

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

Nomor : B-1004/Uj.27/F.IV/TL.00/06/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

07 Juni 2023

Yth. Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Ahmad Nihaul Khazani
NIM : 4119135
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul

"Pengaruh Perceived Price dan Perceived Usefulness Terhadap Purchase Intention Generasi Z pada Tiktokshop dengan Facilitating Conditions sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019 FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)"

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:
Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H
NIP. 197502201999032001
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



Lampiran 2 : Surat Selesai Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN MAHASISWA NOMOR: B-260/Un.27/TU.IV/TL.00/07/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Arif Rachman, S.Ag
NIP : 197704052003121001
Pangkat/golongan : Penata Tk. I (III/d)
Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa

Nama : Ahmad Nihaul Khazan
NIM : 4119135
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku Kec. Kajen Kab. Pekalongan

Mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Perceived Price dan Perceived Usefulness Terhadap Purchase Intention Generasi Z pada Tiktokshop dengan Facilitating Conditions sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019 FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)" pada bulan Juni 2023 sampai dengan Juli 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Pekalongan, 21 Juli 2023

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:



Arif Rachman, S.Ag
NIP. 197704052003121001

Kepala Bagian Tata Usaha pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan
Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi
Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)
sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



Lampiran 3 : Kuesioner

Instrumen Penelitian

Kepada Yth.

Mahasiswa/i Jurusan Ekonomi Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid

Pekalongan

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan proposal skripsi dengan judul ***"Pengaruh Perceived Price dan Perceived Usefulness Terhadap Purchase Intentions Generasi Z pada TikTok Shop dengan Facilitating Conditions sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid)"***, saya yang bernama :

Nama : Ahmad Nihaul Khazani

NIM : 4119135

Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini memohon kepada saudara/i untuk bersedia mengisi angket kuesioner. Hal ini hanya semata-mata untuk kepentingan ilmiah, di mana hanya ringkasan dan hasil analisis yang akan dilaporkan atau dipublikasikan.

Demikian permohonan saya, atas partisipasi dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Penelitian ini menggunakan skala likert, dengan bobot skor sebagai berikut :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Kurang Setuju (KS)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Data Responden

Nama =

Usia =

Jenis Kelamin = Laki-Laki ☐ Perempuan ☐

Penghasilan Pribadi = < Rp 500.000 ☐

Rp 500.001 - Rp 1.500.000 ☐

Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000 ☐

> Rp 2.500.001 ☐

Berapa kali repeat order pada Tiktok Shop? =

< 2 kali ☐ 4-5 kali ☐

2-3 kali ☐ > 5 kali ☐

Instruksi Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) untuk memberi jawaban pada kuesioner sesuai dengan pendapat yang anda alami.

A. Variabel *Perceived Price* (X_1)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan pada TikTok Shop terjangkau.					
2.	Harga yang ditawarkan pada TikTok Shop sesuai dengan kualitas produk.					
3.	Harga produk pada TikTok Shop sesuai dengan manfaat yang diperoleh.					
4.	Harga produk pada TikTok Shop lebih murah dibandingkan <i>marketplace</i> lain.					
5.	Pada waktu tertentu, harga yang ditawarkan pada TikTok Shop akan jauh lebih murah dari biasanya.					

B. Variabel *Perceived Usefulness* (X2)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Belanja di TikTok Shop lebih menghemat waktu daripada harus belanja ke luar rumah.					
2.	Proses belanja di TikTok Shop lebih mudah.					
3.	Adanya TikTok Shop sangat bermanfaat dalam membantu mencari kebutuhan.					
4.	Belanja di TikTok Shop lebih efisien.					
5.	Proses transaksi di TikTok Shop lebih cepat daripada belanja offline.					
6.	Adanya TikTok Shop membuat toko online lebih berkembang dan meningkatkan produktivitas.					

C. Variabel *Facilitating Conditions* (Z)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kondisi fasilitas pada TikTok Shop dapat digunakan sebagaimana fungsinya.					
2.	Kondisi fasilitas atau fitur yang lengkap pada TikTok Shop dapat mengoptimalkan hasil kerja dan proses belanja.					
3.	Petunjuk pengoperasian fasilitas memberikan kemudahan dalam penggunaannya.					

D. Variabel *Purchase Intention* (Y)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk pada TikTok Shop					
2.	Saya menyarankan orang lain untuk membeli produk pada TikTok Shop					
3.	Saya mereferensikan produk-produk pada TikTok Shop karena harganya terjangkau.					
4.	Informasi yang saya dapat dari tiktok menarik minat saya untuk membeli produk pada TikTok Shop					

Lampiran 4 : Hasil Jawaban Responden

No.	Perceived Price						Perceived Usefulness							Facilitating Conditions				Purchase Intentions				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2	Z.1	Z.2	Z.3	Total Z	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
1	4	5	4	5	5	23	4	5	4	4	5	5	27	5	4	4	13	5	5	4	4	18
2	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	4	4	26	3	4	5	12	4	4	4	5	17
3	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	5	4	5	22	5	4	4	5	4	5	27	4	4	5	13	5	4	5	4	18
5	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	9	4	3	3	4	14
6	3	4	3	5	2	17	4	4	4	5	4	4	25	3	3	3	9	4	4	3	3	14
7	4	3	4	4	5	20	4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	11	4	4	4	4	16
8	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
10	4	4	4	5	3	20	5	5	5	5	5	4	29	3	3	4	10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	5	4	4	4	17
12	4	4	4	3	4	19	4	3	3	3	4	4	21	2	4	4	10	4	3	4	4	15
13	3	4	4	4	5	20	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	12	4	3	4	5	16
14	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	14	4	4	5	5	18
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	5	26	4	3	4	11	5	5	4	4	18
16	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	4	4	25	1	4	4	9	5	4	4	4	17
17	4	5	4	4	5	22	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	14	4	5	4	4	17
18	4	3	4	3	5	19	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	12	5	4	4	4	17
19	4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	5	5	27	4	5	4	13	4	4	5	4	17
20	4	4	3	5	5	21	4	3	3	3	2	3	18	3	2	2	7	5	4	4	3	16
21	5	3	4	5	5	22	4	3	3	4	2	4	20	3	3	3	9	4	3	4	5	16

22	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
23	5	3	4	3	4	19	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	12	4	4	4	4	16
24	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	13	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	15	4	4	4	4	16
26	4	4	4	3	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	14	5	4	4	4	17
27	5	5	4	4	5	23	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	13	5	5	5	5	20
28	4	4	5	5	4	22	5	5	4	4	3	4	25	4	3	3	10	4	3	4	4	15
29	3	4	3	3	4	17	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
30	5	1	5	5	5	21	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	1	5	16
31	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	10	4	4	4	4	16
32	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	12	4	4	4	4	16
33	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	12	4	4	4	4	16
35	3	4	4	4	4	19	5	4	4	4	3	3	23	4	4	4	12	3	3	4	4	14
36	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	3	4	3	4	14
37	5	4	4	3	4	20	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	12	4	4	5	4	17
38	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	4	4	23	3	3	3	9	4	4	3	3	14
39	4	3	3	4	5	19	4	4	4	3	4	4	23	3	3	4	10	4	3	4	4	15
40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	12	4	4	4	4	16
41	4	5	4	3	3	19	4	5	4	3	4	2	22	3	3	3	9	3	3	2	5	13
42	4	4	5	4	4	21	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	12	4	5	3	5	17
43	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	12	4	3	4	4	15
44	4	3	3	4	5	19	5	5	4	3	4	3	24	4	4	5	13	4	4	4	4	16
45	4	3	4	4	5	20	5	5	4	4	3	5	26	5	4	5	14	4	3	3	4	14
46	5	3	3	4	5	20	5	3	4	4	4	5	25	3	4	4	11	4	4	4	5	17

47	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	2	5	26	4	4	4	12	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	5	4	26	4	4	5	13	4	4	4	4	16
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	20
51	4	4	5	5	5	23	5	4	5	4	5	5	28	4	5	4	13	4	5	4	4	17
52	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
53	4	3	4	5	3	19	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	12	5	3	4	5	17
54	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	4	5	5	19
55	4	4	5	4	5	22	5	5	3	4	3	5	25	4	4	4	12	5	5	5	5	20
56	3	3	3	3	3	15	2	2	3	2	2	4	15	2	2	3	7	3	3	3	3	12
57	4	5	4	5	5	23	5	4	4	4	4	5	26	5	4	4	13	4	4	4	4	16
58	4	5	5	3	5	22	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	15	5	5	5	5	20
59	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	3	15
60	5	4	4	4	5	22	3	4	4	3	3	5	22	4	5	5	14	4	4	4	5	17
61	3	2	4	2	5	16	4	4	4	4	3	5	24	4	4	4	12	1	2	2	1	6
62	5	4	5	4	4	22	5	4	5	4	5	4	27	4	5	5	14	4	5	5	4	18
63	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	12	4	4	5	4	17
64	3	3	4	4	5	19	5	5	3	3	4	5	25	5	5	5	15	3	4	3	4	14
65	4	4	4	3	5	20	5	4	3	4	4	4	24	4	4	4	12	4	3	4	4	15
66	3	4	4	4	5	20	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	12	4	4	3	4	15
67	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	3	5	22	4	5	4	13	4	4	4	4	16
68	3	2	2	2	3	12	4	3	2	2	3	2	16	2	2	2	6	1	2	2	2	7
69	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	14	5	4	4	5	18
70	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	3	4	3	14
71	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	10	4	4	4	4	16

72	4	4	3	5	4	20	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	14	4	4	5	5	18
73	3	4	4	2	3	16	4	4	3	4	3	3	21	4	3	2	9	3	3	2	4	12
74	4	4	3	5	4	20	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	12	5	4	4	4	17
75	3	3	5	3	5	19	1	3	4	3	1	4	16	5	5	5	15	1	3	3	3	10
76	4	4	4	3	5	20	4	5	5	5	5	4	28	3	4	4	11	4	3	4	4	15
77	5	3	4	5	5	22	5	3	4	5	4	4	25	4	4	4	12	5	2	5	5	17
78	4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	3	3	23	3	3	3	9	1	1	1	1	4
79	1	3	1	1	2	8	2	2	3	1	1	2	11	2	2	2	6	2	2	2	2	8
80	4	3	5	5	3	20	4	5	4	5	5	5	28	4	4	5	13	5	4	4	5	18
81	4	4	3	4	4	19	3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	9	4	4	3	3	14
82	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	4	20	3	2	5	10	3	2	3	4	12
83	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
84	5	4	4	4	4	21	4	3	3	5	2	2	19	3	4	3	10	4	2	4	4	14
85	4	3	5	3	4	19	4	5	4	5	3	5	26	4	5	5	14	4	4	4	4	16
86	4	3	3	2	2	14	3	4	4	3	3	5	22	3	3	4	10	3	1	3	3	10
87	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	12	4	5	4	5	18
88	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	5	5	27	5	4	4	13	4	4	4	4	16
89	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	13	4	4	4	4	16
90	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	5	24	3	3	3	9	3	4	4	3	14
91	4	3	5	4	5	21	4	5	3	4	5	4	25	3	4	5	12	4	3	4	4	15
92	4	3	4	5	5	21	4	3	5	5	4	4	25	4	4	5	13	4	4	5	5	18
93	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
94	4	3	3	3	4	17	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	12	3	3	3	3	12
95	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	3	4	4	15
96	4	4	3	4	4	19	4	4	3	3	4	5	23	4	4	4	12	4	3	4	5	16

97	4	4	4	4	3	19	4	5	3	3	3	5	23	4	5	5	14	4	3	4	4	15
98	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	13	5	5	5	5	20
99	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
100	4	4	4	3	4	19	4	3	5	4	4	5	25	4	4	4	12	4	3	3	4	14
101	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
102	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
103	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	11	4	4	3	4	15
104	4	4	3	4	5	20	4	4	4	3	4	5	24	5	4	3	12	5	4	4	5	18
105	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
106	3	4	4	4	4	19	5	3	4	4	2	4	22	4	3	4	11	4	3	4	4	15
107	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	12	4	5	5	5	19
108	5	4	2	3	4	18	4	4	4	4	3	5	24	5	5	5	15	4	5	5	4	18
109	5	3	4	5	5	22	5	4	3	3	4	4	23	5	4	4	13	5	5	5	4	19
110	2	2	2	3	1	10	1	1	2	1	1	2	8	2	2	2	6	2	3	3	2	10
111	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	20
112	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	2	5	27	5	5	5	15	5	5	5	5	20
113	3	4	4	4	4	19	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	12	4	4	3	4	15
114	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
115	4	4	5	3	4	20	4	4	4	3	5	4	24	3	4	5	12	4	3	4	4	15
116	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	20
117	5	4	4	3	3	19	5	4	3	4	3	5	24	3	4	5	12	4	3	3	5	15
118	5	4	3	3	4	19	3	4	5	4	3	5	24	3	4	5	12	4	3	5	4	16
119	5	4	4	3	5	21	3	4	5	4	4	5	25	3	4	5	12	5	3	4	4	16
120	5	4	4	3	3	19	3	4	5	4	3	5	24	4	5	3	12	4	3	3	5	15
121	4	3	5	3	4	19	3	4	5	4	3	5	24	4	3	5	12	4	3	5	4	16

122	4	5	4	3	3	19	3	4	5	5	4	3	24	3	4	5	12	4	3	5	4	16
123	4	5	4	3	3	19	4	5	3	4	3	5	24	3	4	5	12	4	3	4	5	16
124	4	5	3	3	4	19	4	4	3	5	3	5	24	4	3	5	12	4	3	5	4	16
125	4	5	5	3	3	20	4	4	3	3	5	5	24	3	4	5	12	4	3	5	4	16
126	4	5	3	3	5	20	4	4	5	5	3	3	24	3	4	5	12	4	3	5	4	16
127	4	4	5	3	3	19	3	4	5	3	4	5	24	3	4	5	12	4	3	4	5	16
128	5	4	4	4	5	22	4	5	4	5	5	4	27	5	4	4	13	5	4	4	5	18
129	4	5	3	4	5	21	3	4	5	5	4	3	24	3	4	5	12	5	3	4	4	16
130	4	5	3	3	4	19	4	3	5	4	3	5	24	3	4	5	12	3	4	5	4	16
131	4	5	4	3	3	19	4	5	3	5	3	4	24	3	4	5	12	4	3	5	5	17
132	4	5	3	4	4	20	3	4	5	4	5	3	24	3	4	5	12	4	3	5	4	16
133	3	4	5	4	5	21	4	5	3	4	5	3	24	3	4	5	12	4	3	4	5	16
134	5	4	3	4	5	21	4	5	3	4	5	3	24	3	5	4	12	3	3	4	5	15
135	4	5	5	3	3	20	4	5	3	4	3	5	24	3	4	5	12	4	3	4	5	16
136	4	3	4	5	5	21	4	4	5	5	3	4	25	4	5	3	12	4	3	5	4	16
137	5	4	3	4	5	21	4	3	5	5	3	4	24	3	4	5	12	4	3	5	5	17
138	4	5	3	4	5	21	3	4	5	3	4	5	24	4	3	5	12	4	3	5	4	16
139	4	5	5	4	3	21	4	3	5	3	4	5	24	4	3	5	12	4	3	5	5	17

Lampiran 5 : Hasil Output SPSS Versi 25 Uji Validitas

Uji Validitas: Variabel *Perceived Price* (X₁)

		Correlations					Perceived Price
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	,225**	,340**	,385**	,400**	,707**
	Sig. (2-tailed)		,008	,000	,000	,000	,000
	N	139	139	139	139	139	139
X1.2	Pearson Correlation	,225**	1	,201*	,136	,089	,500**
	Sig. (2-tailed)	,008		,018	,110	,295	,000
	N	139	139	139	139	139	139
X1.3	Pearson Correlation	,340**	,201*	1	,298**	,266**	,649**
	Sig. (2-tailed)	,000	,018		,000	,002	,000
	N	139	139	139	139	139	139
X1.4	Pearson Correlation	,385**	,136	,298**	1	,396**	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000	,110	,000		,000	,000
	N	139	139	139	139	139	139
X1.5	Pearson Correlation	,400**	,089	,266**	,396**	1	,680**
	Sig. (2-tailed)	,000	,295	,002	,000		,000
	N	139	139	139	139	139	139
Perceived Price	Pearson Correlation	,707**	,500**	,649**	,698**	,680**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	139	139	139	139	139	139

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

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

Uji Validitas: Variabel *Perceived Usefulness* (X₂)

		Correlations						Perceived Usefulness
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	,495**	,188*	,483**	,480**	,253**	,694**
	Sig. (2-tailed)		,000	,027	,000	,000	,003	,000
	N	139	139	139	139	139	139	139
X2.2	Pearson Correlation	,495**	1	,265**	,507**	,492**	,293**	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,000	,000	,000
	N	139	139	139	139	139	139	139
X2.3	Pearson Correlation	,188*	,265**	1	,542**	,407**	,347**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,027	,002		,000	,000	,000	,000
	N	139	139	139	139	139	139	139
X2.4	Pearson Correlation	,483**	,507**	,542**	1	,425**	,301**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	139	139	139	139	139	139	139
X2.5	Pearson Correlation	,480**	,492**	,407**	,425**	1	,273**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,001	,000
	N	139	139	139	139	139	139	139
X2.6	Pearson Correlation	,253**	,293**	,347**	,301**	,273**	1	,582**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,001		,000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Perceived Usefulness	Pearson Correlation	,694**	,722**	,651**	,776**	,756**	,582**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	139	139	139	139	139	139	139

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

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

Uji Validitas: Variabel *Facilitating Conditions* (Z)

Correlations

		Z.1	Z.2	Z.3	Facilitating Conditions
Z.1	Pearson Correlation	1	,561**	,279**	,776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	139	139	139	139
Z.2	Pearson Correlation	,561**	1	,532**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	139	139	139	139
Z.3	Pearson Correlation	,279**	,532**	1	,756**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	139	139	139	139
Facilitating Conditions	Pearson Correlation	,776**	,863**	,756**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	139	139	139	139

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

Uji Validitas: Variabel *Purchase Intention* (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Purchase Intention
Y.1	Pearson Correlation	1	,551**	,551**	,646**	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	139	139	139	139	139
Y.2	Pearson Correlation	,551**	1	,359**	,388**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	139	139	139	139	139
Y.3	Pearson Correlation	,551**	,359**	1	,492**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	139	139	139	139	139
Y.4	Pearson Correlation	,646**	,388**	,492**	1	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	139	139	139	139	139
Purchase Intention	Pearson Correlation	,867**	,735**	,765**	,791**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	139	139	139	139	139

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

Lampiran 6 : Hasil Output SPSS Versi 25 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas: Variabel *Perceived Price* (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,651	5

Uji Reliabilitas: Variabel *Perceived Usefulness* (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,788	6

Uji Reliabilitas: Variabel *Facilitatig Conditions* (Z)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,710	3

Uji Reliabilitas: Variabel *Purchase Intention* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,796	4

Lampiran 7 : Hasil Output SPSS Versi 25 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov)

a. Uji Normalitas Sebelum dimoderasi

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		139
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,12926291
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,032
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Normalitas Setelah dimoderasi

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		139
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,07908113
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,056
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,065 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolonieritas

a. Sebelum dimoderasi

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,085	1,223		,069	,945		
	Perceived Price	,529	,087	,513	6,066	,000	,460	2,173
	Perceived Usefulness	,210	,063	,280	3,305	,001	,460	2,173

a. Dependent Variable: Purchase Intention

b. Setelah dimoderasi

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,338	1,220		-,277	,782		
	Perceived Price	,489	,088	,475	5,572	,000	,441	2,267
	Perceived Usefulness	,140	,070	,187	2,007	,047	,368	2,714
	Facilitating Conditions	,244	,110	,176	2,223	,028	,509	1,966

a. Dependent Variable: Purchase Intention

3. Uji Heteroskedastisitas

a. Sebelum dimoderasi

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,137	,927		,001
	Perceived Price	-,087	,066	-,163	,192
	Perceived Usefulness	-,014	,048	-,036	,774

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. Setelah dimoderasi

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,133	,929		,001
	Perceived Price	-,083	,067	-,157	,217
	Perceived Usefulness	-,052	,053	-,136	,326
	Facilitating Conditions	,070	,084	,099	,403

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Lampiran 8 : Hasil Output SPSS Versi 25 Uji Analisis Regresi

1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	,085	1,223		,069
	Perceived Price	,529	,087	,513	6,066
	Perceived Usefulness	,210	,063	,280	3,305

a. Dependent Variable: Purchase Intention

2. Uji Moderated Regression Analysis

Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	7,372	3,207		2,298
	Perceived Price	,525	,297	,140	1,770
	Perceived Usefulness	,112	,155	,150	,725
	Facilitating Conditions	-,493	,324	-,356	-1,521
	PP*FC	,034	,009	,749	4,010
	PU*FC	,004	,013	,104	,273

a. Dependent Variable: Purchase Intention

Lampiran 9 : Hasil Output SPSS Versi 25 Uji Hipotesis

1. Uji t

a. Sebelum dimoderasi

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	,085	1,223		,069
	Perceived Price	,529	,087	,513	6,066
	Perceived Usefulness	,210	,063	,280	3,305

a. Dependent Variable: Purchase Intention

b. Setelah dimoderasi

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	7,372	3,207		2,298
	Perceived Price	,525	,297	,140	1,770
	Perceived Usefulness	,112	,155	,150	,725
	Facilitating Conditions	-,493	,324	-,356	-1,521
	PP*FC	,034	,009	,749	4,010
	PU*FC	,004	,013	,104	,273

a. Dependent Variable: Purchase Intention

2. Koefisien Determinasi (R^2)

a. Sebelum dimoderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 ^a	,552	,546	1,69483

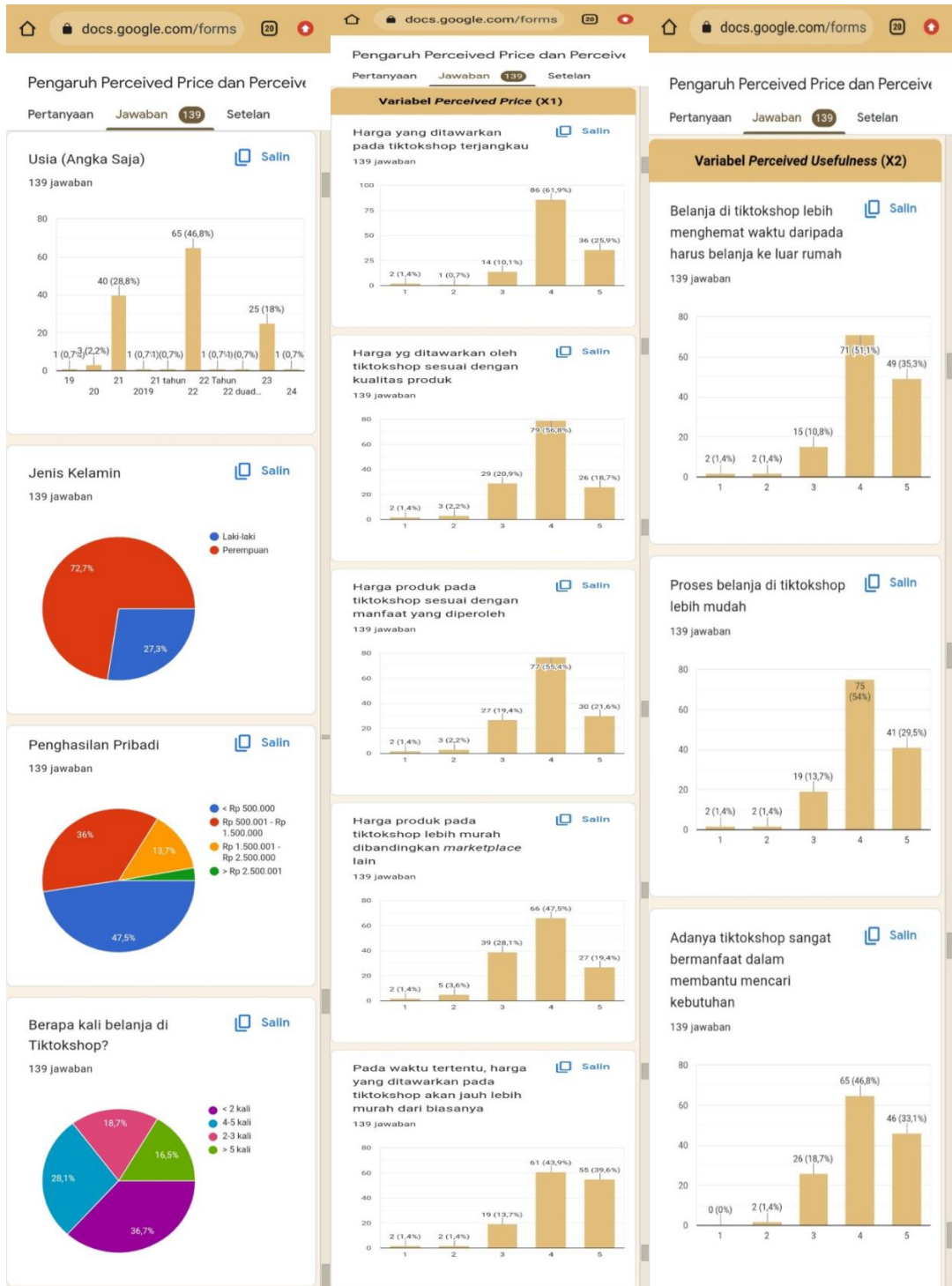
a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Perceived Price

b. Setelah dimoderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 ^a	,576	,560	1,66792

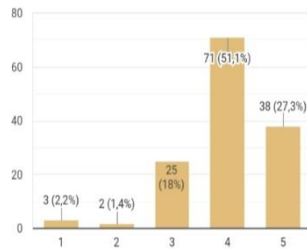
a. Predictors: (Constant), PU*FC, X1.1, Perceived Usefulness, PP*FC, Facilitating Conditions

Lampiran 10 : Dokumentasi



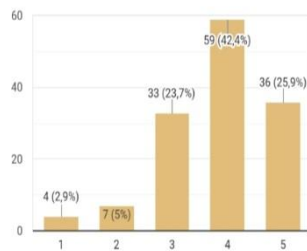
Belanja di tiktokshop lebih efisien

139 jawaban



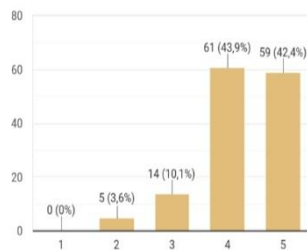
Proses transaksi di tiktokshop lebih cepat daripada belanja offline

139 jawaban



Adanya tiktokshop membuat toko online lebih berkembang dan meningkatkan produktivitas.

139 jawaban



docs.google.com/forms

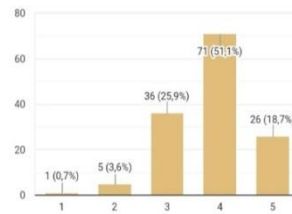
Pengaruh Perceived Price dan Perceive

Pertanyaan Jawaban 139 Setelan

Variabel Facilitating Conditions (Z)

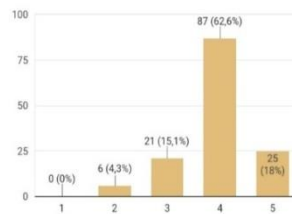
Kondisi fasilitas pada tiktokshop dapat digunakan sebagaimana fungsinya

139 jawaban



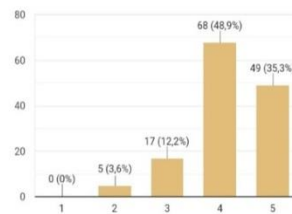
Kondisi fasilitas atau fitur yang lengkap pada tiktokshop dapat mengoptimalkan hasil kerja dan proses belanja

139 jawaban



Petunjuk pengoperasian fasilitas memberikan kemudahan dalam penggunaanya

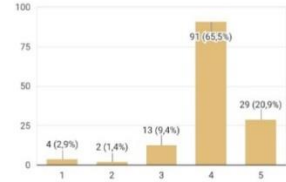
139 jawaban



Variabel Purchase Intention (Y)

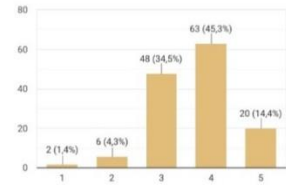
Saya memiliki keinginan untuk membeli produk pada tiktokshop

139 jawaban



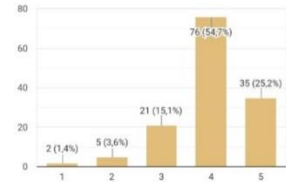
Saya menyarankan orang lain untuk membeli produk pada tiktokshop

139 jawaban



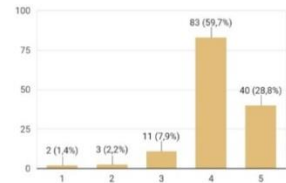
Saya mereferensikan produk-produk pada tiktokshop karena harganya terjangkau

139 jawaban



Informasi yang saya dapat dari tiktok menarik minat saya untuk membeli produk pada tiktokshop

139 jawaban



Lampiran 11: Surat Keterangan Similarity Cheking



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

SURAT KETERANGAN SIMILIARITY CHECKING

Nomor : B-264/Un.27/Set.IV.1/PP.00.9/07/2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan menerangkan bahwa naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Ahmad Nihaul Khazani
NIM : 4119135
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh Perceived Price dan Perceived Usefulness Terhadap Purchase Intention Generasi Z pada Tiktoshop dengan Facilitating Conditions sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019 FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)"

telah melalui tahap *plagiarism/similarity checking* menggunakan aplikasi Turnitin, dengan keterangan:

Waktu Submit : 25 Juli 2023
Hasil (Similarity) : 21%

Oleh karenanya naskah tersebut dinyatakan **LOLOS** dari plagiarisme sesuai dengan ketentuan yang berlaku di FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Surat Keterangan ini berlaku selama 1 (satu) semester sejak diterbitkan untuk dijadikan sebagai syarat pendaftaran ujian/munaqasyah skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 26 Juli 2023

an. Dekan

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.

NIP. 19851012 201503 1 004

Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Ahmad Nihaul Khazani
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 10 Agustus 2001
3. Alamat rumah : Desa Ketitang Kidul, RT 06/RW 02,
Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan
4. Alamat tinggal : Desa Ketitang Kidul, RT 06 /RW 02,
Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan
5. Nomor *handphone* : 085640168097
6. Email : ahmadnihaul8263@gmail.com
7. Nama ayah : Kanan
8. Pekerjaan ayah : Guru
9. Nama ibu : Istiharoh
10. Pekerjaan ibu : Guru

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MII Wiroditan (2007-2013)
2. SMP : MTs. Gondang (2013-2016)
3. SMA : MAS Simbangkulon (2016-2019)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. UKM LPTQ UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan (2020-2021)

Pekalongan, 18 Juli 2023



Ahmad Nihaul Khazani
NIM. 4119135



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Pahlawan-Rowolaku KM.5 Kajen.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan.uingusdur.ac.id |Email : perpustakaan@uingusdur. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : AHMAD NIHAUL KHAZANI

NIM : 4119135

Fakultas/Prodi : FEBI / EKONOMI SYARIAH

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* GENERASI Z PADA
TIKTOKSHOP DENGAN *FACILITATING CONDITIONS* SEBAGAI
VARIABEL *MODERATING***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019 FEBI
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 23 Agustus 2023



AHMAD NIHAUL KHAZANI
NIM. 4119135

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.