

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Andhiyani Rahmasari Putri, & Ari Susanti. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20–33. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.013.1.02>
- Effendy, E., Siregar, E. A., Fitri, P. C., & Damanik, I. A. S. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 4343–4349.
- Firdausa, A. (2020). *Analisis Pengaruh Rekomendasi Produk Dari Official Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Online Menggunakan Model Signaling Theory*. 31–39. [http://repository.unair.ac.id/97252/%0Ahttp://repository.unair.ac.id/97252/5/5.BAB II TINJAUAN 6. KKC KK FST.ST.SI.10-20 Fir a PUSTAKA.pdf](http://repository.unair.ac.id/97252/%0Ahttp://repository.unair.ac.id/97252/5/5.BAB%20II%20TINJAUAN%206.%20KKC%20KK%20FST.ST.SI.10-20%20Fir%20a%20PUSTAKA.pdf)
- Hariri, F. R., & Rochim, L. W. (2022). Sistem Rekomendasi Produk Aplikasi Marketplace Berdasarkan Karakteristik Pembeli Menggunakan Metode User Based Collaborative Filtering. *Teknika*, 11(3), 208–217. <https://doi.org/10.34148/teknika.v11i3.538>
- Herbert A.Tambunan, & Jimmi Hendrik Pangihutan Sitorus. (2023). Sistem Rekomendasi Collaborative Filtering Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian di Pasar Tradisional. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 7(2), 1040–1054.
- Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal*

Manajemen & Bisnis Kreatif, 7(1).
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>

Jalil, M, A., Syahidin, & Erma. (2021). Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi Di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues. *Gajah Putih Journal Of Economics Review (GPJER)*, 3(2), 76–88.

Marga, U. P. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Platform Shopee)*. 9(2).

Margahana, H. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli: Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Commerce di Oku Timur. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 145–154.
<http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/410>

Munawar, Z., Putri, N. I., & Musadad, D. Z. (2020). Meningkatkan Rekomendasi Menggunakan Algoritma Perbedaan Topik. *Jurnal Sistem Informasi*, 01(02), 17–26.

Olimsar, F., & Tialonawarmi, F. (2023). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Kembali Di Aplikasi Shopee Serta Dampaknya Pada Keunggulan Bersaing. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2446–2456. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5729>

Oscar, B., Mb, S., Hilman, M. M., & Megantara, C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Pemasaran*, 10(1), 1–12. www.kompas.com

Perilaku, A. F., Terhadap, K., Pembelian, K., Siregar, A. M., Islam, U., & Sumatera, N. (2022). *Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*. 21, 96–103.
<https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.884>

Printo Nana, K., & Junaedi, L. (2021). Penerapan Association Rule Pada Sistem Rekomendasi Produk Properti Berdasarkan Pola Interaksi Pengguna.

- Antivirus : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 15(1), 30–43.
<https://doi.org/10.35457/antivirus.v15i1.1292>
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69.
<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Sabila, A. R., & Kusumaningrum, L. (2020). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Tangerang 2020). *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT*, 16(2), 72–80.
<https://jitech.i-tech.ac.id/index.php/jitech/article/view/107/pdf>
- Scale, T. M. (2013). *LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)*. 2(2), 125–131.
- Sepianti, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Penggunaan E-Commerce Secara Berkelanjutan. *Jurnal Pusdansi*, 2(2), 111.
<http://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/view/71%0Ahttp://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/download/71/81>
- Wulandari, A. (2021). *Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia*. 3.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & ... (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan ...*, 7, 7524–7532.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/7422/6136>
- Suparwo, A., & Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di Lazada. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 446.
<https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13380>
- Oktaviani, S., Devita Putri, A., & Astuti Handayani, M. (2022). Pengaruh

Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian terhadap Minat beli Secara Online (Studi Kasus pada Toko Online Lazada). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(2), 37–45.

Harahap, M. I., Lubis, M. I., Islam, U., Sumatera, N., Review, C., Rating, O. C., & Beli, M. (2024). *ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MAHASISWA JURUSAN MANEJEMEN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA PADA. 1*, 7–12.

L
A
M
P
I
R
A
N

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka untuk melaksanakan penelitian skripsi program sarjana (S1), saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan yang berjudul **“Analisis Dampak Penerapan Sistem Rekomendasi Produk Terhadap Peningkatan Minat Beli Pelanggan Pada E-Commerce”**, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang dilampirkan. Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini dan kuesioner ini dapat digunakan apabila sudah terisi semua.

Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr berikan tidak akan mempengaruhi kedudukan maupun jabatan, mengingat kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr akan kami jaga.

Petunjuk Pengisian :

Kode	Point Skala Likert	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
R	Ragu-Ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Variabel	Indikator		Pertanyaan
Sistem Rekomendasi Produk	Kualitas Informasi	Akurat	Informasi yang saya gunakan bebas dari kesalahan dan kekeliruan
		Tepat Waktu	Saya selalu mendapatkan informasi baru yang relevan dengan kebutuhan saya
		Relevan	Informasi yang saya gunakan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan saya.
		Kelengkapan	Informasi yang saya gunakan memberikan semua yang saya

			butuhkan.
		Kemudahan Akses	Pengguna merasa nyaman dan mudah dalam mengakses dan menggunakan informasi
	Kesamaan (<i>Similiarity</i>)	Kesamaan Fitur	Saya merasa rekomendasi produk yang di berikan sangat mirip dengan produk yang sudah saya gunakan sebelumnya.
		Kesamaan Merek	Saya mengenal dan menyukai merek produk yang di rekomendasikan.
		Kesamaan Penggunaan	Saya dapat menggunakan produk/layanan ini dengan cara yang sama seperti yang saya gunakan pada produk/layanan lain.
		Kesamaan Pengalaman	Saya mendapatkan pengalaman yang sama saat menggunakan produk/layanan sistem rekomendasi seperti yang saya dapatkan pada produk/layanan lain
		Kesamaan Emosional	Saya merasa senang dan antusias saat menggunakan produk/layanan ini.
Minat Beli Pelanggan	Minat Beli	Kesadaran Merek	Saya memahami dengan baik apa yang ditawarkan oleh produk/layanan ini.
		Pertimbangan Pembelian	Saya merasa bahwa produk/layanan memiliki keunggulan dibandingkan produk/layanan lain yang sejenis.
		Faktor Pendorong Pembelian	Promosi dan penawaran menarik yang diberikan mendorong saya untuk membeli
		Kesediaan Membeli	Saya akan mencari informasi lebih lanjut tentang produk/layanan ini sebelum membeli.

Lampiran 2
Data Hasil Penelitian Kuesioner

	Usia	Xa1	Xa2	Xa3	Xa4	Xa5	Xb1	Xb2	Xb3	Xb4	Xb5	Y1	Y2	Y3	Y4
Laki - Laki	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	22	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
Perempuan	22	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
Perempuan	30	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Laki - Laki	20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Laki - Laki	25	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
Laki - Laki	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	22	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
Perempuan	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	23	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
Perempuan	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Perempuan	21	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
Laki - Laki	25	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
Laki - Laki	21	5	4	4	3	2	3	5	3	3	5	5	5	5	5
Perempuan	23	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Perempuan	22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
Laki - Laki	25	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5
Perempuan	23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
Perempuan	23	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
Perempuan	46	1	5	5	1	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
Perempuan	22	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
Perempuan	25	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	5	5
Laki - Laki	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
Laki - Laki	25	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
Perempuan	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
Laki - Laki	24	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Laki - Laki	25	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	5	5
Laki - Laki	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	20	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
Laki - Laki	19	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5
Laki - Laki	22	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
Laki - Laki	19	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
Laki - Laki	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
Laki - Laki	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Laki - Laki	18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Laki - Laki	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	23	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
Laki - Laki	23	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Laki - Laki	60	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
Laki - Laki	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Laki - Laki	23	3	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
Laki - Laki	21	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5
Laki - Laki	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
Perempuan	22	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5
Perempuan	23	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
Laki - Laki	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	22	4	3	4	4	5	3	4	4	2	4	5	4	5	3
Perempuan	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	23	1	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3
Perempuan	22	4	5	5	3	4	5	3	4	2	4	5	3	4	5
Perempuan	21	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Laki - Laki	23	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5
Perempuan	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Perempuan	29	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
Perempuan	31	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
Laki - Laki	38	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
Laki - Laki	20	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	50	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
Laki - Laki	21	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5
Perempuan	21	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5
Perempuan	26	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4
Laki - Laki	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Laki - Laki	26	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	19	3	5	5	4	3	3	5	4	5	5	3	3	5	4
Laki - Laki	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	19	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	22	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4
Laki - Laki	23	4	3	4	5	2	3	2	3	4	2	2	2	3	4
Perempuan	22	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4
Laki - Laki	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
Laki - Laki	22	3	4	4	3	3	5	3	4	2	3	4	5	3	3
Perempuan	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3
Laki - Laki	20	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
Laki - Laki	19	3	5	5	4	5	2	4	3	2	4	3	3	4	5
Perempuan	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	23	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4

Laki - Laki	45	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	20	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki - Laki	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki - Laki	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	19	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5

LAMPIRAN 3

Penelitian Menggunakan Google Drive

Regimen 1 dari 1

Kuesioner penelitian Dampak Penerapan Sistem Rekomendasi Produk Terhadap Peningkatan Minat Beli Pelanggan Pada E-Commerce

Kepada responden yang terhormat,

Daftar rangka untuk melaksanakan penelitian dengan program sarjana (S1), saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan yang berjudul "Analisis Dampak Penerapan Sistem Rekomendasi Produk Terhadap Peningkatan Minat Beli Pelanggan Pada E-Commerce", maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sah untuk mengizinkan waktu untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang diberikan. Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini dan kuesioner ini dapat digunakan apabila

Pernyataan:

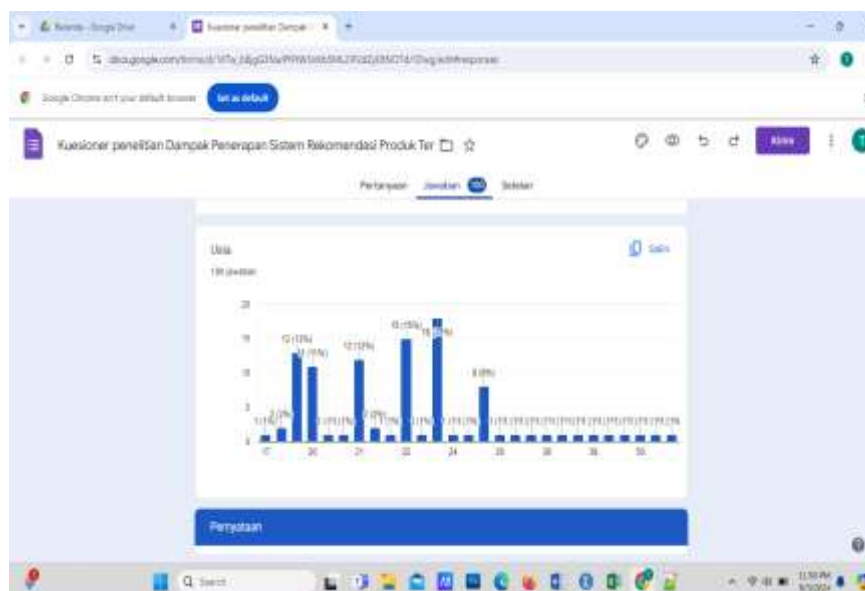
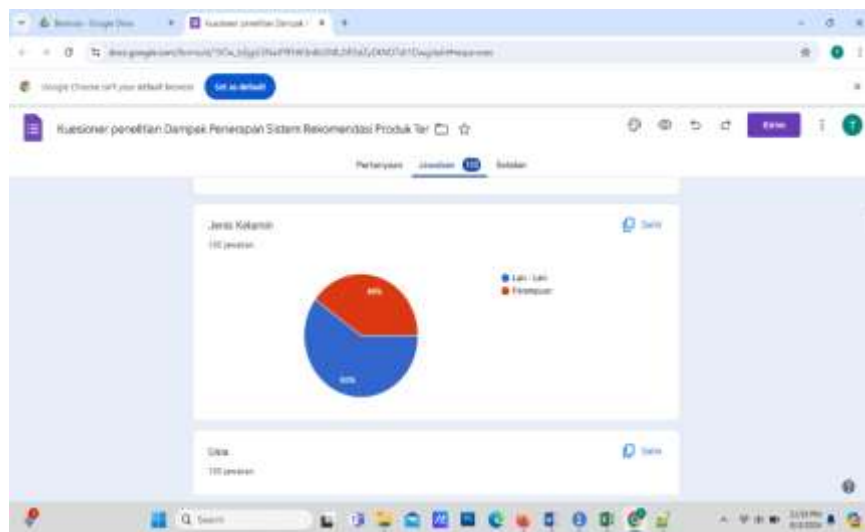
- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu - Ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

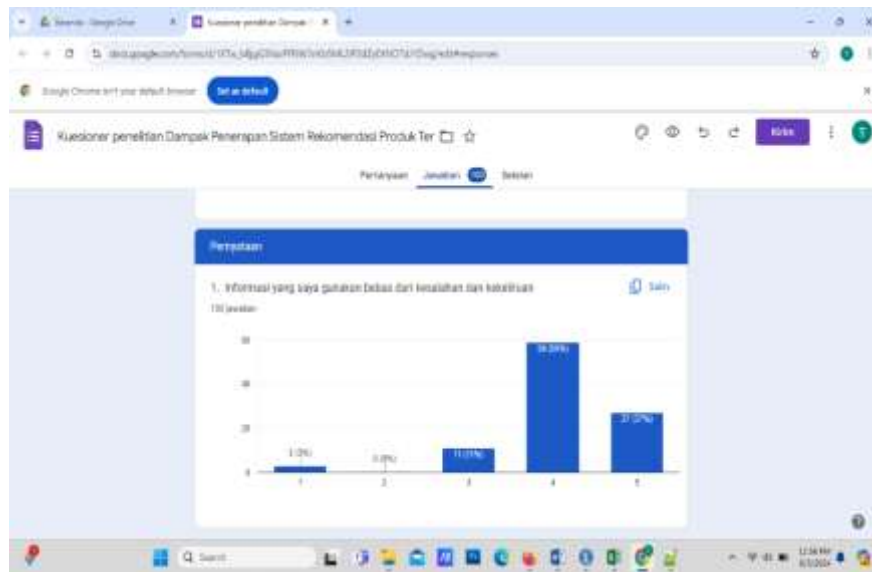
1. Informasi yang saya gunakan dalam beli keputusan dan keakutuhan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

2. Saya telah mendapatkan informasi baru yang relevan dengan kebutuhan saya *





Lempira 4

Hasil Uji Regresi Linier

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kesamaan, Kualitas Informasi ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Minat Beli			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.405	.393	1.42493
a. Predictors: (Constant), Kesamaan, Kualitas Informasi				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.089	2	67.045	33.020	<.001 ^b
	Residual	196.951	97	2.030		
	Total	331.040	99			
a. Dependent Variable: Minat Beli						
b. Predictors: (Constant), Kesamaan, Kualitas Informasi						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.318	1.312		5.576	<.001

	Kualitas Informasi	.133	.096	.175	1.395	.166
	Kesamaan	.362	.093	.490	3.912	<.001
a. Dependent Variable: Minat Beli						