

SKRIPSI

“PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB MEREK JASMINE PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN”

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

FATIMATUZ ZAHRAH

NIM 2210412320036



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB MEREK JASMINE PADA GENERASI Z DI KOTA
BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Fatimatuz Zahrah
NIM 2210412320036

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
NIP : 197805242006042001

[.....]

b. Penguji I

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP : 197604142001121003

[.....]

c. Penguji II

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP : 197401102000031001

[.....]

Banjarmasin, 26 Agustus 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
NIP. 197805242006042001

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor 2386/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
2. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
3. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Fatimatuz Zahrah
NIM : 2210412320036
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai dan *Electronic Word of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Jasmine
Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 14 Juli 2026
J a m : 08.30 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 7 Juli 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 14 bulan Juli tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2386/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 7 Juli 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Fatimatuz Zahrah
NIM : 2210412320036
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Jasmine Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 08.30 Wita s.d Selesai
Nilai : 81,33 (A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

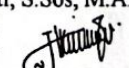
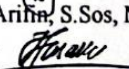
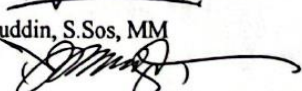
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 14 Juli 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Fatimatuz Zahrah

1. Ketua : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
()
2. Sekretaris : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()
3. Anggota : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
()

Mengucapkan/membenarkan :
Ketua Tim Penguji

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
NIP. 1971111052001122001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Nilai dan *Electornic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Jasmine Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin” ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan karya ilmiah ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S. Sos., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat;
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B selaku Kordinator Program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat dan sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
5. Bapak Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku dosen penguji skripsi 1 yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos, MM selaku dosen penguji skripsi 2 yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, staf, serta karyawan Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, atas ilmu, bantuan, dan layanan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
8. Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, senantiasa melimpahkan Rahmat dan ridho-Nya atas segala dukungan dan bantuan yang diberikan. Penulis menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Banjarmasin, 26 Agustus 2026



Fatimatuz Zahrah
NIM. 2210412320036

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, ketekunan dan kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Serta shalawat dan salam selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW. Karya ini penulis persembahkan sebagai bentuk terima kasih kepada orang-orang yang selalu memberikan dukungan dan menjadi alasan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pertama dan yang paling utama, karya ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan rasa terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Dedi Rohandi dan Ibu Sri Mujiati yang selalu menjadi alasan bagi penulis untuk terus melangkah dan menjadi sumber kekuatan dalam setiap rintangan yang dilalui. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan besarnya kasih sayang, doa, pengorbanan, dan dukungan yang telah ayah dan mama berikan. Di balik terselesaikannya skripsi ini, ada doa yang tidak pernah putus dan harapan yang selalu mengiringi setiap langkah penulis. Semoga setiap perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini dapat menjadi salah satu cara penulis membahagiakan dan membanggakan ayah dan mama serta menjadi bukti kecil dari rasa terima kasih atas segala hal yang telah diberikan selama ini.

Untuk adik saya yang tersayang, Maharani Nur Alfidah yang juga tidak lupa memberikan doa, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada saya. Terima kasih karena selalu ada untuk menjadi tempat keluh kesah sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Untuk seluruh dosen pengajar, dan seluruh staff civitas akademika, terutama dosen pembimbing dan dosen penguji. Terimakasih banyak untuk segala pesan, kesan, serta pelajaran yang telah diberikan selagi saya berproses selama menjadi mahasiswa. Tidak terhitung berapa banyak ilmu dan pengalaman yang saya dapat dari seluruh dosen yang telah ikut andil secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian karya penelitian ini. Tidak ada kata yang dapat saya sampaikan selain rasa hormat dan penghargaan setinggi tingginya untuk semua pengajar hebat seperti kalian.

Untuk orang-orang yang tidak kalah penting, yang hadir diantara lela dan tawa. Para teman-teman yang namanya akan selalu punya ruang tersendiri pada setiap lembaran cerita hidup, Gusti Farras, Anis, Puspita, Almh. Nadila, Rifa, serta teman-teman lainnya. Mimpi yang dulu kita anggap kecil, yang hidup diantara malam-malam penuh keraguan. Siapa sangka, laut yang dulu kita anggap jauh, ternyata sudah sampai dilajur pelabuhannya. Terimakasih setinggi tingginya untuk setiap hadir yang rasanya akan jauh lebih berharga setelah ini. Akan selalu senang rasanya melalui semua perjalanan panjang ini dengan kalian, semoga hanya ada kata sukses yang menunggu kalian di depan.

Dan yang terakhir, untuk saya sendiri, Fatimatuz Zahrah. Terimakasih karena telah berproses sekuat ini, pada awalnya kemustahilan adalah hal yang sangat mungkin saat dijalani. Tapi siapa sangka, anak kecil yang dulu menangis hanya karena tidak dibelikan permen, mampu menyelesaikan bahkan hal yang terberat sekalipun. Memang pada akhirnya kita tidak selalu melewati jalan yang beraspal mulus. Ada kalanya kita akan dihadapkan jalan panjang yang penuh

bebatuan dan berlubang. Tapi pilihannya cuma satu bukan? tetaplah berjalan walau ada beberapa hal yang harus dikorbankan. Sungguh perjalanan panjang ini sangat banyak memberikan saya pelajaran, Ra terimakasih banyak karena sudah bertahan, semoga hidup sehabis ini membawamu pada wujud pengharapan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantu pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dari dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 26 Agustus 2026
Yang membuat pernyataan,



Fatimatuz Zahrah
NIM. 2210412320036

ABSTRAK

Fatimatuz Zahrah, 2210412320036, 2026. Pengaruh Persepsi Nilai dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Jasmine Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Noor Hidayati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan Persepsi Nilai dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Jasmine Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan desain survei tipe *Explanatory Research*. Penelitian berlokasi di Kota Banjarmasin. Sampel dipilih dengan *purposive sampling* dengan jumlah 100 sampel, yaitu perempuan yang pernah melakukan pembelian hijab merek Jasmine. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian membuktikan Persepsi Nilai dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh signifikan secara parsial dan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Jasmine Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

Kata kunci: Persepsi Nilai, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Fatimatuz Zahrah, 2210412320036, 2026. The Influence of Perceived Value and Electronic Word of Mouth on the Purchase Decision of Jasmine Brand Hijab among Generation Z in Banjarmasin City. Under the supervision of Noor Hidayati.

This study aims to examine and analyze the partial and simultaneous influence of Perceived Value and Electronic Word of Mouth on the Purchase Decision of Jasmine brand hijab among Generation Z in Banjarmasin City.

This study employed a quantitative approach with an explanatory research survey design. The research was conducted in Banjarmasin City. The sample consisted of 100 female respondents who had purchased Jasmine brand hijab, selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using Multiple Linear Regression.

The results indicate that Perceived Value and Electronic Word of Mouth have a significant partial influence on the purchase decision of Jasmine brand hijab among Generation Z in Banjarmasin City. Furthermore, both variables simultaneously have a significant influence on the purchase decision.

Keywords: *Perceived Value, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teoritis.....	18
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2 Keputusan Pembelian	23
2.1.3 Persepsi.....	27
2.1.4 Persepsi Nilai.....	29
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	32

2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	42
2.3.1 Hipotesis Penelitian	42
2.3.2 Model Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Pendekatan Penelitian.....	49
3.2 Desain Penelitian	49
3.3 Lokasi Penelitian	50
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	50
3.4.1 Populasi	50
3.4.2 Sampel	50
3.4.3 Teknik Sampling.....	52
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.5.1 Variabel Bebas (Independen).....	53
3.5.2. Variabel Terikat (Dependen).....	55
3.5.3 Operasional Variabel Penelitian.....	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data	60
3.7 Teknik Analisa Data.....	61
3.7.1 Skala Pengukuran	61
3.7.2 Statistik Deskriptif.....	61
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.5 Analisis Linear Berganda.....	65
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL PENELITIAN	69
4.1 Profil Responden	69
4.1.1 Berdasarkan Pembelian Produk.....	69

4.1.2 Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	70
4.1.3 Berdasarkan Pengalaman Melihat Informasi di Internet	70
4.1.4 Berdasarkan Domisili	71
4.1.5 Berdasarkan Usia.....	72
4.1.6 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
4.1.7 Berdasarkan Pekerjaan	73
4.1.8 Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan/Uang Saku.....	74
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	75
4.2.1 Deskriptif Variabel Persepsi Nilai	75
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	79
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	84
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	91
4.3.1 Uji Validitas	91
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	95
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	96
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	96
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	98
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	99
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	100
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	102
4.6.1 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t).....	102
4.6.2 Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F)	104
4.6.3 Koefisien Determinasi (R²)	105
BAB V PEMBAHASAN HASIL	107
5.1 Pembahasan	107

5.1.1 Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Jasmine pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.....	107
5.1.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	109
5.1.3 Pengaruh Persepsi Nilai dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	111
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	113
5.2.1 Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian	113
5.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	113
5.2.3 Persepsi Nilai dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	114
5.3 Keterbatasan Penelitian	116
BAB VI PENUTUP	118
6.1 Kesimpulan.....	118
6.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1. 1	Hijab Merek-Merek Lokal di Platform Digital (TikTokShop).....	5
Tabel 2. 1	Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	57
Tabel 3. 2	Skor Pengukuran Skala Likert.....	61
Tabel 3. 3	Rentang Kategori Jawaban Responden	62
Tabel 3. 4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 4. 1	Berdasarkan Pengalaman Membeli Produk	69
Tabel 4. 2	Berdasarkan Frekuensi Pembelian	70
Tabel 4. 3	Berdasarkan Pengalaman Melihat Informasi di Internet.....	70
Tabel 4. 4	Karakteristik Berdasarkan Domisili	71
Tabel 4. 5	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 6	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	72
Tabel 4. 7	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 4. 8	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan/Uang Saku	74
Tabel 4. 9	Deskriptif Variabel Persepsi Nilai	75
Tabel 4. 10	Deskriptif Variabel Electronic Word of Mouth	79
Tabel 4. 11	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4. 12	Uji Validitas	92
Tabel 4. 13	Uji Reliabilitas.....	95
Tabel 4. 14	Uji Kolmogorov-Smirnov	98
Tabel 4. 15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	98
Tabel 4. 16	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
Tabel 4. 17	Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t)	103
Tabel 4. 18	Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F).....	104
Tabel 4. 19	Koefisien Determinasi (R^2)	105

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 2. 1	Model Perilaku Konsumen.....	23
Gambar 2. 2	Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2. 3	Model Penelitian	48
Gambar 4. 1	Hasil Uji Normalitas Histrogram	96
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	97
Gambar 4. 3	Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	100
Gambar 5. 1	Model Penelitian Akhir	116

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1. 1	Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden	126
Lampiran 1. 2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Nilai (X1)	127
Lampiran 1. 3	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2)	128
Lampiran 1. 4	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	130
Lampiran 1. 5	Hasil Uji Validitas Persepsi Nilai (X1).....	132
Lampiran 1. 6	Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2).....	133
Lampiran 1. 7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	133
Lampiran 1. 8	Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Nilai (X1).....	135
Lampiran 1. 9	Uji Reliabilitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2).....	135
Lampiran 1. 10	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	135
Lampiran 1. 11	Uji Asumsi Klasik.....	136
Lampiran 1. 12	Uji Regresi Linear Berganda	138
Lampiran 1. 13	Uji Hipotesis.....	138