangan media online yang pesat membuatnya mudah menyampaikan informasi. Hasil dari survey yang dilaksanakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terhadap pemakai internet tahun 2019-2020 di Indonesia naik menjadi 73,7% dari sebelumnya yaitu 64,8% pada tahun 2018. Gambar 1. 1 Penggunaan Internet di Indonesia 2019-2020( Sumber: <https://apjii.or.id/survei>) Hal ini juga menunjukkan bahwa pelanggan dapat mencari tau informasi mengenai produk atau perusahaan melalui internet dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Jalilvand & Samiei (2012) mengatakan electronic-word of mouth ialah ruang online yang merupakan hal