



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y. T. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee. (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau).
- Azmar dan Laksamana, Patria. (2018). Pengaruh Sosial Media Promotion dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pemilihan pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*, 2 (2): 123-13
- Binangkitsari, L., 2018. The Influence of Brand Equity Elements on Purchase Decision and Its Implication on Customer Loyalty.
- Cahyono, Firman Dwi. Kusumawati, Andraini. Kumadji, Srikandi. (2016). Analisis Faktor – Faktor Pembentuk Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37 (1): 148-157
- Cong, Y., & Zheng, Y. Q. (2017). A Literature Review of the Influence of Electronic Word of Mouth on Consumer Purchase Intention. *Open Journal of Business and Management*, 5, 543 – 549.
- Daffa Alhaq, D., Kusuma Dewi, C., & Mab, S. (n.d.). Pengaruh Marketing MIX Terhadap Minat Beli Bright Gas di Kota Bandung.
- Daryanto. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Journal of Management. Journal of Management*, 5(5).
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Muallim*, 1(2), 299—318. <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/muallim> M. Dayat :: 299
- Edwina Luck, (2020). *Integrated Marketing Communications (Asia Pasific Edition)*. Cengage AU.



- Farizal, A., & Fitralsima, G. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari Marketing Mix Analysis on UD Salted Eggs. Queen Sari. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 2(1), 10—18.
- Goyette, I., Richard L, Bergeron J, & Marticotte F. (2020). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*. 27 (1): 5-23
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (n.d.). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia.
- Hermanses, B., & Roswinanto, W. (2023). Optimalisasi Strategi Promosi Digital di Era Digitalisasi: Sebuah Kajian Komprehensif pada PT Glamourix AFA Indonesia Skincare 2022-2023. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 3(2), 119—134. <https://doi.org/10.34149/jebmes.v3i2.137>
- Igor H. Ansoff. (2022). *Corporate Strategy* Penguin books. A management classic. Penguin Books.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203—1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Kholiq, A. A. (2019). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Eiger (Studi pada Store Eiger Jalan Kaliurang). Skripsi. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2 (P. Kotler & Keller Kevin Lane, Eds.; pp. 1—444). PT. Indeks.



- Kshetri, Anita and Bidyanand Jha. (2016). "Online Purchase Intention : A Study of Automobile Sector in India". Rev. Integr. Bus. Econ. Res. Vol. 5 No.3, p.35-59.
- Laksmi, Aditya Ayu. Oktafani, Farah. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Minat Beli Followers Instagram pada WarungUpnormal. Jurnal Computech &Bisnis, 10 (2): 78-88.
- Malau, H. (2020). The 4PS Marketing MIX Variabels: An Assesment Of Concept, Applicabilityand Impact Organizational Goal from West Javas Business Organizations. 3(1), 57—74.
- Masari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. Jurnal Teknik Industri, 5(2), 79—86.
- Munawar, A., Syarif, R. and Morita, M., 2019. Persepsi Mahasiswa Atas Galeri Investasi Perguruan Tinggi dan PengaruhnyaTerhadap Minat Berinvestasi. JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia), 3(2), pp.89-96.
- Muslimawati, C. Sunarto. Wardani, D, K. (2017). Pengaruh Promosimelalui Media Sosial dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Air Minum dalamKemasan dengan Merek Aqua pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi. 3 (2): 1-19
- Nurgiyantoro, Singgih. (2014). Pengaruh Strategi PromosiMelalui Media Sosialterhadap Keputusan Pembelian Garskin yang Dimediasi Word of Mouth Marketing (Studi pada Konsumen Produk Garskin Merek SayHello di Kota Yogyakarta).
- Putri, Harnita dan Sastika, Widya. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Melalui Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen pada Steak Ranjang Bandung. Prosiding SNapp2016 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora, 6 (1): 637-643



- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213—223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Ratu, E. P., Tulung, J. E., Putrinda Ratu, E., & Tulung, J. E. (2022b). The Impact of Digital Marketing, Sales Promotion, and Electric Word of Mouth of Customer Purchase Intention at Tiktok Shop. 10(4), 149—158.
- Romadhon, F. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Economic Reviews Journal Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang dan Jasa: Studi pada PT. JNE Express Cabang Patumbak. *Economic Reviews Journal*, 2, 96—108. <https://doi.org/10.56709/mrj.v1i2.20>
- Sa'ait, N., Kanyan, A., Nazrin, M. F. (2016). The Effect of E-WOM on Customer Purchase Intention. *International Academic Research Journal of Social Science*. 2 (1): 73- 80.
- Setiawan MR, Rachmawati I. (2019). Strategi Digital Content Marketing Eiger Melalui Media Sosial Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*. 5 (2): 625-632
- See-To. (2015). Erratum: Value co-creation and purchase intention in social network sites: The role of electronic Word-of-Mouth and trust - A theoretical analysis (*Computers in Human Behavior* (2014) 31 (182-189) DOI: 10.1016/j.chb.2013.10.013). In *Computers in Human Behavior* (Vol. 53, p. 627). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.003>
- Sri Porwani. (2021). Strategi Pemasaran Produk Halal Network International Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Palembang 2. *Adminika*, 7(1), 63—80.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Sugiyono, Ed.; cet. 23, 2016). Alfabet.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Susanto, W, K, dan Keni. (2018). Pengaruh Social Network Marketing (SNM), dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Pelanggan. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 2 (6): 68-73.

Trott, P. (2021). Innovation Management and New Product Development . Pearson. . Mitra Wacana Media.

Tommi Wijaya, Eristia Lidia Paramita. (2014). “Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR”, Seminar Nasional dan Call for Paper (Sancall 2014), Universitas Kristen Satya Wacana.

Usman, O., Id, O. A., Nadila, K., & Com, K. (2019). Effect of Product, Promotion, Price and Location of Buying Decisions. <https://ssrn.com/abstract=3510138>

Vimandita& Bahrin. (2021). Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Roti Aroma Bakery. Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis, 2(1), 68. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v2i1.34>



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

EFEKTIFITAS STRATEGI *E-WORD OF MOUTH* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TEMBILAHAN PARFUM

Yth. Saudara/i

Dengan inisaya Nasriah (101211010020) mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri memohon kepada saudara/i untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini dan melengkapi data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya.

Saya mengharapkan kejujuran saudara/i dalam menjawab setiap pertanyaan dan membaca dengan teliti sebelum mengisi kuesioner. Demi kepentingan penelitian, identitas responden akan dijaga kerahasiaannya. Atas segala partisipasi dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Nasriah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Jenis Kelamin : a. Perempuan b. Laki-laki
- d. Pendidikan Terakhir :
- e. Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia pada pertanyaan-pertanyaan dibawah ini sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Pernyataan pada kuesioner menyediakan jawaban

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Tabel Kuesioner

Variabel	Indikator	Pertanyaan/ Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
E- Word of Mouth (E-WOM) (X)	Intensitas	1. Sering mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga untuk membeli parfum di Tembilahan Parfum, yang membuat yakin dengan produk yang ditawarkan. 2. Sering membaca ulasan atau testimoni pelanggan lain sebelum memutuskan untuk membeli produk di Tembilahan Parfum.					
	Pendapat Positif	1. Mempercayai bahwa Tembilahan Parfum memiliki kualitas produk dan layanan yang baik, sehingga layak untuk direkomendasikan kepada orang lain. 2. Saya merasa puas berbelanja di Tembilahan Parfum, sehingga mendorong untuk membagikannya kepada orang lain.					
	Pendapat Negatif	1. Merasa bahwa Tembilahan Parfum terlalu sering mengirimkan promosi melalui media sosial, sehingga mengganggu kenyamanan. 2. Jika mengalami pengalaman negatif dalam berbelanja di Tembilahan Parfum, maka cenderung akan membagikannya kepada orang lain.					



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	Konten	1. Ulasan atau konten pelanggan lain tentang Tembilahan Parfum di media sosial menarik dan relevan. 2. Merasabahwaulasan atau testimonipelangganmengenai Tembilahan Parfum di media sosial sangat membantu dalammemilih produk yang sesuai dengan selerasaya.					
Peningkatan Penjualan (Y)	Produk	1. Kemasan parfum yang dijual di Tembilahan Parfum dirancang dengan desain yang menarik, elegan, dan berkualitas, sehinggamemberikankesaneksklusifsertameningkatkannilaiestetikadari produk tersebut. 2. Merasabahwa parfum yang di jual di Tembilahan Parfum memiliki kualitas yang baik, baikdarisegi aroma, dayatahan, maupunbahan yang digunakan, sehinggamerasapuas dengan produk yang dibeli.					
	Harga	1. Merasa bahwa harga parfum yang ditawarkan oleh Tembilahan Parfum cukup terjangkau dibandingkan toko lain yang menjual produk serupa, sehingga dapat membeli parfum dengan harga yang sesuai dengan anggaran. 2. Merasabahwa harga yang ditetapkan oleh Tembilahan Parfum sebanding dengan kualitas produk yang yangditerima dan tidak mengecewakan.					
	Promosi	1. Sering melihatiklanmengenai Tembilahan Parfum du media sosialsepertiinstagram, facebook, danwhatsapp, yang membuat semakin tertarikuntukmembeli produk yang ditawarkan. 2. Iklan yang ditampilkan oleh Tembilahan Parfum memiliki desain yang menarik dan informatif, sehingga membantu sayamemahami produk yang ditawarkan sebelum melakukan pembelian.					
	Tempat	1. Tembilahan Parfum memiliki akses jalan yang baik dan dapat dicapai dengan berbagai mode transportasi, sehinggasya dapat dengan mudah datang ke tokokapan pun ingin membeli parfum. 2. Merasabahwalokasi Tembilahan Parfum strategis dan mudah dijangkau, sehingga tidak mengalamikesulitanuntuk langsung ke toko.					

Lampiran 2 Hasil RekapResponden

No	JK	Pendidikan	Pekerjaan	x.1	x.2	x.3	x.4	x.5	x.6	x.7	x.8	Total
1	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	4	5	5	4	5	4	35
2	Lk	Mts	Pelajar	4	4	3	4	4	5	4	3	31
3	Pr	SMA	Mahasiswa	4	3	4	3	4	5	5	4	31
4	Lk	SMK	Mahasiswa	3	3	4	3	2	3	3	3	24
5	Pr	SMA	Mahasiswa	3	4	3	4	4	3	1	1	35
6	Pr	MAN	Mahasiswa	2	2	3	4	3	3	3	4	24
7	Pr	MAN	Mahasiswa	4	4	3	3	3	5	4	4	30



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

8	Lk	SMA	Freelance	3	3	4	4	4	3	4	4	29
9	Lk	MA	Mahasiswa	4	4	3	4	4	5	4	3	31
10	Lk	SMA	Mahasiswa	4	2	3	3	3	4	4	4	27
11	Pr	MA	Mahasiswa	3	3	4	3	2	3	3	3	24
12	Pr	SMA	Mahasiswa	3	4	3	4	4	3	1	1	23
13	Pr	SMA	Mahasiswa	3	2	3	4	3	3	3	4	25
14	Pr	Mts	Pelajar	4	4	3	3	3	5	4	4	30
15	Pr	MA	Mahasiswa	4	4	4	5	5	4	5	4	35
15	Lk	S1	Wiraswasta	4	4	3	4	4	5	4	3	31
16	Lk	SMA	Mahasiswa	4	2	3	3	4	5	3	4	28
17	Pr	SMK	Karyawan	3	3	4	3	2	3	3	3	24
18	Lk	SMA	Mahasiswa	3	4	4	4	4	3	1	1	35
19	Pr	SMA	Karyawan	2	2	3	4	3	3	3	4	24
20	Pr	MAN	Karyawan	4	4	3	3	3	5	4	4	30
21	Lk	SMA	Mahasiswa	3	3	4	4	4	3	4	4	29
22	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	3	4	4	5	4	3	31
23	Pr	SMA	Mahasiswa	4	2	3	3	5	4	3	4	28
24	Pr	MA	Mahasiswa	3	3	4	3	2	3	3	3	24
25	Lk	SMA	Karyawan	3	4	3	4	4	3	1	1	25
26	Pr	MAN	Mahasiswa	2	2	3	4	3	3	3	4	24
27	Lk	MA	Karyawan	4	4	3	3	3	5	4	4	30
28	Pr	SMA	Mahasiswa	4	4	4	5	5	4	5	4	35
29	Lk	Mts	Pelajar	4	4	3	4	4	5	4	3	31
30	Lk	SMA	Karyawan	3	2	5	3	5	4	3	4	29
31	Lk	MA	Karyawan	3	3	4	3	2	3	3	3	24
32	Pr	SMA	Mahasiswa	3	4	5	4	4	3	2	5	30
33	Pr	MA	Mahasiswa	2	2	3	4	3	3	3	4	24
34	Lk	SMK	Mahasiswa	4	4	3	3	3	5	4	4	30
35	Lk	SMA	Mahasiswa	3	3	4	4	4	3	4	4	29
36	Pr	MA	Karyawan	4	4	3	4	4	5	4	3	31
37	Pr	SMA	Mahasiswa	3	2	4	3	5	5	5	4	31
38	Pr	SMA	Mahasiswa	3	3	4	3	2	3	3	3	24
39	Pr	SMA	Karyawan	3	4	3	4	4	3	1	1	23
40	Lk	SMA	Mahasiswa	2	2	3	4	3	3	3	4	24
41	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	3	3	3	5	4	4	37
42	Pr	MA	Karyawan	4	4	4	5	5	4	5	4	35
43	Lk	SMA	Wiraswasta	4	4	3	4	4	5	4	3	31
44	Pr	SMA	Mahasiswa	4	2	3	3	5	4	3	4	28
45	Lk	SMK	Karyawan	3	3	4	3	2	3	3	3	24
46	Pr	SMA	Karyawan	3	4	3	4	4	3	1	1	23
47	Lk	SMA	Mahasiswa	2	2	3	4	3	3	3	4	30



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

48	Pr	MAN	Karyawan	4	4	3	3	3	5	4	4	30
49	Pr	SMA	Mahasiswa	3	3	4	4	4	3	4	4	29
50	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	3	4	4	5	4	3	31
51	Pr	SMA	Karyawan	4	2	3	3	5	4	3	4	28
52	Pr	SMA	Mahasiswa	3	3	4	3	2	3	3	3	24
53	Lk	SMA	Karyawan	3	4	3	4	4	3	1	1	24
54	Pr	MAN	Mahasiswa	2	2	3	4	3	3	3	4	24
55	Lk	MA	Karyawan	4	4	3	3	3	5	4	4	30
56	Lk	SMA	Karyawan	4	4	3	4	4	5	4	3	31
57	Lk	SMA	Mahasiswa	3	2	5	3	4	5	4	4	30
58	Pr	SMA	Mahasiswa	3	3	4	3	2	3	3	3	24
69	Pr	SMA	Karyawan	3	4	4	4	4	3	3	2	27
70	Lk	SMA	Karyawan	2	2	3	4	3	3	3	4	24
71	Lk	SMA	Karyawan	4	4	3	3	3	5	4	4	30
72	Pr	SMA	Mahasiswa	4	4	4	5	5	4	5	4	35
73	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	3	4	4	5	4	3	31
74	Pr	SMA	Mahasiswa	1	2	2	3	5	5	3	4	25
75	Lk	SM	Karyawan	3	3	4	3	2	3	3	3	24

No	JK	Pendidikan	Pekerjaan	y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.8	Total
1	Lk	SMA	Mahasiswa	4	5	5	4	4	5	5	5	37
2	Lk	Mts	Pelajar	4	4	5	5	4	4	5	4	35
3	Pr	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	30
4	Lk	SMK	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	Pr	SMA	Mahasiswa	3	4	4	3	3	3	3	3	26
6	Pr	MAN	Mahasiswa	2	3	3	3	4	4	4	4	27
7	Pr	MAN	Mahasiswa	4	4	3	3	5	4	3	4	30
8	Lk	SMA	Freelance	4	5	3	4	4	5	4	5	30
9	Lk	MA	Mahasiswa	4	4	5	5	4	4	5	4	35
10	Lk	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	30
11	Pr	MA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	Pr	SMA	Mahasiswa	3	4	4	3	3	3	3	3	27
13	Pr	SMA	Mahasiswa	2	3	3	3	4	4	4	4	30
14	Pr	Mts	Pelajar	4	4	3	3	5	4	3	4	37
15	Pr	MA	Mahasiswa	4	5	5	4	4	5	5	5	30
15	Lk	S1	Wiraswasta	4	4	5	5	4	4	5	4	24
16	Lk	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	26
17	Pr	SMK	Karyawan	3	3	3	3	3	3	3	3	26
18	Lk	SMA	Mahasiswa	3	4	4	3	3	3	3	3	30
19	Pr	SMA	Karyawan	2	3	3	3	4	4	4	4	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

20	Pr	MAN	Karyawan	4	4	3	3	5	4	3	4	35
21	Lk	SMA	Mahasiswa	4	5	3	4	4	5	4	5	35
22	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	5	5	4	4	5	4	24
23	Pr	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	26
24	Pr	MA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	27
25	Lk	SMA	Karyawan	3	4	4	3	3	3	3	3	27
26	Pr	MAN	Mahasiswa	2	3	3	3	4	4	4	4	37
27	Lk	MA	Karyawan	4	4	3	3	5	4	3	4	35
28	Pr	SMA	Mahasiswa	4	5	5	4	4	5	5	5	30
29	Lk	Mts	Pelajar	4	4	5	5	4	4	5	4	30
30	Lk	SMA	Karyawan	1	5	2	4	1	3	3	1	26
31	Lk	MA	Karyawan	3	3	3	3	3	3	3	3	27
32	Pr	SMA	Mahasiswa	3	4	4	3	3	3	3	3	30
33	Pr	MA	Mahasiswa	2	3	3	3	4	4	4	4	35
34	Lk	SMK	Mahasiswa	4	4	3	3	5	4	3	4	30
35	Lk	SMA	Mahasiswa	4	5	3	4	4	5	4	5	24
36	Pr	MA	Karyawan	4	4	5	5	4	4	5	4	24
37	Pr	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	27
38	Pr	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	30
39	Pr	SMA	Karyawan	3	4	4	3	3	3	3	3	37
40	Lk	SMA	Mahasiswa	2	3	3	3	4	4	4	4	37
41	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	3	3	5	4	3	4	30
42	Pr	MA	Karyawan	4	5	5	4	4	5	5	5	24
43	Lk	SMA	Wiraswasta	4	4	5	5	4	4	5	4	26
44	Pr	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	30
45	Lk	SMK	Karyawan	3	3	3	3	3	3	3	3	34
46	Pr	SMA	Karyawan	3	4	4	3	3	3	3	3	34
47	Lk	SMA	Mahasiswa	2	3	3	3	4	4	4	4	30
48	Pr	MAN	Karyawan	4	4	3	3	5	4	3	4	24
49	Pr	SMA	Mahasiswa	4	5	3	4	4	5	4	5	26
50	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	5	5	4	4	5	4	27
51	Pr	SMA	Karyawan	1	5	2	4	1	3	3	1	30
52	Pr	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	35
53	Lk	SMA	Karyawan	3	4	4	3	3	3	3	3	35
54	Pr	MAN	Mahasiswa	2	3	3	3	4	4	4	4	24
55	Lk	MA	Karyawan	4	4	3	3	5	4	3	4	26
56	Lk	SMA	Karyawan	4	4	5	5	4	4	5	4	27
57	Lk	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	37
58	Pr	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	35
69	Pr	SMA	Karyawan	3	4	4	3	3	3	3	3	30
70	Lk	SMA	Karyawan	2	3	3	3	4	4	4	4	30



Hak Cipta Lindung Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

71	Lk	SMA	Karyawan	4	4	3	3	5	4	3	4	25
72	Pr	SMA	Mahasiswa	4	5	5	4	4	5	5	5	31
73	Lk	SMA	Mahasiswa	4	4	5	5	4	4	5	4	30
74	Pr	SMA	Mahasiswa	1	5	2	4	1	3	3	1	35
75	Lk	SMA	Karyawan	3	3	3	3	3	3	3	3	35

Lampiran 3 Hasil Uji Data

Validitas dan Reliabilitas Variabel *E-Word of Mouth* (X) dan Variabel Peningkatan Penjualan (Y)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
X1	Pearson Correlation	1	,633**	,036	,043	,212	,583**	,495**	,046
	Sig. (2-tailed)		,000	,758	,712	,068	,000	,000	,698
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
X2	Pearson Correlation	,633**	1	,136	,307**	,125	,323**	,139	-,391**
	Sig. (2-tailed)	,000		,246	,007	,284	,005	,235	,001
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
X3	Pearson Correlation	,036	,136	1	,167	,049	-,422**	-,130	-,228*
	Sig. (2-tailed)	,758	,246		,152	,674	,000	,265	,049
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
X4	Pearson Correlation	,043	,307**	,167	1	,514**	-,192	,155	-,110
	Sig. (2-tailed)	,712	,007	,152		,000	,099	,183	,349
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
X5	Pearson Correlation	,212	,125	,049	,514**	1	,326**	,222	,054
	Sig. (2-tailed)	,068	,284	,674	,000		,004	,055	,646
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
X6	Pearson Correlation	,583**	,323**	-,422**	-,192	,326**	1	,578**	,308**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,099	,004		,000	,007
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
X7	Pearson Correlation	,495**	,139	-,130	,155	,222	,578**	1	,675**
	Sig. (2-tailed)	,000	,235	,265	,183	,055	,000		,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
X8	Pearson Correlation	,046	-,391**	-,228*	-,110	,054	,308**	,675**	1
	Sig. (2-tailed)	,698	,001	,049	,349	,646	,007	,000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	75	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,638	8

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,079	,690**	,211	,727**	,539**	,476**	,735**	,641**
	Sig. (2-tailed)		,500	,000	,069	,000	,000	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y2	Pearson Correlation	,079	1	,091	,450**	-,311**	,212	,184	-,184	,315**
	Sig. (2-tailed)	,500		,436	,000	,007	,068	,115	,114	,006
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y3	Pearson Correlation	,690**	,091	1	,480**	,459**	,338**	,745**	,574**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000	,436		,000	,000	,003	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y4	Pearson Correlation	,211	,450**	,480**	1	-,030	,233*	,663**	,026	,559**
	Sig. (2-tailed)	,069	,000	,000		,801	,044	,000	,823	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y5	Pearson Correlation	,727**	-,311**	,459**	-,030	1	,614**	,390**	,838**	,504**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,801		,000	,001	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y6	Pearson Correlation	,539**	,212	,338**	,233*	,614**	1	,625**	,742**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000	,068	,003	,044	,000		,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y7	Pearson Correlation	,476**	,184	,745**	,663**	,390**	,625**	1	,609**	,769**



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

	Sig. (2-tailed)	,000	,115	,000	,000	,001	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y8	Pearson	,735**	-,184	,574**	,026	,838**	,742**	,609**	1	,600**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,114	,000	,823	,000	,000	,000		,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Total	Pearson	,641**	,315**	,689**	,559**	,504**	,651**	,769**	,600**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	75	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,847	8

a. Uji Normalitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,528	3,469		1,017
	X	,880	,121	,648	7,278

a. Dependent Variable: Y



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

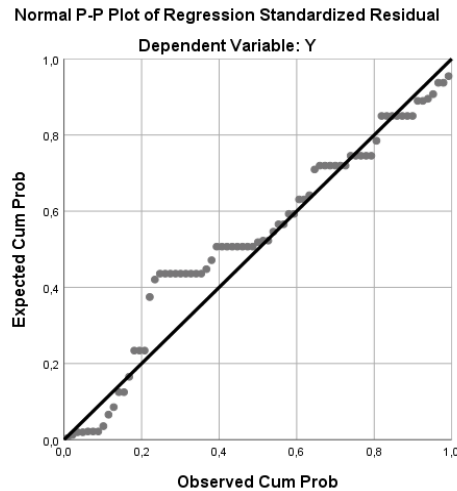
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23,7706	36,0921	28,5467	3,41838	75
Residual	-10,81148	6,82885	,00000	4,01328	75
Std. Predicted Value	-1,397	2,207	,000	1,000	75
Std. Residual	-2,676	1,690	,000	,993	75

a. Dependent Variable: Y



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,420	,413	4,04067

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	864,713	1	864,713	52,962	,000 ^b
	Residual	1191,874	73	16,327		
	Total	2056,587	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Coefficients^a

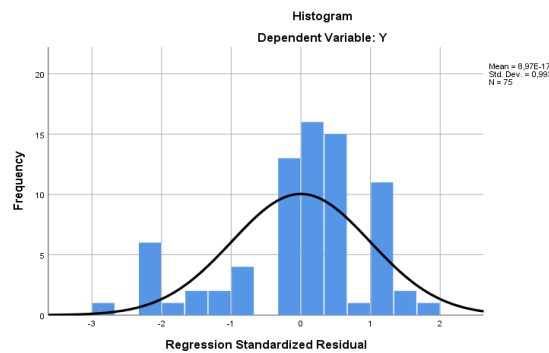
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,528	3,469		1,017	,313
	X	,880	,121	,648	7,278	,000

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23,7706	36,0921	28,5467	3,41838	75
Residual	-10,81148	6,82885	,00000	4,01328	75
Std. Predicted Value	-1,397	2,207	,000	1,000	75
Std. Residual	-2,676	1,690	,000	,993	75

a. Dependent Variable: Y



b. Regresi Linear Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,420	,413	4,04067

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	864,713	1	864,713	52,962	,000 ^b
	Residual	1191,874	73	16,327		



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Total	2056,587	74			
-------	----------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,528	3,469		1,017	,313
	X	,880	,121	,648	7,278	,000

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23,7706	36,0921	28,5467	3,41838	75
Residual	-10,81148	6,82885	,00000	4,01328	75
Std. Predicted Value	-1,397	2,207	,000	1,000	75
Std. Residual	-2,676	1,690	,000	,993	75

a. Dependent Variable: Y

c. Uji F dan Uji t

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,420	,413	4,04067

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	864,713	1	864,713	52,962	,000 ^b
	Residual	1191,874	73	16,327		
	Total	2056,587	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23,7706	36,0921	28,5467	3,41838	75
Residual	-10,81148	6,82885	,00000	4,01328	75
Std. Predicted Value	-1,397	2,207	,000	1,000	75
Std. Residual	-2,676	1,690	,000	,993	75

a. Dependent Variable: Y



a Uji Heteroskedastisitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,273 ^a	,075	,062	2,61027

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: ABS.RES

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40,183	1	40,183	5,898	,018 ^b
	Residual	497,388	73	6,814		
	Total	537,571	74			

a. Dependent Variable: ABS.RES

b. Predictors: (Constant), X

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,9241	4,5802	2,9536	,73690	75
Std. Predicted Value	-1,397	2,207	,000	1,000	75
Standard Error of Predicted Value	,303	,734	,414	,100	75
Adjusted Predicted Value	1,9115	4,4502	2,9580	,73975	75
Residual	-3,53269	7,36961	,00000	2,59258	75
Std. Residual	-1,353	2,823	,000	,993	75
Stud. Residual	-1,390	2,851	-,001	1,005	75
Deleted Residual	-3,72661	7,51437	-,00431	2,65446	75
Stud. Deleted Residual	-1,399	3,003	,005	1,019	75
Mahal. Distance	,012	4,872	,987	1,007	75
Cook's Distance	,000	,080	,012	,017	75
Centered Leverage Value	,000	,066	,013	,014	75

a. Dependent Variable: ABS.RES

e Uji Multilinearitas

Coefficients^a

Model		Tolerance	VIF
1	X	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Universitas Islam Indragiri



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	X
1	1	1,989	1,000	,01	,01
	2	,011	13,544	,99	,99

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian





UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus II UNISI-Jalan HR. Soebrantas No.10, Tembilahan Hilir, Indragiri Hilir, Riau, Indonesia 29214
☎ 0768-23467 📧 info@unisi.id 🌐 http://www.fakultas.unisi.id

Tembilahan, 07 Mei 2025

Nomor : /UNISI/B/V/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth. Tembilahan Parfume
di -

Tempat

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri (UNISI), dengan nama di bawah ini :

Nama : **Nasriah**
Nim : **101211010020**
Semester : **VIII (Delapan)**
Program Studi : **Manajemen (S1)**
Lokasi Penelitian : **Tembilahan Parfume**

Bermaksud Mengadakan Penelitian dalam Rangka Pengajuan Tugas Akhir (Skripsi) Dengan Judul **"Efektivitas Strategi E-Word of Mouth Dalam Meningkatkan Penjualan pada Tembilahan Parfume"** Untuk itu kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian dan permintaan data yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikian kami sampaikan, atas perkenan Bapak/Ibu dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

DEKAN



Dr. Ahmad Rifa'i, S.E., M.Si
NIPY. 1585 00 188



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak yang berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

Name : NASRIAH
Nim : 10121010020
Konsentrasi : MANAJEMEN STRATEGIK
Judul : EFEKTIVITAS STRATEGI E-WORD OF MOUTH DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TEMBILAHAN PARFUM.
Pembimbing I : WIDYAWATI S.E. M.M.
Pembimbing II : YASWAR APRILIAN, S.E. M.M.

NO	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN	
			PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
1.	17/05/2015	- Mulai membuat bab 1 - Menyusun rancangan kuesioner.	Y	
2.	20/05/2015	- Revisi kuesioner	Y	
3.	27/06/2015	- Acc kuesioner dan penyebaran kuesioner	Y	
4.	21/04/2015	- Memuat olahan data SPSS	Y	
5.	26/04/2015	- Menyelesaikan bab 4 - Penambahan analisis SWOT	Y	
6.	08/05/2015	- Penyelesaian bab 5 - Penambahan Daftar Pustaka Menggunakan Aik Mendelky - Penulisan skripsi sesuai format buku Panduan Skripsi terbaru.	Y	
7.	15/05/2015	- Perbaiki pilihan sesuai buku Panduan - Penambahan biodata penulis	Y	
8.	27/05/2015	- Lembaran		
9.	30/05/2015	- Sistematisasi referensi		Y
10.	02/06/2015	Revisi Format penulisan		Y
11.	4/6/2015	Revisi		Y

Lampiran 6 Hasil Dokumentasi Tembilahan Parfum



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri



BIODATA SINGKAT PENULIS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri



Saya yang bertanda dibawah ini:

Nama : Nasriah

Tempat Tanggal Lahir : Parit Gumpung, 09 September 2003

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Menikah

Alamat : Parit Gumpung, Seberang Tembilahan

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Nomor Handphone : 085221674313

Email : nasriahtbh@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SD : SDN 017 Seberang Tembilahan
2. SMP : Mts Miftahul Huda Seberang Tembilahan
3. SMA : MA Mftahul Huda Seberang Tembilahan
4. Pendidikan Sarjana : Terdaftar sebagai Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Islam Indragiri (UNISI).