

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MERCHANDISE IDOL K-POP
(Studi pada Konsumen *Group Order Mooniverse*)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
UIN Syekh Wasil Kediri
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Studi

Oleh

**ANISA NURCAHYATI
22401036**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

MERCHANDISE IDOL K-POP

(Studi pada Konsumen Group Order Mooniverse)

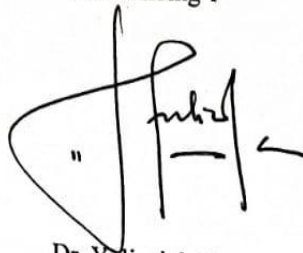
Ditulis oleh:

ANISA NURCAHYATI

22401036

Disetujui oleh:

Pembimbing 1



Dr. Yuliani, M.M.
NIP. 198407102019032009

Pembimbing 2



Dr. Binti Mutafarida, SE, M.E.I
NIP. 198410042023212028

NOTA DINAS

Kediri, 20 April 2026

Lampiran : 4 (empat) Berkas
Hal : Bimbingan Sripsi

Kepada, Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Wasil Kediri
Jl Sunan Ampel No. 07, Ngronggo, Kediri

Assalamua'laikum wr. wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa di bawah ini.

Nama : Anisa Nurcahyati

NIM : 22401036

Judul : **Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise Idol K-Pop* (Studi Pada Konsumen *Group Order Mooniverse*)**

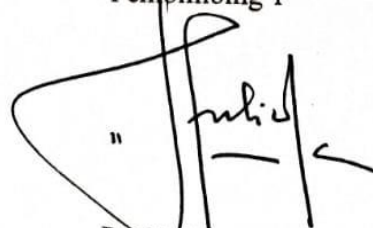
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Srata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah sripsinya dengan harapan segera diujikan dalam sidang munaqosah.


Dengan demikian dimaklumi dan kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing 1


Dr. Yuliani, M.M.
NIP. 198407102019032009

Pembimbing 2


Dr. Binti Muta Farida, SE, M.E.I
NIP. 198410042023212028

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 20 April 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa :

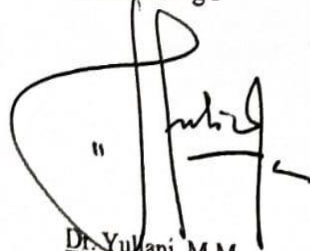
Nama : Anisa Nurcahyati
NIM : 22401036
Judul : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise *Idol K-Pop* (Studi pada Konsumen *Group Order Mooniverse*)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 12 Mei 2026. Kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.


Demikian agar maklum adanya, bersama ini kami lampiran berkas naskah skripsi, dengan harapan dapat kesediaan Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Dr. Yuliani, M.M.
NIP. 198407102019032009

Pembimbing II


Dr. Binti Mutafarida, SE, M.E.I
NIP. 198410042023212028

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MERCHANDISE IDOL K-POP
(Studi pada Konsumen *Group Order Mooniverse*)

ANISA NURCAHYATI
22401036

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 12 Mei 2026

Tim Penguji:

1. Penguji Utama

Dr. Ashfa Fikriyah, M.EI
NIP. 197504192000032002

2. Penguji I

Dr. Yuliani, M.M.
NIP. 198407102019032009

3. Penguji II

Dr. Muhammad Wildan Fawa'id M.EI
NIP. 198410042023212028



Kediri, 24 Mei 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I.
NIP. 197501011998031002

MOTTO

“Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”

(QS. Al-`Alaq: 5)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan

kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Happiness is not something that you have to achive. You can still feel happy

during the process of achieving something”

-Kim Namjoon

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa Nurcahyati

Nim : 22401036

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise Idol K-Pop* (Studi pada *Group Order Mooniverse*)" secara keseluruhan merupakan hasil sendiri dan bukan merupakan plagiasi kecuali bagian tambahan yang menjadi sumber rujukan peneliti. Jika kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas penelitian dengan bukti yang konkrit bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan tulisan, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Kediri, 20 April 2026

Yang membuat pernyataan,



Anisa Nurcahyati

NIM. 22401036

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas kemudahan dan kelancaran yang telah diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dengan segala kerendahan hati, karya ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang memiliki arti besar dalam perjalanan hidup dan proses penyusunan skripsi ini.

1. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Nurudin Jauhari dan Ibu Sugiyati yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi disetiap langkah hidup penulis. Terimakasih atas semua kasih sayang dan doa yang tiada henti dipanjatkan serta pengorbanan yang tidak ternilai. Segala keberhasilan dan pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, restu, dan ketulusan cinta yang kalian berikan. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan umur panjang untuk bapak dan ibuku.
2. Kepada Ibu Dr. Yuliani, M.M selaku dosen pembimbing 1 dan kepada Ibu Dr. Binti Mutafarida, SE, M.E.I selaku dosen pembimbing 2, terimakasih atas waktu, perhatian, dan kesabaran dalam membantu penulis memahami setiap proses penelitian dan penyusunan skripsi ini yang dengan sabar dan penuh dedikasi dalam memberikan bimbingan, arahan, serta memberikan ilmu yang sangat berarti.
3. Kepada Kak Dita selaku pemilik usaha *Group Order Mooniverse*, terimakasih telah memberikan izin, kesempatan, serta bantuan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian ini berlangsung. Semoga usaha yang dijalankan semakin maju, berkembang, dan selalu mendapatkan keberkahan dari Allah SWT.
4. Kepada teman-teman saya, khususnya Rizky Yunita Efendi, Sita Amalia Ramadhani, Nanda Tsaniatus Sholehah, Fifin Widia Kintari, Alfita Nur Kumala dan Qurrota `Ayunin, yang selalu hadir memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan juga keluh kesah. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan penuh makna. Setiap perjuangan yang kita lalui

bersama menjadi kenangan indah yang akan selalu melekat dalam ingatan.

5. Kepada BTS, Tomorrow X Together, Enhypen, dan Day6 yang secara tidak langsung telah menjadi sumber semangat melalui lagu-lagu mereka yang selalu menemani penulis dalam berbagai suasana. Di saat lelah, sedih, dan hampir menyerah, lagu-lagu tersebut menjadi penguat yang menenangkan dan mengingatkan bahwa penulis tidak sendiri dalam berjuang.
6. Kepada diriku sendiri, yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga sampai dititik ini. Terimakasih telah mampu bertahan dan terus melangkah hingga sejauh ini. Skripsi ini adalah hasil dari kerja keras, doa yang tulus, serta keyakinan untuk tidak pernah menyerah.

ABSTRAK

Anisa Nurcahyati, Dosen Pembimbing Ibu Dr. Yuliani, M.M dan Ibu Mutafarida, SE, M.E.I: “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise Idol K-Pop* (Studi pada Konsumen *Group Order Mooniverse*)” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2026.

Kata Kunci : Kepuasan, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

Perkembangan industri hiburan, khususnya K-Pop, mendorong meningkatnya minat konsumen terhadap pembelian merchandise idol. Salah satu metode pembelian yang banyak digunakan oleh penggemar adalah melalui group order, seperti yang dilakukan oleh Mooniverse. Dalam proses pembelian tersebut, kepuasan dan kepercayaan konsumen menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *merchandise idol K-Pop* pada konsumen *group order* Mooniverse.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis pendekatan kausalitas. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang tergabung dalam *group order* mooniverse yang berjumlah 307 dengan sampel 167 responden yang didapatkan melalui teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis menggunakan SPSS 21 yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta uji analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan dan keputusan pembelian tergolong kategori kuat dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,712 dan signifikansi 0,000. Selain itu, hubungan kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian juga tergolong kategori kuat dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,761 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kepuasan dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian *merchandise Idol K-Pop* pada konsumen *group order* mooniverse dengan nilai signifikansi 0,00. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan $Y = 14,815 + 0,407X_1 + 0,635X_2 + e$. Hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} 130,462 > F_{tabel} 3,05$ sehingga variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi sebesar 0,614 menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 61,4%, sedangkan 38,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise Idol K-Pop* (Studi pada *Group Order Mooniverse*)”. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Anas Mushlihin, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah (UIN) Syekh Wasil Kediri.
4. Ibu Dr. Yuliani, M.M selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dr. Binti Mutafarida, SE, M.E.I selaku dosen pembimbing 2, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta semangat dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Ashfa Fikriyah, S.Ag., M.HI selaku wali dosen penulis di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Syekh Wasil Kediri.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Nurudin Jauhari dan Ibu Sugiyati, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, kesabaran, serta dukungan. Segala pencapaian ini tidak terlepas dari restu dan pengorbanan tulus yang telah mereka diberikan.
8. Kepada pemilik usaha *Group Order Mooniverse*, yang telah berkenan memberikan izin, kerja sama, serta informasi yang penulis butuhkan dalam proses pengumpulan data penelitian.

9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pihak akademik, serta menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya, dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis memohon maaf atas segala kekurangan serta sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas setiap kebaikan dan ketulusan dengan pahala yang berlipat ganda. Amin Yarobbal `Alamin.

Kediri, 20 April 2026

Anisa Nurcahyati

NIM. 22401036

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
E. Penelitian Terdahulu	17
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Kepuasan konsumen.....	21
1. Pengertian kepuasan konsumen	21
2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen	22
3. Indikator Kepuasan Konsumen	23
4. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	23
5. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam.....	24
B. Kepercayaan Konsumen.....	26
1. Pengertian Kepercayaan Konsumen	26
2. Indikator Kepercayaan Konsumen.....	27
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepercayaan Konsumen	28
4. Kepercayaan Dalam Perspektif Islam	29

C.	Keputusan Pembelian.....	29
1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.	Indikator Keputusan Pembelian	30
3.	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	32
4.	Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam	33
D.	Hubungan Antar Variabel pada Penelitian.....	34
1.	Hubungan Kepuasan Dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.	Hubungan Kepercayaan Dengan Keputusan Pembelian.....	34
3.	Hubungan Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian.....	35
E.	Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
A.	Rancangan Penelitian	37
B.	Lokasi Penelitian.....	38
C.	Populasi dan Sampel	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sampel.....	38
D.	Variabel Penelitian	40
1.	Variabel Independen	40
2.	Variabel Dependen.....	40
E.	Definisi Operasional.....	40
1.	Variabel Bebas (X_1 = Kepuasan, X_2 = Kepercayaan Konsumen).....	40
2.	Variabel Terikat (Y = Keputusan Pembelian).....	42
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
G.	Instrumen Penelitian.....	44
H.	Teknik Analisis Data.....	44
1.	<i>Editing</i> (Pemeriksaan data)	44
2.	<i>Coding</i> (Kode).....	45
3.	<i>Scoring</i> (Skor)	45
4.	<i>Tabulating</i>	46
5.	<i>Processing</i>	46
I.	Teknik Keabsahan Data	47
1.	Uji Instrumen	47
2.	Analisis Deskriptif	48

3.	Asumsi Klasik	48
4.	Uji Korelasi	50
5.	Regresi Linier Berganda	50
6.	Uji Hipotesis	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN	53
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
1.	Group Order Mooniverse	53
B.	Paparan Data	55
1.	Deskripsi Responden.....	55
C.	Analisis data	57
1.	Uji Instrumen	57
2.	Analisis Deskriptif	63
3.	Asumsi Klasik	67
4.	Uji Korelasi Ganda.....	72
5.	Regresi linear berganda.....	74
6.	Uji Hipotesis	75
BAB V	PEMBAHASAN	80
A.	Kepuasan Konsumen Pada Pembelian <i>Merchandise Idol K-Pop</i> Melalui <i>Group Order Mooniverse</i>	80
B.	Kepercayaan Konsumen Pada Pembelian <i>Merchandise Idol K-Pop</i> Melalui <i>Group Order Mooniverse</i>	85
C.	Keputusan Pembelian <i>Merchandise Idol K-Pop</i> Melalui <i>Group Order Mooniverse</i>	91
D.	Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Merchandise Idol K-Pop</i> Pada Konsumen <i>Group Order Mooniverse</i>	99
E.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian <i>Merchandise Idol K-Pop</i> Pada Konsumen <i>Group Order Mooniverse</i>	102
F.	Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian <i>Merchandise Idol K-Pop</i> pada Konsumen <i>Group Order Mooniverse</i>	105
BAB VI	PENUTUP	112
A.	Kesimpulan	112
B.	Saran.....	114
	DAFTAR PUSTAKA	116
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Album K-Pop Tahun 2013-2024.....	2
Tabel 1. 2 Platform Penjualan Resale Merchandise Group K-Pop Tahun 2024.....	4
Tabel 1. 3 Deskripsi Group Order Merchandise BTS.....	5
Tabel 1. 4 Alasan Pemilihan Konsumen Merchandise Di GO Mooniverse	7
Tabel 3. 1 Jabaran Variabel X1.....	41
Tabel 3. 2 Jabaran Variabel X2.....	41
Tabel 3. 3 Jabaran Variabel Y	42
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 2 Data Berapa Lama Responden Tergabung Di GO Mooniverse.....	56
Tabel 4. 3 Data Frekuensi Melakukan Pembelian Di GO Mooniverse.....	57
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X1).....	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (X1).....	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2).....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	64
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan.....	65
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan	66
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Korelasi Ganda	73
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	70
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Tabel Isaac dan Michael	122
Lampiran. 2 Kuesioner Penelitian.....	123
Lampiran. 3 Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Kepuasan (X_1)	127
Lampiran. 4 Rekapitulasi Variabel Kepercayaan Konsumen (X_2)	131
Lampiran. 5 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	135
Lampiran. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X_1).....	139
Lampiran. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X_2)	140
Lampiran. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	142
Lampiran. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (X_1).....	144
Lampiran. 10 Hasil Reliabilitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X_2).....	144
Lampiran. 11 Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	144
Lampiran. 12 Hasil Uji Analisis Deskriptif	144
Lampiran. 13 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan.....	145
Lampiran. 14 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan Konsumen	145
Lampiran. 15 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	145
Lampiran. 16 Hasil Uji Normalitas.....	146
Lampiran. 17 Hasil Uji Multikolinearitas	146
Lampiran. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	147
Lampiran. 19 Hasil Uji Autokorelasi	147
Lampiran. 20 Hasil Uji Korelasi Berganda.....	147
Lampiran. 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	148
Lampiran. 22 Hasil Uji T	148
Lampiran. 23 Hasil Uji F	148
Lampiran. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	149
Lampiran. 25 Frekuensi Indikator Kesesuaian Harapan Variabel X_1	149
Lampiran. 26 Frekuensi Indikator Pembelian Ulang Variabel X_1	149
Lampiran. 27 Frekuensi Indikator Ketersediaan Merekomendasikan Variabel X_1	150
Lampiran. 28 Frekuensi Indikator Kemampuan (<i>Ability</i>) Variabel X_2	150

Lampiran. 29 Frekuensi Indikator Kebaikan Hati (<i>benevolence</i>) Variabel X ₂	151
Lampiran. 30 Frekuensi Indikator Integritas (<i>integrity</i>) Variabel X ₂	151
Lampiran. 31 Frekuensi Indikator Kesiediaan Bergantung Variabel X ₂	152
Lampiran. 32 Frekuensi Indikator Pengenalan Masalah Variabel Y	152
Lampiran. 33 Frekuensi Indikator Pencarian Informasi Variabel Y	153
Lampiran. 34 Frekuensi Indikator Evaluasi Alternatif Variabel Y	153
Lampiran. 35 Frekuensi Indikator Keputusan Pembelian Variabel Y	154
Lampiran. 36 Frekuensi Indikator Perilaku Pasca Pembelian Variabel Y	154
Lampiran. 37 Surat Izin Penelitian.....	155
Lampiran. 38 Surat Balasan Penelitian <i>Group Order Mooniverse</i>	156
Lampiran. 39 Estimasi Profit <i>Group Order Mooniverse</i>	157
Lampiran. 40 Tampilan <i>Group Order Mooniverse</i> di Whatsapp.....	157
Lampiran. 41 Tampilan Sosial Media Twitter <i>Group Order Mooniverse</i>	158