

LAMPIRAN

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

***PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO
BUY PROPERTY***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
NOMOR : 1561/UN40.A7/TD.06/2025

TENTANG
PENGANGKATAN DAN PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
PENDIDIKAN INDONESIA

DEKAN FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
PENDIDIKAN INDONESIA

- Menimbang : a. usulan Ketua Program Sarjana (S1) Program Studi Pendidikan Bisnis Nomor B-276/UN40.A7.5.2.1/PK.03.03/2025 Tanggal 7 Februari 2025 Tentang Permohonan penerbitan SK Pembimbing Skripsi a.n Melinda Amelia Mahasiswa Program Sarjana (S1) Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia;
- b. bahwa kegiatan bimbingan skripsi terhadap mahasiswa di program studi Pendidikan Bisnis merupakan salah satu kewajiban dosen dalam melaksanakan tri dharma perguruan tinggi;
- c. rencana kerja tahunan dan program kerja FPEB Tahun 2025;
- d. bahwa sehubungan dengan butir a, b, c, dan d diatas dipandang perlu untuk mengeluarkan surat Keputusan Dekan mengenai nama-nama dosen pembimbing skripsi di program studi pendidikan bisnis serta menetapkan nama-nama mahasiswa yang dibimbingnya;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158 tambahan lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 41 tambahan lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4496) sebagaimana telah diubah kedua kalinya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2015 tentang perubahan kedua atas peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 45, tambahan lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5670);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi Dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 Tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 41 Tambahan Lembaran Negara Nomor 5509);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2020 Tentang perubahan atas peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2015 Tentang bentuk dan Mekanisme Pendanaan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 28 tambahan lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6461);
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

8. Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 03/Per/MWAUPI/2015 Tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 Tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia sebagaimana telah diubah dengan peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 06/Per/MWA UPI/2015 Tentang Perubahan atas peraturan pelaksanaan peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 Tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia;
9. Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 04 Tahun 2020 Tentang Rencana Strategis Universitas Pendidikan Indonesia 2021-2025;
10. Peraturan Majelis Wali Amanat Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 02 Tahun 2022 Tentang Pedoman Penyusunan Rencana Strategis Universitas Pendidikan Indonesia;
11. Peraturan Majelis Wali Amanat Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 03 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 04 Tahun 2020 Tentang Rencana Strategi Universitas Pendidikan Indonesia 2021-2025;
12. Peraturan Rektor Nomor 0426/UN40/HK/2018 Tentang Insentif Berbasis Kinerja Bagi Tenaga Kependidikan Di Lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia;
13. Peraturan Rektor Nomor 7565/UN40/HK/2019 Tentang Standar Mutu Universitas Pendidikan Indonesia;
14. Peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 001 Tahun 2022 Tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Universitas Pendidikan Indonesia;
15. Peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 40 Tahun 2024 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan

- KESATU :** Mengangkat dosen pembimbing skripsi di tingkat Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia pada kolom V untuk membimbing mahasiswa seperti tercantum pada kolom lampiran Surat Keputusan ini.
- KEDUA :** 1. Memberi kewenangan penuh Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis untuk melakukan koordinasi dengan Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis dalam kegiatan bimbingan skripsi;
2. Memberi tugas kepada Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis untuk mengawasi pelaksanaan proses kegiatan bimbingan skripsi Dosen dengan para mahasiswa yang dibimbingnya;
3. Mengangkat tim dosen pembimbing skripsi Program Studi Pendidikan Bisnis untuk melakukan kegiatan bimbingan skripsi paling lama 6 (Enam) Bulan, perpanjangan waktu bimbingan paling lambat 1x6 (Enam) Bulan;
- KEEMPAT :** Surat Keputusan ini berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Bandung
Pada Tanggal 10 Februari 2025
Dekan,



RATIH HURRYATI,

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pendidikan Indonesia
Nomor : 1561/UN40.A7/TD.06/2025
Tentang : Pengangkatan dan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pendidikan Indonesia

NO	NAMA / NIM	JUDUL SKRIPSI	DOSEN PEMBIMBING AKADEMIK	DOSEN PEMBIMBING
I	II	III	IV	V
1	Putra Dangiang Wangi Alfiadi/ 1910013	Pengaruh Advertising Appeals Dan Celebrity Endorsement Terhadap Customer Loyalty (Survei Terhadap Konsumen Produk Face Wash Mens Biore)	Dr. Bambang Widjajanta, M.M.	1. Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si. 2. Dr. Dita Amanah, M.B.A.
2	Nina Nuraini/ 2108163	Pengaruh Perceived Platform Quality Dan Perceived Interaction Quality Terhadap Continuance Intention Melalui Customer Delight (Survei Pada Pengguna Aplikasi Telemedicine Di Indonesia)	Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S.Sos., M.M.	1. Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P. 2. Dr. Lisnawati, S.Pd., M.M.
3	Yasmin Naila/ 1907803	Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Credibility (Survei Terhadap Anggota Grup Komunitas Smartphone Xiaomi Di Facebook)	Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P.	1. Dr. Bambang Widjajanta, M.M. 2. Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
4	Erza Aditya Herman/ 2006046	Pengaruh Standar Operasional Prosedur (Sop) Dan Lingkungan Usaha Terhadap Volume Penjualan (Survei Pada Umkm Grand Kebab)	Dr. Yusuf Murtadlo, S.Si., M.Stat.	1. Prof. Dr. Hj. B. Lena Nuryanti S, M.Pd 2. Asep Ridwan Lubis, S.Mat., M.A.B.
5	Fauzan Yahtadi/ 2101303	Pengaruh Eco-Labeling Dan Environmental Knowledge Terhadap Green Brand Awareness (Studi Pada Konsumen Brand Sepatu Brodo)	Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd, S.Sos, M.M.	1. Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P. 2. Dr. Lisnawati, S.Pd., M.M.
6	Inggi Lestari/ 2002412	Analisis Pengaruh Brand Reputation dan Brand Credibility Terhadap Brand Loyalty (Survei Pada Pengguna Produk Makeup Komunitas Emina Girl Gang Ambassador di Indonesia)	Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., MT., M.M.	1. Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P. 2. Dr. Lisnawati, S.Pd., M.M.
7	Septi Tri Wulandari/ 2109289	Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention (Survei Pengguna Kosmetik Sariayu Pada Followers Akun Instagram Sariayu Martha Tilaar)	Dr. Sulastri, S.Pd., M.Stat., M.M.	1. Dr. Bambang Widjajanta, M.M. 2. Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
8	Fachriansyah / 2007652	Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Survei Terhadap Pengguna Smartphone Vivo Pada Vivo Fans Indonesia Di Facebook)	Prof. Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si.	1. Prof. Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si. 2. Dr. Dita Amanah, M.B.A.
9	Azka Widhiasti Nur	Pengaruh Virtual Reality Quality Melalui Immersion	Prof. Dr. H. Syamsul Hadi Senen, MM.	1. Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



NO	NAMA / NIM	JUDUL SKRIPSI	DOSEN PEMBIMBING AKADEMIK	DOSEN PEMBIMBING
I	II	III	IV	V
	Ramadhina Rohendy/ 2105890	Terhadap Intention To Buy Property (Survei Pada Pengguna Virtual Reality Property Diwebsite Perusahaan Properti Indonesia)		2. Dr. Lisnawati, S.Pd., M.M.
10	Syifa Putri Fatilah/ 2109752	Social Media Influencer Dan Perceived Price Terhadap Online Purchase Decision (Survei Pada Followers Akun Instagram Elsheskin)	Dr. Sulastris, S.Pd., M.Stat., M.M.	1. Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P. 2. Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.

Dekan,



RATIH HURRYATI,

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ACC Dosen Pembimbing 1
(Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P., CSBA)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
Jalan Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telepon/Fax 022-2007634
Alamat Email: business_edupreneur@yahoo.com, Web www.business-edupreneur.com

Nama	: Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy
NIM/No.HP	: 2105890/ 089513079919
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>Virtual Reality Quality</i> melalui <i>Immersion</i> Terhadap <i>Intention to Buy Property</i> (Survei pada Pengguna <i>Virtual Reality Property</i> di Website Perusahaan Properti Indonesia)
Dosen Pembimbing I	: Prof. Dr. Ratih Hurriyati M.P

REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI

No	Tanggal	Tahapan Bimbingan	Tanda Tangan
1	10 Februari 2025	Penyerahan SK Pembimbing	
2	24 Februari 2025	Revisi Bab I	
3	25 Februari 2025	Revisi Bab II	
4	27 Februari 2025	Revisi Bab II	
5	4 Maret 2025	Revisi operasional Variabel	
6	7 Maret 2025	Revisi ovar & Instrumen	
7	12 maret 2025	ACC Bab I-III, Instrumen, Penyebaran kuesioner kelapangan	
8	6 Mei 2025	Revisi Bab IV	

1



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
Jalan Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telepon/Fax 022-2007634
Alamat Email: business_edupreneur@yahoo.com, Web www.business-edupreneur.com

9	14 Mei 2025	Revisi Bab IV	
10	28 Mei 2025	Revisi Bab IV-V	
11	12 Juni 2025	Review Bab I-V	
12	25 Juni 2025	ACC Jurnal	
13	25 Juni 2025	ACC SKRIPSI	

Mengetahui,
Ketua TPPS Program Studi
Pendidikan Bisnis

Dr. Bambang Widajanta, M.M.
NIP. 19611022 198903 1 002

ACC Dosen Pembimbing 2
(Dr Lisnawati S.Pd M.M)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
Jalan Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telepon/Fax 022-2007634
Alamat Email: business_edupreneur@yahoo.com, Web www.business-edupreneur.com

Nama	: Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy
NIM/No.HP	: 2105890/ 089513079919
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>Virtual Reality Quality</i> melalui <i>Immersion</i> Terhadap <i>Intention to Buy Property</i> (Survei pada Pengguna <i>Virtual Reality Property</i> di Website Perusahaan Properti Indonesia)
Dosen Pembimbing II	: Dr. Lisnawati S.Pd M.M

REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI

No	Tanggal	Tahapan Bimbingan	Tanda Tangan
1	10 Februari 2025	Penyerahan Sk Pembimbing	
2	21 Februari 2025	Revisi Bab I (memperbaharui data Bab I)	
3	25 Februari 2025	Revisi Bab II (perbaiki kerangka pemikiran)	
4	3 Maret 2025	Revisi Bab III dan revisi Operasional Variabel	
5	6 Maret 2025	Revisi Bab III dan Revisi Operasional Variabel dan Instrumen	
6	11 Maret 2025	ACC Bab I - III, Instrumen Penelitian, dan penyebaran kuesioner kelengkapan	
7	5 Mei 2025	Revisi Bab IV	
8	19 Mei 2025	Revisi Bab IV	

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
Jalan Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telepon/Fax 022-2007634
Alamat Email: businesss_edupreneur@yahoo.com, Web www.business-edupreneur.com

9	27 Mei 2025	Revisi Bab IV	
10	5 Juni 2025	Revisi Bab V	
11	12 Juni 2025	Jurnal	
12	13 Juni 2025	ACC Jurnal	
13	16 Juni 2025	ACC Skripsi	

Mengetahui,
Ketua TPPS Program Studi
Pendidikan Bisnis

Dr. Bambang Widajanta, M.M.
NIP. 19611022 198903 1 002

INSTRUMEN PENELITIAN KUESIONER
PENGARUH *VIRTUAL REALITY QUALITY* MELALUI *IMMERSION*
TERHADAP *INTENTION TO BUY PROPERTY*

(Survei pada Pengguna *Virtual Reality Property* di *Website* Perusahaan
 Properti Indonesia)

PETUNJUK PENGISIAN:

1. Angket ini terdiri dari lima bagian yaitu: identitas responden, pengalaman responden, tanggapan responden mengenai *virtual reality quality*, tanggapan responden mengenai *immersion*, dan tanggapan responden mengenai *intention to buy property*
2. Bacalah setiap pertanyaan dan alternatif jawaban dengan seksama sebelum Anda memberikan jawaban
3. Setiap pertanyaan harap diisi lengkap tanpa ada jawaban yang terlewat.
4. Isilah setiap pertanyaan sesuai dengan kondisi anda dan juga pengalaman yang pernah dimiliki.

A. SCREENING QUESTION

1. Apakah anda merupakan followers Instagram salah satu perusahaan properti lokal dibawah ini: (Diperbolehkan memilih lebih dari satu)
 - ☐ Agung Podomoro Land
 - ☐ Summarecon Agung
 - ☐ Paramount Land
2. Apakah anda pernah mengunjungi *website* perusahaan properti lokal Agung Podomoro Land, Summarecon Agung, dan/ atau Paramount Land?
 - ☐ Ya
 - ☐ Belum
3. Apakah anda pernah mencoba fitur virtual reality property pada website perusahaan property lokal Agung Podomoro Land, Summarecon Agung, dan atau Paramount Land?
 - ☐ Ya (Silahkan untuk melanjutkan pengisian kuesioner)
 - ☐ Belum (Terimakasih atas partisipasinya)

Petunjuk: pilihlah satu jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda.

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia: ____ Tahun
3. Provinsi
4. Status
 - a. Menikah

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH *VIRTUAL REALITY QUALITY* MELALUI *IMMERSION* TERHADAP *INTENTION TO BUY PROPERTY*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- b. Belum menikah
- c. Sudah pernah menikah

Pendidikan Terakhir:

- a. SD Sederajat
 - b. SMP Sederajat
 - c. SMA/K Sederajat
 - d. Diploma
 - e. S1
 - f. S2
 - g. S3
7. Pekerjaan:
- a. Karyawan Swasta
 - b. Wirausaha
 - c. Aparatur Sipil Negara (ASN)
 - d. TNI / Polri
 - e. Lainnya, sebutkan _____
8. Rata-rata penghasilan per-bulan (sudah bekerja):
- a. Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000
 - b. Rp 16.000.000 – Rp30.000.000
 - c. Rp 31.000.000 – Rp45.000.000
 - d. Rp 46.000.000 – Rp 50.000.000
 - e. > Rp 50.000.000

A. PENGALAMAN RESPONDEN

Petunjuk: pilihlah satu jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda.

1. Seberapa sering anda menggunakan fitur *virtual reality* untuk melihat properti di *website* perusahaan properti?
 - ☐ Belum pernah
 - ☐ Pernah, 1 – 5 kali
 - ☐ Pernah, 5-10 kali
 - ☐ > 10 kali
2. Berapa lama durasi anda menggunakan fitur *virtual reality* saat mengunjungi website perusahaan properti?
 - ☐ Kurang dari 5 menit
 - ☐ 5- 10 menit
 - ☐ 10-20 menit
 - ☐ Lebih dari 10 menit
3. Saat menggunakan fitur *virtual reality* di *website* perusahaan properti, apa yang biasanya pertama kali anda lihat?
 - ☐ Tampilan luar atau eksterior properti

- ☐ Ruang tamu atau area utama dalam properti
- ☐ Kamar tidur
- ☐ Fasilitas lainnya (misalnya dapur, kamar mandi)
- ☐ Tidak yakin / teergantung pada properti

1. Apa yang menurut anda paling menarik untuk dilihat dalam fitur virtual reality di website perusahaan properti?

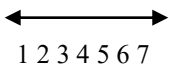
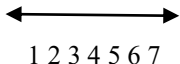
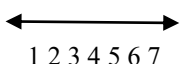
- ☐ Desain dan tata letak properti
- ☐ Kondisi dan kualitas bangunan
- ☐ Fasilitas dan ruang luar (halaman, taman)
- ☐ Lingkungan sekitar properti (akses jalan, fasilitas umum)
- ☐ Lainnya.... (harap jelaskan)

A. TANGGAPAN MENGENAI *VIRTUAL REALITY*

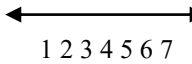
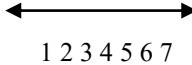
Virtual Reality Quality (VRQ) dalam konteks properti di Indonesia merujuk pada kualitas teknologi realitas *virtual* yang mampu menciptakan pengalaman imersif, interaktif, dan multisensori bagi penggunanya, di mana teknologi ini mensimulasikan lingkungan tiga dimensi (3D) yang sangat realistis, memungkinkan pengguna untuk merasakan seolah-olah berada di dalam dunia virtual tersebut, serta memberikan gambaran yang mendalam dan realistis mengenai properti yang sedang dieksplorasi tanpa perlu hadir secara fisik (Azmi & Ibrahim, 2023; Garrido et al., 2022; Hu Au & Lee, 2017; Kandaurova & Lee, 2019; Ringler, 2020)

Petunjuk: Berilah tanda (X) untuk setiap poin angka yang disediakan dalam kolo dibawah ini sesuai dengan pendapat Anda sebagai calon konsumen project perusahaan properti lokal Indonesia

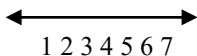
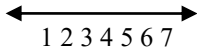
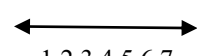
1. *Visualization*

No.	PERNYATAAN			
1	Kejelasan tampilan grafis dalam fitur <i>virtual reality property</i> berdasarkan kualitas visual yang ditampilkan	Sangat Tidak Jelas		Sangat Jelas
2	Ketajaman detail visual dalam fitur <i>virtual reality property</i> berdasarkan kualitas visual yang ditampilkan	Sangat Tidak akurat		Sangat Akurat
3.	Kelancaran animasi objek dalam fitur <i>virtual reality property</i> berdasarkan kualitas visual yang ditampilkan	Sangat Rendah		Sangat Tinggi

2. *Realism*

No.	PERNYATAAN			
4	Akurasi warna dan pencahayaan dalam fitur <i>virtual reality</i> disesuaikan dengan objek rumah pada dunia nyata	Sangat Tidak Akurat		Sangat Akurat
5.	Perspektif kesan nyata yang dirasakan pengguna saat berinteraksi menggunakan fitur <i>virtual reality</i> di website properti	Sangat Tidak Nyata		Sangat Nyata

3. *System performance*

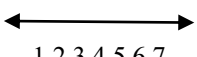
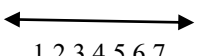
No.	PERNYATAAN			
6	Kestabilan sistem <i>virtual reality</i> yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan objek properti berdasarkan <i>system performance</i> di <i>website</i> properti	Sangat rendah		Sangat Tinggi
7	Kecepatan respon fitur <i>reality quality</i> terhadap <i>input</i> yang diberikan pengguna berdasarkan <i>system performance</i> di <i>website</i> properti	Sangat Rendah		Sangat Tinggi
8	Kelancaran sistem dalam menyajikan properti tanpa gangguan teknis dalam fitur <i>virtual reality</i> berdasarkan <i>system performance</i> di <i>website</i> properti	Sangat Lambat		Sangat Lancar

A. PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP *IMMERSION*

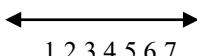
Immersion adalah proses di mana konsumen terlibat secara mendalam dan langsung dalam pengalaman suatu produk atau layanan, baik yang nyata maupun yang disimulasikan, sehingga konsumen merasakan seakan-akan mereka benar-benar berada dalam lingkungan atau situasi tersebut, memperkuat keterhubungan mereka dengan pengalaman yang dialami. Dalam konteks properti *immersion* memungkinkan calon pembeli melakukan *house-tour* secara *virtual*, seolah-olah benar-benar berada di dalam rumah yang sedang dilihat.

Petunjuk: Berilah tanda (X) untuk setiap poin angka yang disediakan dalam kolo dibawah ini sesuai dengan pendapat Anda sebagai calon konsumen perusahaan properti lokal Indonesia

Persence

No.	PERNYATAAN			
9	Pengalaman pengguna merasa lebih terhubung dan terlibat dengan properti yang ditawarkan di <i>website</i> melalui fitur <i>virtual reality</i>	Sangat Rendah		Sangat Tinggi
10	Konsistensi lingkungan <i>virtual</i> yang pengguna rasakan dalam fitur <i>virtual reality</i> , (apakah elemen-elemen <i>virtual</i> terasa saling mendukung) di <i>website</i> property	Sangat tidak konsisten		Sangat konsisten

Interactivity

No.	PERNYATAAN			
11	Interaksi dengan objek rumah yang ditampilkan dalam fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti	Sangat Rendah		Sangat Tinggi

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

12	Keberagaman jenis interaksi yang dapat dilakukan saat menggunakan fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti	Sangat Terbatas	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Luas
----	---	-----------------	-------------------	-------------

Perceived Enjoyment

No.	PERNYATAAN			
13	Keterlibatan perasaan senang saat menggunakan fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti	Sangat Rendah	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Tinggi
14	Kepuasan pengguna fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> property terhadap pengalaman yang disajikan.	Sangat Tidak Puas	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Puas

A. PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP *INTENTION TO BUY PROPERTY*

Intention to buy property adalah keinginan kuat dan kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk properti dengan mempertimbangkan aspek internal dan eksternal yang melibatkan evaluasi, pertimbangan, dan keputusan untuk melakukan pembelian (Azmi et al., 2022)

Trust in VR

No.	PERNYATAAN			
15	Kredibilitas platform <i>website</i> berdasarkan informasi yang diberikan pada pengguna fitur <i>virtual reality property</i>	Sangat Rendah	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Tinggi
16	Kepercayaan pengguna mengenai keamanan dan privasi ketika menggunakan fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti.	Sangat Rendah	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Tinggi

Emotional involvement

No.	PERNYATAAN			
17	Kenyamanan dalam berinteraksi dengan lingkungan virtual saat memilih properti dalam fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti	Sangat Rendah	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Tinggi
18	Terhubungnya perasaan ingin memiliki properti yang ada pada fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti	Sangat Rendah	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Tinggi

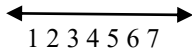
Perceived value

No.	PERNYATAAN			
19	Ketertarikan daya beli terhadap kualitas desain dan fitur properti yang ditampilkan dalam <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti Indonesia	Sangat Rendah	← 1 2 3 4 5 6 7 →	Sangat Tinggi

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

20	Relevansi kesesuaian harga dengan produk properti yang ditampilkan dalam fitur <i>virtual reality</i> di <i>website</i> properti	Sangat Tidak Relevan	 1 2 3 4 5 6 7	Sangat Relevan
----	--	----------------------	--	----------------

LAMPIRAN KODING KARAKTERISTIK RESPONDEN

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
1	2	1	1	2	6	2	3
2	2	2	4	2	5	3	2
3	2	1	5	1	5	3	2
4	2	1	1	1	5	3	1
5	2	1	1	2	5	4	3
6	2	1	1	2	5	4	4
7	2	1	1	2	5	3	1
8	1	1	1	1	5	2	1
9	2	1	1	1	5	3	1
10	2	4	1	2	5	4	1
11	2	3	1	3	4	4	1
12	1	1	1	1	3	2	5
13	2	1	1	2	6	2	3
14	1	1	4	1	6	5	5
15	2	1	3	1	5	6	5
16	1	1	5	2	6	3	5
17	2	1	3	2	5	6	5
18	2	4	1	2	5	4	1
19	1	1	1	1	5	3	1
20	2	1	1	2	5	2	3
21	2	1	4	2	5	3	4
22	1	1	1	1	5	3	2
23	2	1	1	1	3	5	1
24	2	1	1	1	6	5	2
25	2	1	1	2	6	2	4
26	2	1	1	1	5	3	1
27	2	1	1	1	5	3	1
28	2	2	6	2	5	4	1
29	2	1	8	2	5	2	5
30	1	1	6	2	5	6	5
31	1	1	1	1	5	3	2
32	2	1	1	2	6	2	5
33	2	1	4	2	5	2	5
34	2	3	1	2	6	4	1
35	2	4	1	2	5	4	1
36	2	1	1	1	3	6	1

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
37	2	4	1	2	5	4	1
38	2	3	1	2	3	3	1
39	1	4	1	2	6	4	1
40	2	5	1	2	4	1	1
41	2	4	1	3	6	4	1

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
42	2	1	1	2	6	3	1
43	2	3	1	2	3	1	1
44	1	4	1	2	6	4	1
45	2	3	1	2	5	4	1
46	2	4	1	2	4	1	1
47	1	4	1	2	4	6	2
48	2	3	1	2	5	4	1
49	1	1	1	2	6	4	1
50	1	3	1	2	6	4	1
51	2	3	2	2	5	1	1
52	1	3	5	2	6	2	2
53	1	3	3	2	6	5	2
54	2	2	4	2	6	3	1
55	1	2	2	1	5	3	1
56	2	3	4	2	5	4	1
57	2	3	1	2	5	3	1
58	1	3	2	2	5	2	2
59	2	5	1	2	5	1	1
60	2	3	1	1	5	2	1
61	1	4	1	2	5	6	1
62	1	3	4	2	6	2	2
63	1	2	4	1	5	3	1
64	1	3	1	2	6	4	1
65	1	1	1	1	3	6	1
66	2	1	1	2	5	1	1
67	2	3	1	2	5	4	1
68	2	2	1	2	5	3	1
69	1	4	1	2	5	3	1
70	1	2	1	2	5	6	1
71	2	2	1	2	5	3	1
72	2	1	1	2	6	5	3
73	2	1	4	1	5	2	5
74	1	3	1	2	3	4	1
75	2	4	1	3	6	1	1
76	2	2	1	2	6	2	5
77	2	2	1	2	6	3	2
78	2	1	1	1	6	2	4
79	2	1	1	1	3	2	1
80	2	4	1	2	5	3	1

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
81	2	4	1	2	5	4	1
82	1	4	4	2	6	5	2
83	1	1	1	1	6	4	1

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
84	2	1	4	2	6	2	5
85	2	2	3	2	5	4	1
86	1	2	3	2	6	4	1
87	1	3	4	2	5	2	2
88	2	2	4	2	6	3	2
89	1	3	5	3	6	2	2
90	1	2	5	3	5	6	1
91	1	2	5	2	5	3	1
92	1	4	1	2	3	3	2
93	1	4	6	3	4	5	2
94	1	2	5	2	5	3	2
95	2	3	5	3	5	3	2
96	1	1	3	2	5	4	2
97	1	2	6	3	5	3	2
98	1	2	3	3	5	4	2
99	1	2	6	2	6	3	2
100	1	3	7	2	3	3	2
101	1	3	1	2	3	5	3
102	1	2	6	2	5	5	2
103	1	2	9	2	5	3	2
104	1	3	5	2	6	3	2
105	2	3	5	2	4	3	1
106	1	4	7	2	6	3	2
107	1	4	5	3	5	4	2
108	1	3	1	3	5	3	2
109	2	3	5	3	5	5	2
110	2	1	3	3	3	3	2
111	2	3	5	2	4	5	2
112	2	2	7	2	5	2	2
113	1	4	9	2	5	3	2
114	1	2	9	3	5	5	2
115	2	1	5	2	3	3	2
116	1	2	1	2	6	3	2
117	1	3	5	2	3	5	3
118	2	2	3	2	5	6	2
119	1	2	2	3	5	3	2
120	2	3	5	2	5	3	1
121	2	4	5	2	5	3	3
122	1	3	1	2	6	6	2
123	1	2	5	3	5	3	3
124	2	2	5	2	5	6	1
125	1	3	1	3	4	3	2

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
126	2	3	5	3	5	2	1
127	1	4	6	2	6	4	1
128	2	1	5	3	3	4	2
129	1	3	1	2	5	6	2
130	2	3	5	2	5	3	2
131	2	2	5	2	5	2	2
132	2	4	5	2	6	3	1
133	2	2	4	3	5	3	3
134	1	2	4	2	5	3	3
135	1	3	6	3	5	3	2
136	1	2	1	3	5	4	2
137	2	3	5	3	5	3	2
138	1	4	5	3	4	4	1
139	1	4	1	3	5	3	1
140	2	2	5	3	3	3	3
141	1	2	5	3	4	3	2
142	2	2	5	2	3	5	3
143	1	3	5	2	5	3	3
144	2	2	8	3	5	3	2
145	2	4	5	3	5	3	2
146	2	3	7	3	5	6	2
147	2	3	5	3	5	4	2
148	2	1	5	3	3	3	2
149	1	1	5	3	5	5	1
150	2	2	3	3	5	6	3
151	1	3	1	3	5	5	2
152	1	2	7	2	5	3	2
153	2	1	1	3	4	3	3
154	2	2	7	3	5	3	2
155	1	3	7	3	5	3	2
156	2	4	5	3	5	3	2
157	1	4	2	3	5	3	3
158	2	3	5	2	5	3	2
159	1	4	3	2	5	2	2
160	2	2	1	2	3	6	2
161	1	3	2	2	5	3	2
162	2	4	6	2	5	3	2
163	1	3	5	3	5	3	2
164	2	3	5	2	5	5	3

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
165	2	2	3	3	5	6	1
166	2	2	7	2	3	2	2
167	2	3	1	3	5	4	3

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
168	2	4	2	2	3	3	2
169	2	4	5	2	5	3	3
170	2	3	3	2	5	3	2
171	2	3	3	3	5	6	2
172	1	2	5	3	5	3	2
173	2	3	7	3	5	3	2
174	2	3	2	2	5	6	3
175	2	2	6	3	4	3	3
176	2	2	8	2	5	6	2
177	1	4	5	2	4	2	2
178	1	4	5	2	3	4	2
179	2	3	7	3	3	3	2
180	2	4	7	2	5	2	3
181	2	4	7	3	5	6	2
182	2	1	4	3	5	3	2
183	2	3	5	3	4	3	3
184	1	3	2	2	6	4	3
185	1	4	4	3	5	3	1
186	1	2	6	3	3	5	1
187	2	3	9	2	5	6	2
188	1	2	5	3	5	4	3
189	1	4	2	1	5	2	2
190	2	3	1	2	6	4	1
191	1	2	2	2	5	3	1
192	2	2	1	1	6	2	2
193	2	2	1	2	5	4	1
194	2	2	1	1	5	4	1
195	2	1	1	2	5	6	1
196	1	3	1	2	6	5	2
197	2	3	1	2	5	4	2
198	2	2	2	2	4	2	1
199	2	3	3	2	6	3	1
200	2	3	2	3	5	3	1
201	2	2	4	2	5	6	3
202	1	3	1	3	4	3	3
203	1	3	1	1	5	5	3
204	1	3	1	2	5	2	1
205	1	3	3	3	5	3	3
206	2	3	3	1	5	5	2
207	1	2	2	1	3	2	3
208	1	3	2	3	5	3	1
209	1	2	2	3	3	4	3

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
210	2	3	1	2	4	6	3
211	1	3	1	2	4	5	1
212	1	3	3	1	5	3	1
213	1	3	2	2	5	3	2
214	2	2	2	2	5	3	1
215	2	4	2	2	5	3	1
216	2	2	2	2	5	6	2
217	1	4	3	2	5	5	1
218	2	4	1	1	5	5	1
219	2	2	3	2	5	3	1
220	2	3	3	3	5	3	1
221	2	2	2	1	3	3	1
222	1	1	4	2	5	6	1
223	2	2	1	2	5	3	1
224	1	3	2	2	5	6	1
225	1	3	2	1	5	3	1
226	2	2	1	3	4	3	1
227	1	2	2	3	5	3	1
228	2	3	2	3	5	3	1
229	1	3	4	2	5	5	1
230	2	4	2	3	5	3	1
231	1	2	1	2	5	5	1
232	1	3	1	2	5	4	3
233	2	2	1	2	3	3	1
234	1	3	4	2	6	3	1
235	2	2	2	2	5	2	2
236	1	2	4	2	5	3	1
237	1	2	2	2	5	3	3
238	1	2	2	3	5	3	3
239	2	3	1	2	5	3	1
240	2	3	4	2	4	3	3
241	1	2	1	2	5	3	1
242	1	4	2	2	5	4	3
243	1	4	2	1	5	3	1
244	2	3	1	3	4	4	1
245	2	2	3	3	5	4	2
246	2	3	2	2	5	5	1
247	2	3	1	2	5	3	1
248	1	2	2	2	5	4	1

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
249	2	3	3	1	5	3	1
250	2	3	2	2	5	6	1
251	1	1	2	3	5	3	2

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
252	2	3	1	3	5	3	1
253	1	2	2	1	5	3	1
254	1	2	3	2	4	3	1
255	1	4	1	2	5	3	1
256	1	2	2	2	4	3	1
257	2	4	3	2	5	4	1
258	2	2	2	3	6	4	1
259	2	3	1	2	4	2	3
260	2	2	3	2	4	3	1
261	2	4	2	3	4	2	1
262	2	2	1	2	5	3	1
263	2	3	3	3	6	3	1
264	2	2	2	2	5	6	2
265	1	2	4	2	5	4	1
266	1	2	3	2	3	6	1
267	2	3	1	1	5	6	1
268	1	4	2	2	5	4	1
269	1	3	2	3	4	4	1
270	2	4	4	1	5	3	1
271	2	2	2	3	5	3	1
272	2	3	2	2	4	3	1
273	1	3	1	2	5	3	1
274	2	3	4	2	3	6	2
275	2	4	2	2	5	3	1
276	2	2	2	2	5	5	3
277	1	3	4	2	5	3	2
278	2	3	2	2	5	2	3
279	1	3	2	2	6	3	1
280	1	4	4	3	5	3	1
281	1	4	3	2	5	3	1
282	2	3	2	3	4	3	1
283	1	4	1	2	5	2	1
284	2	2	2	2	5	4	1
285	1	3	2	3	4	3	1
286	1	3	2	2	6	3	1
287	2	2	1	2	3	3	1
288	1	2	1	2	5	6	1
289	2	2	4	2	5	4	1
290	2	3	3	2	4	3	1
291	1	3	2	2	5	2	1
292	1	3	2	2	5	3	2
293	1	2	2	2	3	2	2

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
294	1	2	3	3	4	3	1
295	1	3	3	2	3	3	1
296	2	4	4	2	5	3	3
297	1	4	3	1	5	3	1
298	2	4	4	2	6	4	1
299	1	2	3	2	4	5	1
300	2	3	3	3	4	3	1
301	1	2	4	2	5	3	1
302	1	4	3	2	6	5	3
303	2	3	4	2	4	6	3
304	1	1	2	2	5	3	1
305	1	3	1	2	5	2	3
306	2	4	1	2	5	4	1
307	1	3	4	1	3	3	1
308	2	2	2	2	5	3	1
309	2	3	2	2	5	3	1
310	2	2	2	2	4	3	3
311	1	2	1	2	3	3	1
312	1	3	2	2	4	2	1
313	2	3	3	2	5	3	1
314	2	2	3	3	4	3	1
315	2	2	2	3	5	3	2
316	1	4	1	2	4	3	1
317	2	2	2	2	5	3	1
318	2	2	2	2	5	3	1
319	1	2	3	2	3	3	1
320	1	2	3	3	3	3	1
321	1	1	4	1	5	6	2
322	1	3	4	2	3	5	3
323	2	2	2	2	6	5	3
324	1	4	2	2	5	3	2
325	2	3	4	2	3	5	1
326	1	3	1	2	5	3	2
327	1	4	2	2	6	4	1
328	2	3	1	2	4	3	2
329	2	3	4	2	5	3	3
330	2	2	3	2	5	3	3
331	2	2	3	1	5	3	1
332	2	3	1	2	5	3	3

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
333	2	2	2	3	6	3	3
334	1	4	3	1	5	3	1
335	1	4	4	3	5	3	1

R	Jenis Kelamin	Usia (Angka saja)	Asal Tinggal (sebutkan nama kota)	Status	Pendidikan Terakhir	pekerjaan	Penghasilan rata-rata perbulan
336	2	4	2	1	5	3	2
337	2	3	1	2	6	3	1
338	1	2	2	2	5	3	3
339	1	3	2	2	6	3	3
340	2	2	4	2	5	5	1
341	2	2	1	1	5	3	1
342	1	4	2	3	5	3	2
343	2	4	3	2	5	3	1
344	1	2	1	3	6	2	1
345	2	2	4	2	5	3	3
346	2	2	2	2	6	3	1
347	1	2	2	2	5	4	1
348	2	1	1	2	6	4	1

Keterangan:

Jenis Kelamin	1	Laki- laki	Asal Kota	1	Jawa Barat
	2	Perempuan		2	Jawa Tengah
Usia	1	< 30 Tahun		3	Jawa Timur
	2	31- 40 Tahun		4	DKI Jakarta
	3	41- 50 Tahun		5	Sumatra
	4	51- 60 Tahun		6	Kalimantan
	5	>60 Tahun		7	Sulawesi
Status	1	Belum Menikah	Pekerjaan	8	Bali
	2	Menikah		9	Papua
	3	Sudah Pernah Menikah		1	IRT
Pendidikan terakhir	1	SD		2	Wirausaha
	2	SMP		3	Wiraswasta
	3	SMA		4	ASN/TNI/POLRI
	4	Diploma		5	Tenaga Kesehatan/Dokter
	5	S1		6	Freelencer
	6	S2			
	7	S3			
Penghasilan	1	Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000			
	2	Rp 16.000.000 – Rp30.000.000			

3	Rp 31.000.000 – Rp45.000.000
4	46.000.000 – Rp 50.000.000
5	> Rp 50.000.000

**LAMPIRAN KODING *VIRTUAL REALITY QUALITY, IMMERSION* DAN
*INTENTION TO BUY PROPERTY***

Koding Variabel *Virtual Reality Quality*

R	<i>Visualization</i>			Jumlah	<i>Realism</i>		Jumlah	<i>System Performance</i>			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
1	5	7	4	16	7	2	9	7	6	6	19
2	7	6	6	19	7	7	14	7	6	6	19
3	5	6	6	17	5	6	11	5	5	5	15
4	6	6	5	17	6	7	13	6	6	6	18
5	5	4	4	13	5	6	11	6	5	3	14
6	5	4	4	13	4	6	10	5	5	4	14
7	5	4	4	13	5	4	9	4	5	4	13
8	6	6	7	19	6	7	13	6	6	7	19
9	6	6	5	17	5	4	9	5	6	5	16
10	7	7	7	21	7	6	13	6	7	7	20
11	5	5	5	15	5	5	10	5	4	4	13
12	6	6	6	18	6	6	12	6	6	6	18
13	5	5	5	15	5	5	10	5	6	5	16
14	6	6	7	19	5	5	10	7	6	5	18
15	7	7	7	21	6	7	13	6	6	6	18
16	7	5	6	18	6	6	12	6	7	6	19
17	6	7	6	19	7	6	13	6	5	7	18
18	6	6	6	18	6	6	12	6	6	6	18
19	5	5	4	14	6	6	12	5	5	4	14
20	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	15
21	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	3
22	5	6	4	15	5	4	9	6	4	6	16
23	6	6	6	18	6	7	13	7	5	6	18
24	6	7	5	18	5	6	11	7	5	6	18
25	6	7	6	19	6	6	12	6	7	6	19
26	5	5	5	15	6	5	11	4	5	5	14
27	7	6	5	18	6	7	13	7	6	7	20
28	5	6	6	17	7	5	12	6	7	7	20
29	7	6	5	18	6	7	13	5	7	7	19
30	7	7	5	19	7	4	11	7	6	7	20
31	5	6	4	15	5	6	11	5	7	6	18
32	5	7	6	18	5	7	12	6	5	5	16
33	6	5	6	17	5	7	12	6	6	5	17
34	7	7	7	21	7	7	14	7	7	7	21
35	7	7	7	21	7	7	14	7	7	7	21
36	5	6	4	15	6	6	12	5	5	5	15
37	6	6	7	19	6	6	12	6	6	7	19

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH *VIRTUAL REALITY QUALITY* MELALUI *IMMERSION* TERHADAP *INTENTION TO BUY PROPERTY*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

R	<i>Visualization</i>			Jumlah	<i>Realism</i>		Jumlah	<i>System Performance</i>			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
38	6	6	6	18	5	6	11	6	6	6	18
39	7	7	7	21	7	6	13	5	6	5	16

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
40	6	6	6	18	6	6	12	4	5	6	15
41	6	6	6	18	7	6	13	6	6	6	18
42	5	6	4	15	4	5	9	5	6	5	16
43	7	7	6	20	7	6	13	5	5	7	17
44	6	7	6	19	7	6	13	6	7	6	19
45	7	7	7	21	7	7	14	7	7	7	21
46	4	5	5	14	6	7	13	5	6	5	16
47	5	5	5	15	5	5	10	5	4	5	14
48	7	6	6	19	7	7	14	7	7	6	20
49	6	6	6	18	7	6	13	7	6	6	19
50	6	6	5	17	5	6	11	5	5	6	16
51	6	7	7	20	6	7	13	7	7	6	20
52	7	7	6	20	6	7	13	7	7	7	21
53	6	5	7	18	6	7	13	6	7	6	19
54	7	7	7	21	6	6	12	7	7	7	21
55	6	6	7	19	6	7	13	7	7	6	20
56	6	7	6	19	7	6	13	7	6	7	20
57	5	6	5	16	5	4	9	5	6	5	16
58	6	5	6	17	7	5	12	7	6	6	19
59	6	6	5	17	6	6	12	6	6	6	18
60	7	7	7	21	7	7	14	7	7	7	21
61	7	6	6	19	7	6	13	6	6	7	19
62	6	5	6	17	7	6	13	7	6	6	19
63	6	5	6	17	7	5	12	7	6	6	19
64	6	7	6	19	6	6	12	7	7	6	20
65	6	6	6	18	6	6	12	6	6	6	18
66	6	6	5	17	5	5	10	5	6	5	16
67	7	7	7	21	7	7	14	7	7	7	21
68	7	7	7	21	6	6	12	7	7	7	21
69	1	7	7	15	7	7	14	7	7	7	21
70	6	5	6	17	4	5	9	5	5	6	16
71	5	4	4	13	4	4	8	4	4	4	12
72	6	5	5	16	6	7	13	6	5	5	16
73	6	6	6	18	6	5	11	5	7	5	17
74	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	15
75	7	7	7	21	7	7	14	7	7	7	21
76	6	7	6	19	6	7	13	6	6	6	18
77	5	6	5	16	6	6	12	6	7	6	19
78	6	6	5	17	6	5	11	7	6	6	19
79	4	3	4	11	3	3	6	4	3	4	11
80	1	2	2	5	2	2	4	2	2	3	7
81	7	7	7	21	7	7	14	7	7	7	21
82	6	6	7	19	7	6	13	7	5	5	17

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
83	5	6	5	16	6	5	11	6	5	6	17
84	6	6	5	17	5	5	10	6	5	5	16
85	6	6	5	17	6	6	12	6	6	6	18
86	7	6	7	20	6	7	13	6	6	7	19
87	7	6	6	19	7	7	14	7	6	7	20
88	6	6	5	17	6	6	12	6	6	7	19
89	6	5	5	16	4	4	8	7	4	4	15
90	6	7	6	19	5	7	12	4	7	7	18
91	4	7	7	18	6	5	11	4	4	4	12
92	5	4	4	13	7	6	13	5	5	6	16
93	6	7	6	19	4	5	9	4	5	7	16
94	7	6	5	18	4	4	8	5	7	7	19
95	7	5	4	16	7	5	12	4	5	6	15
96	6	6	7	19	6	7	13	4	6	6	16
97	6	6	7	19	7	7	14	6	5	5	16
98	7	4	5	16	7	7	14	7	5	6	18
99	6	5	5	16	5	5	10	6	5	5	16
100	7	4	6	17	6	4	10	5	7	7	19
101	5	7	7	19	4	6	10	5	6	4	15
102	5	7	5	17	4	6	10	5	7	5	17
103	4	6	7	17	7	4	11	4	6	5	15
104	7	7	5	19	5	4	9	4	5	6	15
105	4	4	4	12	7	4	11	5	4	4	13
106	6	7	7	20	5	5	10	7	7	7	21
107	7	6	4	17	4	4	8	6	7	7	20
108	4	6	4	14	6	6	12	7	7	5	19
109	4	5	6	15	5	7	12	6	7	6	19
110	4	5	6	15	5	4	9	7	5	6	18
111	5	7	4	16	7	4	11	4	4	5	13
112	7	6	6	19	7	7	14	4	5	5	14
113	7	5	6	18	5	6	11	5	6	5	16
114	4	7	7	18	5	4	9	7	4	5	16

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
115	7	5	5	17	4	6	10	5	5	7	17
116	7	5	4	16	6	5	11	6	7	6	19
117	7	6	5	18	6	7	13	5	7	4	16
118	7	6	6	19	6	6	12	4	6	4	14
119	6	5	6	17	7	4	11	5	5	7	17
120	7	5	6	18	6	6	12	5	7	4	16
121	4	4	7	15	4	5	9	7	6	5	18
122	4	4	4	12	4	6	10	4	4	4	12
123	6	4	4	14	6	7	13	7	7	7	21
124	6	7	7	20	5	4	9	6	5	6	17
125	7	6	6	19	6	4	10	4	4	5	13
126	6	5	4	15	7	6	13	4	7	7	18
127	4	7	4	15	7	5	12	5	5	6	16
128	6	6	6	18	5	6	11	5	5	6	16
129	7	5	4	16	6	4	10	4	7	6	17
130	4	6	6	16	5	5	10	7	6	5	18
131	4	6	6	16	4	7	11	5	4	7	16
132	6	4	4	14	6	4	10	6	7	5	18
133	7	4	5	16	5	4	9	4	5	4	13
134	7	4	6	17	5	5	10	6	6	5	17
135	7	4	5	16	5	4	9	6	6	5	17
136	5	5	4	14	6	7	13	6	6	6	18
137	7	7	5	19	5	6	11	7	4	6	17
138	5	5	7	17	7	7	14	6	5	7	18

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
139	7	7	6	20	6	5	11	4	5	5	14
140	5	6	7	18	7	7	14	5	4	4	13
141	5	4	7	16	6	7	13	6	4	4	14
142	4	5	6	15	5	7	12	5	7	6	18
143	7	6	6	19	5	4	9	7	6	7	20
144	6	5	7	18	4	5	9	5	4	7	16
145	7	5	4	16	4	7	11	7	5	5	17
146	4	4	6	14	4	7	11	4	6	4	14
147	7	7	4	18	6	6	12	4	7	4	15
148	5	4	4	13	5	4	9	4	4	4	12
149	7	6	4	17	5	7	12	7	4	5	16
150	6	4	5	15	5	5	10	7	7	5	19
151	5	5	6	16	4	5	9	4	5	6	15
152	5	4	7	16	7	5	12	7	7	7	21
153	4	6	5	15	4	5	9	6	7	7	20
154	5	4	4	13	7	6	13	4	4	5	13
155	4	7	6	17	5	7	12	4	6	4	14
156	5	7	6	18	7	5	12	7	7	4	18
157	6	7	4	17	5	6	11	6	5	4	15
158	7	4	4	15	5	4	9	7	5	7	19
159	6	6	6	18	5	4	9	6	4	4	14
160	6	4	7	17	4	6	10	7	6	5	18
161	7	4	7	18	5	4	9	7	5	7	19
162	5	6	7	18	5	7	12	5	4	7	16

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
163	5	7	5	17	6	5	11	7	7	7	21
164	4	5	7	16	6	5	11	5	4	4	13
165	7	6	6	19	4	4	8	6	5	7	18
166	7	5	7	19	5	4	9	7	4	4	15
167	7	5	7	19	7	4	11	7	5	6	18
168	7	7	7	21	5	5	10	4	5	4	13
169	6	5	7	18	5	5	10	5	5	6	16
170	4	7	4	15	7	6	13	7	4	7	18
171	7	4	5	16	7	4	11	5	6	6	17
172	5	4	4	13	6	5	11	4	6	6	16
173	7	5	7	19	7	4	11	7	7	6	20
174	6	7	6	19	6	6	12	7	7	6	20
175	6	7	7	20	5	7	12	7	6	4	17
176	4	6	7	17	7	7	14	7	5	4	16
177	7	5	4	16	4	6	10	6	6	6	18
178	6	4	7	17	5	6	11	7	7	6	20
179	7	6	4	17	4	4	8	4	5	5	14
180	4	7	6	17	5	7	12	4	4	5	13
181	6	4	4	14	5	6	11	5	4	5	14
182	4	6	7	17	6	4	10	5	6	7	18
183	5	7	5	17	6	4	10	4	4	5	13
184	7	5	4	16	4	4	8	4	4	7	15
185	7	6	7	20	7	6	13	6	5	4	15
186	4	4	7	15	6	7	13	4	7	4	15

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
187	5	7	5	17	5	7	12	5	4	6	15
188	6	4	6	16	5	5	10	7	5	4	16
189	6	5	6	17	6	5	11	5	5	6	16
190	6	6	7	19	6	7	13	6	6	7	19
191	7	6	5	18	7	6	13	5	7	6	18
192	7	6	7	20	6	5	11	7	6	7	20
193	6	6	5	17	6	7	13	6	6	7	19
194	6	6	5	17	6	5	11	7	6	7	20
195	6	7	6	19	5	7	12	6	6	7	19
196	6	6	5	17	6	7	13	6	6	7	19
197	6	6	7	19	6	5	11	6	5	6	17
198	5	4	6	15	6	4	10	5	4	6	15
199	5	6	4	15	6	7	13	5	6	6	17
200	5	5	6	16	5	4	9	5	6	7	18
201	5	6	7	18	4	7	11	4	7	6	17
202	6	6	5	17	4	4	8	6	7	7	20
203	5	4	4	13	5	5	10	6	5	7	18
204	6	6	5	17	5	5	10	5	6	5	16
205	4	6	5	15	5	4	9	7	5	5	17
206	4	7	5	16	7	5	12	7	5	5	17
207	5	7	5	17	6	4	10	4	4	7	15
208	4	4	6	14	4	6	10	5	6	7	18
209	6	6	7	19	6	7	13	5	5	7	17
210	6	4	6	16	5	4	9	5	6	4	15

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
211	6	5	4	15	4	6	10	5	6	7	18
212	5	7	4	16	7	5	12	5	5	7	17
213	7	6	7	20	6	6	12	7	6	4	17
214	5	7	6	18	4	6	10	7	5	4	16
215	4	5	6	15	7	4	11	5	4	4	13
216	5	5	5	15	4	4	8	5	4	7	16
217	7	7	7	21	7	5	12	7	7	7	21
218	6	5	7	18	6	5	11	7	4	5	16
219	5	7	4	16	5	7	12	7	6	6	19
220	6	6	4	16	5	4	9	7	6	5	18
221	4	4	4	12	7	6	13	4	5	6	15
222	7	6	5	18	6	7	13	5	6	6	17
223	5	7	4	16	7	4	11	4	4	5	13
224	7	7	6	20	4	5	9	6	7	5	18
225	5	7	4	16	7	6	13	5	6	5	16
226	7	6	7	20	7	6	13	7	4	7	18
227	6	5	6	17	5	5	10	5	4	7	16
228	7	4	4	15	5	6	11	5	5	5	15
229	6	7	5	18	4	6	10	6	6	4	16
230	7	6	4	17	5	7	12	5	6	6	17
231	4	5	7	16	4	4	8	7	7	5	19
232	4	4	5	13	6	5	11	7	5	7	19
233	4	4	5	13	4	6	10	6	7	6	19
234	4	6	6	16	6	6	12	4	4	6	14

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
235	4	5	5	14	4	7	11	5	5	7	17
236	4	5	4	13	7	4	11	4	7	5	16
237	7	5	4	16	5	7	12	7	5	4	16
238	5	6	4	15	4	6	10	5	6	7	18
239	4	4	5	13	7	6	13	5	6	4	15
240	5	5	5	15	7	4	11	4	7	7	18
241	7	5	6	18	5	6	11	6	5	4	15
242	5	6	4	15	4	4	8	6	7	5	18
243	4	6	7	17	4	6	10	6	5	7	18
244	7	7	7	21	7	6	13	5	7	4	16
245	7	4	6	17	7	7	14	7	5	6	18
246	5	4	7	16	7	7	14	4	4	5	13
247	6	6	6	18	4	7	11	5	4	5	14
248	4	5	5	14	5	6	11	4	7	4	15
249	7	4	5	16	4	7	11	7	4	6	17
250	7	5	7	19	5	5	10	4	4	6	14
251	6	7	5	18	6	7	13	4	4	7	15
252	7	6	7	20	7	5	12	7	5	4	16
253	4	5	7	16	4	5	9	5	4	4	13
254	7	5	4	16	5	4	9	5	7	7	19
255	6	5	4	15	4	5	9	6	4	5	15
256	6	6	4	16	4	4	8	6	4	4	14
257	5	7	7	19	6	6	12	4	7	5	16
258	5	5	4	14	7	5	12	4	6	6	16

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
259	6	5	7	18	7	5	12	4	6	5	15
260	5	4	5	14	4	5	9	6	5	6	17
261	7	7	5	19	4	6	10	7	5	5	17
262	6	5	5	16	6	7	13	7	4	4	15
263	5	7	4	16	7	4	11	7	5	4	16
264	7	4	6	17	5	6	11	6	4	5	15
265	7	7	6	20	4	6	10	6	5	6	17
266	6	6	6	18	7	6	13	6	7	6	19
267	7	7	4	18	5	4	9	4	4	6	14
268	5	4	4	13	4	4	8	7	4	7	18
269	5	4	4	13	7	7	14	7	6	6	19
270	7	4	4	15	5	4	9	4	6	7	17
271	4	5	5	14	7	7	14	6	6	7	19
272	4	7	7	18	5	6	11	7	6	7	20
273	6	5	6	17	7	5	12	6	6	7	19
274	7	6	4	17	5	4	9	7	7	4	18
275	5	7	5	17	4	7	11	6	5	4	15
276	7	6	6	19	4	4	8	5	5	5	15
277	5	5	5	15	4	5	9	7	7	7	21
278	7	4	7	18	5	6	11	6	5	5	16
279	5	5	6	16	6	5	11	6	6	5	17
280	5	5	7	17	5	4	9	5	6	6	17
281	7	7	7	21	6	5	11	6	5	6	17
282	6	5	5	16	6	5	11	6	4	4	14

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
283	6	5	7	18	5	4	9	4	5	6	15
284	4	7	7	18	7	5	12	5	7	5	17
285	6	6	5	17	5	4	9	5	7	5	17
286	4	6	7	17	5	6	11	7	7	7	21
287	5	5	6	16	6	7	13	6	6	4	16
288	5	6	6	17	6	7	13	5	6	5	16
289	7	6	4	17	6	7	13	6	7	4	17
290	7	4	4	15	6	6	12	6	7	4	17
291	6	5	5	16	6	6	12	4	7	7	18
292	4	4	6	14	7	7	14	4	5	7	16
293	5	5	7	17	7	7	14	7	6	4	17
294	4	7	7	18	7	6	13	7	4	4	15
295	6	7	7	20	7	6	13	6	4	5	15
296	7	6	4	17	6	4	10	5	6	7	18
297	6	6	5	17	4	4	8	7	4	5	16
298	7	5	6	18	4	6	10	6	6	7	19
299	5	6	7	18	5	6	11	6	5	6	17
300	4	6	4	14	5	5	10	4	5	6	15
301	6	7	6	19	6	6	12	7	4	7	18
302	6	4	6	16	4	5	9	7	6	6	19
303	6	6	6	18	6	5	11	4	4	7	15
304	4	7	4	15	4	5	9	5	6	4	15
305	4	6	5	15	7	7	14	5	7	7	19
306	4	5	7	16	4	7	11	5	5	4	14

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
307	4	6	5	15	7	4	11	6	5	5	16
308	5	7	4	16	5	5	10	5	4	5	14
309	4	4	4	12	4	5	9	5	6	4	15
310	5	5	5	15	7	5	12	7	6	6	19
311	6	5	7	18	6	7	13	7	6	4	17
312	7	7	7	21	6	5	11	5	4	4	13
313	6	4	4	14	6	7	13	4	6	4	14
314	5	4	5	14	4	6	10	5	7	6	18
315	7	5	7	19	5	6	11	5	6	6	17
316	7	7	6	20	5	5	10	4	5	4	13
317	5	5	4	14	5	6	11	5	6	6	17
318	5	4	7	16	7	7	14	6	7	7	20
319	7	4	4	15	5	7	12	5	6	6	17
320	4	4	6	14	5	4	9	5	7	5	17
321	5	6	7	18	4	6	10	4	7	4	15
322	7	6	7	20	6	4	10	5	6	4	15
323	5	5	7	17	4	6	10	5	6	5	16
324	4	4	4	12	5	5	10	4	6	4	14
325	5	7	7	19	4	5	9	6	6	6	18
326	4	5	7	16	4	4	8	5	5	4	14
327	7	5	4	16	6	4	10	6	5	5	16
328	4	6	6	16	4	5	9	4	5	5	14
329	5	7	5	17	5	6	11	4	7	7	18
330	4	4	6	14	5	5	10	6	7	6	19

R	Visualization			Jumlah	Realism		Jumlah	System Performance			jumlah
	Item 1	Item 2	Item 3		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	Item 3	
331	5	4	4	13	6	4	10	7	7	7	21
332	5	4	4	13	4	4	8	7	7	5	19
333	7	5	7	19	7	4	11	6	7	5	18
334	5	6	6	17	5	5	10	5	4	4	13
335	5	7	6	18	4	4	8	4	5	6	15
336	7	5	5	17	6	5	11	7	7	6	20
337	6	7	7	20	5	4	9	4	6	7	17
338	6	7	5	18	7	7	14	6	5	6	17
339	7	6	5	18	5	4	9	7	7	5	19
340	5	6	5	16	7	5	12	6	7	6	19
341	6	6	7	19	5	7	12	7	5	4	16
342	7	7	5	19	5	4	9	4	4	6	14
343	5	5	4	14	7	5	12	5	4	4	13
344	5	4	5	14	4	7	11	4	7	4	15
345	6	6	6	18	5	6	11	5	6	4	15
346	6	6	6	18	4	4	8	7	4	5	16
347	5	4	6	15	5	6	11	5	5	4	14
348	6	7	6	19	6	7	13	7	7	6	20

Koding Variable Immersion

R	persence		jumlah	interactivity		Jumlah	perceived enjoyment		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
1	5	7	12	6	6	12	5	6	11
2	7	6	13	5	5	10	6	7	13
3	6	5	11	6	5	11	6	6	12
4	6	6	12	6	6	12	6	6	12
5	5	4	9	5	4	9	4	5	9
6	4	6	10	5	4	9	6	6	12
7	4	4	8	4	4	8	5	5	10

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
8	6	7	13	6	6	12	6	6	12
9	5	6	11	6	6	12	6	6	12
10	7	7	14	7	7	14	6	7	13
11	5	5	10	4	4	8	4	4	8
12	5	5	10	5	5	10	5	5	10
13	5	6	11	5	6	11	6	6	12
14	5	6	11	6	7	13	5	7	12
15	7	6	13	7	6	13	7	6	13
16	7	6	13	5	7	12	5	7	12
17	5	6	11	7	7	14	5	6	11
18	6	6	12	6	6	12	6	6	12
19	4	5	9	5	4	9	5	5	10
20	6	5	11	5	5	10	6	5	11
21	5	6	11	5	5	10	6	6	12
22	6	5	11	4	5	9	6	6	12
23	6	7	13	5	6	11	6	6	12
24	6	6	12	7	7	14	6	6	12
25	6	7	13	7	7	14	6	6	12
26	4	5	9	5	5	10	5	4	9
27	6	5	11	7	6	13	6	5	11
28	6	6	12	5	7	12	6	7	13
29	6	6	12	5	7	12	7	7	14
30	7	7	14	5	7	12	7	7	14
31	5	5	10	5	6	11	4	6	10
32	5	7	12	6	6	12	5	6	11
33	6	6	12	5	6	11	7	6	13
34	7	7	14	7	7	14	7	7	14
35	5	6	11	5	5	10	6	5	11
36	6	5	11	6	4	10	5	5	10
37	6	6	12	7	6	13	6	7	13
38	6	6	12	6	6	12	6	6	12
39	5	7	12	7	6	13	5	6	11
40	4	6	10	6	5	11	6	6	12
41	6	6	12	6	6	12	6	6	12
42	5	6	11	5	6	11	5	6	11
43	7	6	13	6	7	13	5	6	11
44	6	6	12	6	6	12	7	6	13
45	7	7	14	7	7	14	7	7	14
46	5	6	11	6	5	11	6	5	11
47	4	5	9	5	5	10	5	5	10
48	6	6	12	6	6	12	6	6	12

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
49	6	7	13	7	6	13	5	6	11
50	5	5	10	5	5	10	5	6	11
51	6	6	12	6	7	13	6	7	13

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
52	6	7	13	7	6	13	6	6	12
53	6	7	13	6	5	11	6	7	13
54	6	6	12	6	7	13	7	6	13
55	6	7	13	7	6	13	7	6	13
56	6	5	11	7	7	14	6	6	12
57	5	6	11	5	5	10	6	6	12
58	6	6	12	7	7	14	6	7	13
59	6	6	12	6	6	12	6	6	12
60	7	6	13	7	6	13	7	7	14
61	6	6	12	6	6	12	6	6	12
62	7	6	13	6	7	13	7	7	14
63	6	7	13	7	6	13	6	7	13
64	7	6	13	7	6	13	7	7	14
65	7	7	14	7	7	14	7	7	14
66	5	5	10	5	5	10	5	6	11
67	7	7	14	7	7	14	7	7	14
68	6	6	12	6	6	12	7	7	14
69	7	7	14	7	7	14	7	7	14
70	5	6	11	6	5	11	6	6	12
71	4	4	8	4	5	9	5	5	10
72	6	5	11	7	7	14	6	6	12
73	6	6	12	5	5	10	7	7	14
74	5	5	10	5	5	10	5	5	10
75	7	7	14	7	7	14	7	7	14
76	7	6	13	6	6	12	7	7	14
77	6	6	12	6	7	13	5	6	11
78	6	5	11	5	5	10	6	6	12
79	5	4	9	5	4	9	5	4	9
80	3	2	5	2	3	5	3	3	6
81	7	7	14	7	7	14	7	7	14
82	7	6	13	7	6	13	6	6	12
83	5	5	10	5	6	11	6	5	11
84	5	5	10	6	6	12	7	7	14
85	6	6	12	7	7	14	6	6	12
86	6	6	12	5	7	12	6	6	12
87	6	6	12	7	6	13	7	7	14
88	6	5	11	7	7	14	7	6	13
89	4	4	8	4	7	11	4	5	9
90	6	6	12	6	7	13	4	6	10
91	5	4	9	5	7	12	7	6	13
92	7	5	12	7	5	12	5	4	9

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
93	7	5	12	5	4	9	7	7	14
94	4	4	8	4	5	9	5	5	10
95	4	5	9	4	5	9	5	4	9

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
96	5	4	9	4	5	9	4	5	9
97	4	6	10	6	4	10	5	7	12
98	7	5	12	4	5	9	7	6	13
99	6	4	10	4	5	9	6	7	13
100	4	5	9	5	5	10	7	4	11
101	5	6	11	4	7	11	5	7	12
102	7	4	11	5	6	11	6	5	11
103	4	5	9	7	5	12	5	6	11
104	4	7	11	7	7	14	4	5	9
105	7	7	14	5	4	9	7	6	13
106	4	4	8	6	5	11	5	5	10
107	5	5	10	7	6	13	6	7	13
108	4	5	9	6	5	11	6	4	10
109	7	6	13	6	4	10	4	6	10
110	5	5	10	4	4	8	6	4	10
111	6	7	13	4	7	11	6	6	12
112	4	7	11	6	5	11	7	6	13
113	6	5	11	4	5	9	6	5	11
114	5	6	11	4	4	8	5	6	11
115	6	6	12	6	7	13	7	5	12
116	4	5	9	7	4	11	6	6	12
117	7	5	12	5	6	11	6	6	12
118	4	4	8	4	5	9	7	6	13
119	6	4	10	4	5	9	4	5	9
120	6	7	13	5	7	12	4	7	11
121	5	4	9	5	5	10	4	4	8
122	6	4	10	4	4	8	4	7	11
123	5	4	9	6	6	12	5	7	12
124	5	6	11	6	4	10	4	5	9
125	6	4	10	6	4	10	4	5	9
126	6	5	11	5	4	9	7	4	11
127	5	7	12	6	5	11	5	7	12
128	6	6	12	7	4	11	5	6	11
129	4	4	8	6	7	13	6	5	11
130	4	5	9	7	5	12	7	4	11
131	7	6	13	7	7	14	6	6	12
132	7	4	11	5	5	10	6	6	12
133	6	6	12	7	7	14	6	6	12
134	6	5	11	7	7	14	5	4	9
135	4	7	11	7	4	11	7	5	12
136	6	6	12	5	7	12	5	7	12
137	5	6	11	5	6	11	7	7	14
138	5	6	11	5	6	11	4	6	10
139	4	7	11	7	5	12	5	5	10

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
140	5	5	10	6	7	13	6	6	12
141	6	7	13	5	4	9	7	5	12
142	5	6	11	4	7	11	4	6	10
143	5	5	10	6	4	10	6	4	10
144	6	7	13	6	7	13	5	7	12
145	5	6	11	4	7	11	4	5	9
146	6	5	11	7	4	11	5	4	9
147	5	7	12	7	7	14	4	4	8
148	5	4	9	5	4	9	5	7	12
149	4	4	8	6	4	10	7	7	14
150	7	5	12	7	6	13	4	4	8
151	6	4	10	5	6	11	6	4	10
152	7	4	11	7	6	13	4	4	8
153	6	5	11	5	6	11	4	6	10
154	6	7	13	5	4	9	6	4	10
155	7	6	13	5	4	9	5	4	9
156	4	5	9	4	5	9	5	4	9
157	7	6	13	7	4	11	7	4	11
158	7	7	14	5	7	12	7	5	12
159	5	4	9	5	4	9	7	5	12
160	4	5	9	7	7	14	5	5	10
161	5	7	12	7	7	14	5	5	10
162	4	4	8	6	5	11	5	6	11
163	4	5	9	4	7	11	5	5	10
164	4	7	11	4	4	8	5	7	12
165	5	6	11	6	4	10	7	4	11
166	4	7	11	7	6	13	7	6	13
167	5	7	12	5	6	11	6	7	13
168	6	5	11	5	5	10	5	7	12
169	7	6	13	5	4	9	4	4	8
170	7	5	12	5	5	10	5	4	9
171	4	5	9	6	4	10	7	4	11
172	7	5	12	4	6	10	7	5	12
173	7	5	12	7	7	14	7	6	13
174	5	5	10	7	4	11	4	6	10
175	6	4	10	5	4	9	7	5	12
176	7	7	14	6	6	12	7	5	12
177	4	6	10	7	6	13	7	4	11
178	7	6	13	7	4	11	7	7	14
179	4	7	11	5	6	11	7	4	11
180	4	4	8	7	7	14	7	6	13

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
181	4	7	11	7	6	13	5	5	10
182	6	4	10	5	6	11	6	5	11
183	7	7	14	4	5	9	7	4	11

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
184	7	7	14	7	6	13	6	5	11
185	4	5	9	6	4	10	5	4	9
186	6	5	11	6	6	12	4	5	9
187	7	6	13	6	5	11	7	7	14
188	5	5	10	7	5	12	7	7	14
189	6	5	11	6	5	11	6	6	12
190	6	7	13	6	6	12	6	6	12
191	7	6	13	6	7	13	7	6	13
192	6	6	12	7	6	13	7	6	13
193	6	7	13	6	6	12	7	7	14
194	6	5	11	6	7	13	6	6	12
195	7	6	13	6	7	13	5	7	12
196	6	6	12	5	7	12	6	6	12
197	6	5	11	6	5	11	7	6	13
198	5	5	10	7	6	13	4	7	11
199	5	5	10	5	7	12	5	5	10
200	7	7	14	5	4	9	4	7	11
201	6	4	10	4	6	10	4	7	11
202	6	4	10	4	7	11	7	7	14
203	5	5	10	6	7	13	4	4	8
204	7	7	14	5	4	9	4	5	9
205	7	7	14	7	7	14	7	4	11
206	5	4	9	5	4	9	5	7	12
207	7	7	14	6	7	13	4	6	10
208	4	7	11	5	7	12	4	7	11
209	7	7	14	4	5	9	4	4	8
210	5	5	10	5	4	9	4	7	11
211	4	5	9	7	5	12	5	5	10
212	7	5	12	5	4	9	4	7	11
213	4	7	11	4	6	10	7	6	13
214	7	6	13	4	6	10	5	4	9
215	4	6	10	5	6	11	4	6	10
216	5	7	12	4	4	8	6	5	11
217	6	4	10	7	5	12	5	5	10
218	7	4	11	6	6	12	6	5	11
219	4	5	9	5	4	9	7	5	12
220	4	6	10	7	6	13	7	4	11
221	5	4	9	6	5	11	7	6	13
222	7	6	13	7	4	11	5	7	12
223	4	4	8	7	6	13	6	5	11
224	4	7	11	5	6	11	7	4	11
225	6	4	10	4	4	8	7	7	14
226	4	4	8	5	6	11	4	5	9
227	6	5	11	5	6	11	5	6	11

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
228	4	6	10	4	6	10	7	7	14
229	7	5	12	6	6	12	5	7	12
230	6	6	12	5	6	11	4	6	10
231	6	7	13	7	5	12	4	7	11
232	7	6	13	4	4	8	4	5	9
233	5	5	10	6	4	10	7	4	11
234	7	5	12	4	5	9	4	6	10
235	5	7	12	5	4	9	4	4	8
236	5	5	10	6	6	12	6	4	10
237	5	4	9	6	4	10	6	5	11
238	7	6	13	7	5	12	7	4	11
239	4	5	9	5	5	10	4	4	8
240	5	4	9	7	7	14	5	7	12
241	6	5	11	5	4	9	7	4	11
242	7	4	11	4	7	11	7	7	14
243	4	4	8	5	5	10	5	4	9
244	5	5	10	7	7	14	6	5	11
245	5	4	9	7	4	11	5	6	11
246	5	6	11	6	7	13	6	5	11
247	7	7	14	6	7	13	5	5	10
248	7	7	14	5	5	10	7	6	13
249	5	6	11	6	5	11	7	4	11
250	7	5	12	7	5	12	4	6	10
251	7	5	12	6	6	12	5	7	12
252	6	5	11	4	7	11	7	7	14
253	6	4	10	5	7	12	4	5	9
254	7	4	11	7	6	13	5	6	11
255	4	7	11	7	7	14	5	6	11
256	4	4	8	7	6	13	4	5	9
257	5	4	9	5	7	12	6	6	12
258	5	7	12	6	5	11	4	4	8
259	4	5	9	6	4	10	4	6	10
260	7	4	11	4	7	11	6	5	11
261	7	5	12	7	5	12	7	6	13
262	5	7	12	7	4	11	7	6	13
263	6	7	13	7	6	13	6	4	10
264	4	5	9	4	7	11	6	7	13
265	4	7	11	6	6	12	6	5	11
266	4	4	8	4	5	9	5	6	11
267	4	4	8	4	5	9	6	6	12
268	5	7	12	7	6	13	6	4	10

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
269	6	7	13	6	4	10	4	5	9
270	7	5	12	6	6	12	6	5	11
271	5	6	11	5	4	9	6	4	10

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
272	4	6	10	4	5	9	6	6	12
273	5	5	10	5	5	10	4	5	9
274	5	6	11	4	6	10	6	4	10
275	4	4	8	6	6	12	7	5	12
276	4	4	8	4	5	9	5	5	10
277	7	5	12	4	6	10	4	6	10
278	5	5	10	7	4	11	5	4	9
279	5	5	10	7	5	12	5	6	11
280	7	6	13	4	7	11	6	7	13
281	4	7	11	4	4	8	5	6	11
282	6	4	10	7	7	14	4	7	11
283	5	5	10	4	6	10	4	7	11
284	5	6	11	5	5	10	7	7	14
285	7	6	13	6	6	12	6	7	13
286	6	6	12	4	7	11	5	5	10
287	6	6	12	5	5	10	4	5	9
288	7	4	11	5	6	11	4	4	8
289	4	7	11	7	7	14	6	4	10
290	5	5	10	5	7	12	4	6	10
291	4	4	8	6	4	10	5	6	11
292	4	6	10	7	7	14	4	6	10
293	4	6	10	6	4	10	5	4	9
294	7	6	13	6	5	11	6	5	11
295	5	5	10	7	4	11	4	6	10
296	5	5	10	5	7	12	4	4	8
297	5	7	12	5	7	12	6	6	12
298	6	5	11	4	6	10	5	7	12
299	5	4	9	4	7	11	6	7	13
300	4	7	11	6	5	11	5	5	10
301	5	7	12	4	7	11	7	4	11
302	7	7	14	4	7	11	4	4	8
303	7	7	14	5	6	11	6	7	13
304	5	4	9	7	6	13	6	7	13
305	6	6	12	5	7	12	5	7	12
306	7	6	13	7	7	14	6	4	10
307	4	6	10	6	5	11	7	5	12
308	4	7	11	4	5	9	7	7	14
309	6	7	13	5	5	10	5	5	10
310	7	6	13	5	6	11	7	7	14
311	7	6	13	4	4	8	5	4	9
312	5	4	9	4	6	10	6	6	12
313	7	5	12	6	6	12	6	6	12
314	5	6	11	7	4	11	5	7	12
315	6	7	13	7	6	13	6	5	11

R	<i>persence</i>		jumlah	<i>interactivity</i>		Jumlah	<i>perceived enjoyment</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
316	6	6	12	7	6	13	6	5	11
317	5	4	9	6	6	12	4	6	10
318	4	5	9	4	7	11	5	7	12
319	7	6	13	7	6	13	5	7	12
320	5	7	12	7	4	11	5	5	10
321	7	4	11	7	6	13	6	7	13
322	6	6	12	4	6	10	6	4	10
323	6	7	13	4	4	8	5	5	10
324	5	6	11	5	7	12	7	6	13
325	6	5	11	5	6	11	7	5	12
326	7	6	13	7	5	12	7	5	12
327	5	5	10	7	7	14	7	4	11
328	4	7	11	7	6	13	5	4	9
329	4	5	9	6	5	11	6	4	10
330	5	4	9	6	5	11	7	5	12
331	6	4	10	6	5	11	6	4	10
332	5	6	11	5	6	11	7	7	14
333	5	7	12	7	4	11	7	5	12
334	7	5	12	6	4	10	5	6	11
335	4	4	8	6	4	10	6	7	13
336	6	4	10	4	4	8	7	4	11
337	4	7	11	5	5	10	4	6	10
338	5	4	9	7	6	13	5	5	10
339	6	4	10	6	6	12	5	4	9
340	4	5	9	7	6	13	7	6	13
341	4	7	11	6	4	10	7	4	11
342	5	6	11	4	7	11	4	6	10
343	4	6	10	7	5	12	5	7	12
344	6	7	13	6	5	11	4	7	11
345	6	5	11	6	5	11	6	6	12
346	6	5	11	7	6	13	5	5	10
347	4	7	11	7	6	13	5	7	12
348	7	7	14	7	7	14	6	7	13

Koding Variabel *Intention to Buy Property*

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
1	6	7	13	5	6	11	7	7	14
2	6	7	13	7	7	14	6	6	12
3	5	6	11	5	6	11	6	5	11
4	6	6	12	6	6	12	6	6	12
5	4	4	8	5	7	12	6	5	11
6	4	4	8	5	7	12	7	6	13
7	4	5	9	4	4	8	5	5	10
8	6	5	11	6	7	13	5	5	10
9	5	6	11	6	5	11	6	6	12
10	6	6	12	7	6	13	7	6	13
11	4	5	9	4	5	9	4	4	8
12	6	7	13	7	7	14	7	7	14
13	5	6	11	6	5	11	5	6	11
14	6	6	12	6	6	12	6	6	12
15	7	6	13	7	5	12	7	7	14
16	6	7	13	6	7	13	6	7	13
17	7	5	12	7	7	14	6	6	12
18	6	6	12	6	6	12	6	6	12
19	4	4	8	5	6	11	6	4	10
20	5	4	9	4	5	9	4	4	8
21	4	6	10	5	7	12	7	7	14
22	6	6	12	5	5	10	6	5	11
23	7	6	13	6	7	13	6	6	12
24	6	6	12	7	5	12	7	6	13
25	6	5	11	6	6	12	7	6	13
26	3	4	7	5	5	10	4	4	8
27	7	7	14	6	6	12	5	6	11
28	6	6	12	5	6	11	6	7	13
29	7	7	14	7	7	14	7	7	14
30	4	4	8	7	7	14	5	7	12
31	6	6	12	4	5	9	4	5	9
32	6	5	11	7	5	12	6	6	12
33	6	7	13	6	5	11	5	6	11
34	7	7	14	7	7	14	7	5	12
35	6	5	11	6	7	13	6	6	12
36	6	7	13	6	6	12	5	6	11
37	6	6	12	6	6	12	6	6	12
38	6	4	10	6	4	10	7	4	11
39	6	6	12	6	6	12	6	6	12

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
40	5	5	10	6	5	11	6	5	11
41	6	7	13	6	6	12	6	6	12
42	5	5	10	5	5	10	5	5	10

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
43	6	7	13	7	7	14	6	6	12
44	6	6	12	7	6	13	6	6	12
45	7	7	14	7	7	14	7	7	14
46	6	6	12	5	6	11	6	5	11
47	5	4	9	5	6	11	6	5	11
48	6	6	12	6	6	12	6	6	12
49	6	7	13	7	6	13	7	7	14
50	5	6	11	5	5	10	5	5	10
51	6	5	11	6	7	13	7	6	13
52	7	6	13	7	7	14	7	6	13
53	6	7	13	6	6	12	7	6	13
54	7	7	14	6	7	13	7	6	13
55	7	7	14	6	7	13	6	7	13
56	6	6	12	7	6	13	7	7	14
57	6	6	12	6	6	12	6	6	12
58	6	6	12	6	6	12	6	6	12
59	7	6	13	7	7	14	7	5	12
60	7	7	14	7	7	14	7	7	14
61	5	7	12	7	7	14	6	6	12
62	6	6	12	7	6	13	6	6	12
63	5	6	11	6	6	12	6	6	12
64	6	7	13	7	6	13	7	7	14
65	7	7	14	7	7	14	7	7	14
66	6	6	12	6	6	12	6	6	12
67	7	7	14	7	7	14	7	7	14
68	7	7	14	7	7	14	7	7	14
69	7	7	14	7	7	14	7	7	14
70	6	6	12	5	6	11	6	5	11
71	4	4	8	4	5	9	5	5	10
72	5	6	11	6	5	11	5	7	12
73	6	5	11	6	7	13	6	5	11
74	5	5	10	5	4	9	5	5	10
75	6	7	13	7	7	14	7	7	14
76	6	6	12	7	7	14	7	6	13
77	4	6	10	6	7	13	7	6	13
78	5	5	10	6	6	12	6	6	12
79	4	5	9	4	5	9	4	5	9
80	4	5	9	5	4	9	4	4	8
81	7	7	14	7	7	14	7	5	12
82	7	6	13	7	6	13	6	6	12

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
83	5	6	11	5	6	11	5	6	11
84	6	5	11	5	7	12	6	5	11
85	7	7	14	7	6	13	7	6	13
86	6	7	13	6	7	13	7	6	13

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
87	7	6	13	7	7	14	7	6	13
88	6	6	12	7	6	13	6	7	13
89	7	6	13	6	5	11	6	5	11
90	5	7	12	7	5	12	6	6	12
91	7	5	12	4	6	10	5	6	11
92	7	4	11	7	6	13	4	7	11
93	4	5	9	7	6	13	6	5	11
94	7	7	14	5	5	10	7	5	12
95	5	4	9	6	4	10	4	4	8
96	5	6	11	7	4	11	4	7	11
97	6	5	11	5	5	10	6	4	10
98	6	5	11	5	5	10	6	6	12
99	6	7	13	7	6	13	7	5	12
100	4	4	8	5	6	11	5	6	11
101	4	4	8	7	6	13	7	5	12
102	6	6	12	5	7	12	4	5	9
103	4	6	10	7	4	11	4	4	8
104	5	4	9	5	5	10	5	6	11
105	7	5	12	4	5	9	6	4	10
106	4	6	10	6	4	10	6	7	13
107	4	4	8	7	6	13	7	6	13
108	7	6	13	4	6	10	7	5	12
109	4	5	9	5	7	12	6	7	13
110	4	4	8	6	5	11	7	6	13
111	6	4	10	5	6	11	5	7	12
112	6	7	13	6	5	11	6	4	10
113	5	7	12	6	6	12	5	6	11
114	5	6	11	5	6	11	6	4	10
115	7	7	14	7	4	11	5	7	12
116	6	4	10	5	4	9	6	6	12
117	7	6	13	7	4	11	6	6	12
118	5	6	11	5	6	11	6	6	12
119	5	4	9	7	7	14	7	5	12
120	4	5	9	6	5	11	7	5	12
121	6	6	12	6	7	13	4	4	8
122	5	4	9	5	7	12	4	7	11
123	5	4	9	5	7	12	4	4	8
124	7	4	11	4	6	10	4	6	10
125	6	7	13	5	5	10	4	4	8
126	5	4	9	6	4	10	5	6	11
127	6	4	10	4	5	9	6	5	11
128	7	7	14	5	7	12	5	6	11
129	7	6	13	5	7	12	7	5	12
130	6	7	13	4	5	9	7	4	11

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
131	4	7	11	5	7	12	7	4	11
132	5	6	11	4	5	9	6	7	13
133	4	6	10	4	4	8	6	4	10
134	7	4	11	7	6	13	5	6	11
135	7	4	11	6	5	11	4	4	8
136	5	7	12	5	7	12	7	4	11
137	5	5	10	5	5	10	6	5	11
138	4	4	8	5	6	11	6	6	12
139	4	6	10	6	5	11	7	5	12
140	4	6	10	6	7	13	7	4	11
141	5	6	11	6	6	12	7	5	12
142	5	6	11	6	4	10	5	6	11
143	4	7	11	7	5	12	6	6	12
144	6	5	11	6	7	13	6	5	11
145	6	4	10	5	4	9	4	7	11
146	6	6	12	4	5	9	5	5	10
147	7	7	14	4	5	9	6	5	11
148	5	4	9	6	5	11	5	6	11
149	6	4	10	5	6	11	5	6	11
150	5	6	11	4	4	8	5	5	10
151	6	5	11	4	6	10	7	7	14
152	7	4	11	7	4	11	4	7	11
153	4	7	11	5	5	10	5	7	12
154	4	6	10	4	5	9	5	6	11
155	7	5	12	5	7	12	6	5	11
156	6	6	12	6	4	10	6	5	11
157	4	7	11	6	5	11	4	6	10
158	5	7	12	7	7	14	5	6	11
159	6	6	12	7	5	12	6	6	12
160	6	7	13	7	4	11	6	7	13
161	7	5	12	6	7	13	4	5	9
162	4	4	8	6	7	13	4	6	10
163	7	7	14	7	6	13	6	5	11
164	5	4	9	6	5	11	7	5	12
165	5	5	10	7	6	13	7	4	11
166	6	5	11	6	5	11	6	4	10
167	6	5	11	4	7	11	5	7	12
168	4	5	9	4	5	9	4	4	8
169	7	7	14	5	4	9	4	4	8
170	5	7	12	5	5	10	7	4	11

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
171	5	6	11	5	7	12	7	6	13
172	5	5	10	4	4	8	6	5	11
173	5	7	12	6	7	13	6	5	11
174	6	7	13	7	6	13	6	4	10

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
175	5	7	12	6	7	13	5	6	11
176	6	6	12	5	4	9	7	4	11
177	6	7	13	7	5	12	6	6	12
178	6	7	13	5	5	10	5	4	9
179	5	5	10	5	5	10	6	4	10
180	6	5	11	5	5	10	6	7	13
181	7	7	14	4	4	8	7	6	13
182	7	6	13	7	7	14	4	6	10
183	4	6	10	6	6	12	4	4	8
184	7	7	14	6	4	10	6	6	12
185	5	7	12	7	4	11	7	7	14
186	5	5	10	4	6	10	5	5	10
187	6	6	12	6	5	11	6	6	12
188	5	7	12	5	7	12	5	4	9
189	6	5	11	6	6	12	5	4	9
190	6	7	13	6	6	12	7	6	13
191	6	6	12	6	5	11	6	6	12
192	6	5	11	6	6	12	6	7	13
193	6	6	12	7	6	13	7	6	13
194	6	5	11	6	6	12	7	6	13
195	6	6	12	6	5	11	6	6	12
196	6	6	12	6	5	11	6	7	13
197	6	5	11	6	5	11	6	5	11
198	5	6	11	5	5	10	4	7	11
199	5	5	10	7	6	13	5	6	11
200	4	6	10	5	6	11	5	6	11
201	5	4	9	4	5	9	6	6	12
202	6	6	12	4	6	10	5	7	12
203	5	5	10	5	7	12	4	6	10
204	4	6	10	6	4	10	7	4	11
205	5	6	11	7	6	13	4	7	11
206	4	4	8	4	6	10	7	5	12
207	5	4	9	6	7	13	7	6	13
208	5	7	12	6	7	13	7	5	12
209	5	6	11	7	7	14	6	7	13
210	7	5	12	6	4	10	5	5	10
211	4	4	8	7	4	11	5	4	9
212	5	4	9	6	4	10	7	5	12
213	6	4	10	6	7	13	5	6	11
214	5	7	12	6	6	12	7	7	14
215	4	6	10	7	6	13	7	4	11
216	5	5	10	6	7	13	6	6	12
217	6	6	12	4	5	9	4	4	8
218	4	6	10	5	4	9	5	7	12

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
219	7	5	12	7	6	13	4	4	8
220	7	5	12	5	7	12	4	7	11
221	5	7	12	4	7	11	4	7	11
222	6	6	12	4	6	10	6	4	10
223	5	4	9	6	5	11	6	7	13
224	4	4	8	7	6	13	7	4	11
225	5	4	9	5	7	12	7	6	13
226	5	4	9	7	6	13	7	4	11
227	4	7	11	6	6	12	6	4	10
228	5	4	9	7	6	13	4	4	8
229	4	6	10	7	7	14	7	7	14
230	6	7	13	4	7	11	6	6	12
231	5	6	11	5	5	10	7	6	13
232	4	6	10	5	4	9	6	5	11
233	7	7	14	4	5	9	5	6	11
234	7	6	13	5	7	12	5	4	9
235	4	7	11	6	5	11	6	5	11
236	7	7	14	6	4	10	7	7	14
237	4	5	9	5	7	12	7	5	12
238	5	5	10	6	7	13	4	5	9
239	7	7	14	5	4	9	6	4	10
240	7	6	13	5	7	12	7	6	13
241	7	4	11	5	6	11	7	6	13
242	4	7	11	7	7	14	5	7	12
243	5	6	11	6	4	10	4	6	10
244	7	5	12	4	5	9	4	5	9
245	5	4	9	5	7	12	4	4	8
246	5	7	12	7	7	14	6	5	11
247	7	5	12	6	4	10	6	7	13
248	4	7	11	7	6	13	5	7	12
249	7	5	12	5	6	11	7	7	14
250	4	5	9	7	7	14	7	7	14
251	5	6	11	6	5	11	7	5	12
252	7	4	11	5	5	10	5	4	9
253	7	6	13	7	7	14	7	5	12
254	5	5	10	6	4	10	6	4	10
255	6	7	13	6	5	11	7	6	13
256	7	7	14	7	4	11	4	4	8
257	6	4	10	5	5	10	5	6	11
258	7	4	11	6	7	13	4	4	8

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
259	6	6	12	7	4	11	6	7	13
260	5	5	10	7	5	12	5	5	10
261	5	6	11	5	4	9	5	4	9
262	7	4	11	6	6	12	5	6	11

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
263	6	5	11	4	4	8	4	4	8
264	6	4	10	6	4	10	7	7	14
265	6	5	11	4	4	8	6	7	13
266	7	6	13	4	6	10	4	6	10
267	4	4	8	5	4	9	5	6	11
268	7	5	12	5	5	10	4	5	9
269	5	4	9	7	4	11	5	7	12
270	7	5	12	4	5	9	6	5	11
271	7	5	12	7	5	12	4	6	10
272	6	7	13	7	5	12	5	4	9
273	7	5	12	7	7	14	5	5	10
274	7	5	12	6	6	12	4	6	10
275	5	6	11	6	7	13	5	7	12
276	4	7	11	5	5	10	7	4	11
277	5	6	11	5	6	11	7	7	14
278	6	6	12	6	7	13	5	7	12
279	4	4	8	6	5	11	5	7	12
280	5	7	12	5	6	11	6	4	10
281	4	6	10	4	7	11	4	6	10
282	6	4	10	7	7	14	4	7	11
283	4	6	10	4	5	9	6	4	10
284	5	5	10	7	4	11	6	7	13
285	6	6	12	7	7	14	7	4	11
286	7	7	14	4	6	10	7	7	14
287	4	6	10	6	6	12	4	6	10
288	7	7	14	6	4	10	5	4	9
289	5	6	11	6	6	12	5	5	10
290	5	4	9	5	4	9	5	4	9
291	7	4	11	5	7	12	6	5	11
292	7	7	14	6	4	10	7	4	11
293	5	5	10	5	5	10	5	6	11
294	4	5	9	5	6	11	5	4	9
295	6	7	13	5	6	11	7	7	14
296	7	5	12	4	4	8	4	4	8
297	4	7	11	6	4	10	4	4	8
298	4	7	11	5	7	12	7	4	11
299	6	4	10	6	7	13	4	4	8
300	4	7	11	4	7	11	6	7	13
301	4	5	9	5	7	12	6	7	13
302	4	4	8	6	7	13	4	4	8
303	5	5	10	7	5	12	5	7	12
304	4	4	8	7	4	11	5	6	11
305	7	4	11	4	5	9	7	7	14
306	7	7	14	7	5	12	5	6	11

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
307	7	7	14	4	7	11	6	7	13
308	5	4	9	7	4	11	7	6	13
309	6	6	12	4	5	9	6	4	10
310	5	5	10	6	6	12	4	5	9
311	7	7	14	5	7	12	6	7	13
312	7	6	13	6	5	11	4	7	11
313	4	4	8	7	6	13	5	4	9
314	6	5	11	5	6	11	6	5	11
315	6	6	12	5	4	9	7	4	11
316	7	4	11	4	4	8	6	7	13
317	6	6	12	6	5	11	7	7	14
318	5	5	10	5	5	10	5	4	9
319	7	6	13	5	5	10	5	6	11
320	4	5	9	6	7	13	4	6	10
321	5	7	12	6	5	11	6	4	10
322	7	7	14	7	7	14	6	7	13
323	7	7	14	4	6	10	4	5	9
324	6	6	12	6	6	12	6	5	11
325	7	5	12	5	7	12	5	5	10
326	6	6	12	5	4	9	7	5	12
327	6	6	12	7	6	13	6	7	13
328	5	5	10	7	6	13	5	6	11
329	6	7	13	5	5	10	4	7	11
330	7	6	13	6	5	11	6	5	11
331	4	5	9	7	7	14	4	7	11
332	6	7	13	7	6	13	5	4	9
333	6	5	11	6	7	13	6	6	12
334	4	5	9	4	4	8	6	5	11
335	6	7	13	4	7	11	4	7	11
336	7	6	13	5	6	11	5	5	10
337	5	5	10	7	4	11	6	5	11
338	6	6	12	7	5	12	7	4	11
339	4	5	9	7	7	14	6	7	13
340	7	6	13	5	6	11	5	4	9
341	6	7	13	5	5	10	6	6	12
342	5	6	11	6	7	13	7	4	11
343	6	5	11	7	4	11	7	4	11
344	5	4	9	7	7	14	6	6	12
345	6	5	11	6	4	10	6	5	11
346	4	7	11	5	6	11	5	4	9

R	<i>Trust In VR</i>		jumlah	<i>Emotional Involvement</i>		jumlah	<i>Perceived Value</i>		jumlah
	Item 1	Item 2		Item 1	Item 2		Item 1	Item 2	
347	6	7	13	7	6	13	7	4	11
348	6	6	12	6	6	12	6	6	12

**LAMPIRAN UJI VALIDITAS *VIRTUAL REALITY QUALITY, IMMERSION*
DAN *INTENTION TO BUY PROPERTY***

HASIL UJI VALIDITAS *VIRTUAL REALITY QUALITY*

		Correlations								
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	Total
X01	Pearson Correlation	1	.773**	.753**	.768**	.693**	.766**	.812**	.800**	.929**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.773**	1	.724**	.808**	.423*	.803**	.690**	.865**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.020	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.753**	.724**	1	.663**	.658**	.629**	.721**	.707**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.768**	.808**	.663**	1	.461*	.732**	.773**	.828**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.010	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.693**	.423*	.658**	.461*	1	.490**	.526**	.497**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.020	.000	.010		.006	.003	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.766**	.803**	.629**	.732**	.490**	1	.635**	.723**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.006		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	.812**	.690**	.721**	.773**	.526**	.635**	1	.750**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X08	Pearson Correlation	.800**	.865**	.707**	.828**	.497**	.723**	.750**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.929**	.886**	.856**	.876**	.704**	.841**	.858**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

HASIL UJI VALIDITAS *IMMERSION*

		Correlations						
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	Total
X01	Pearson Correlation	1	.463**	.332	.575**	.562**	.604**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.010	.073	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.463**	1	.443*	.693**	.500**	.646**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.010		.014	.000	.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.332	.443*	1	.588**	.285	.244	.643**
	Sig. (2-tailed)	.073	.014		.001	.127	.194	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.575**	.693**	.588**	1	.451*	.687**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.562**	.500**	.285	.451*	1	.550**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.127	.012		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.604**	.646**	.244	.687**	.550**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.194	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.767**	.808**	.643**	.883**	.701**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

HASIL UJI VALIDITAS *INTENTION TO BUY PROPERTY*

		Correlations						
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Total
Y01	Pearson Correlation	1	.679**	.602**	.223	.415*	.503**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.237	.022	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y02	Pearson Correlation	.679**	1	.427*	.126	.433*	.615**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000		.019	.506	.017	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y03	Pearson Correlation	.602**	.427*	1	.408*	.471**	.606**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.019		.025	.009	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y04	Pearson Correlation	.223	.126	.408*	1	.372*	.439*	.550**
	Sig. (2-tailed)	.237	.506	.025		.043	.015	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y05	Pearson Correlation	.415*	.433*	.471**	.372*	1	.655**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.022	.017	.009	.043		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y06	Pearson Correlation	.503**	.615**	.606**	.439*	.655**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.015	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.787**	.751**	.785**	.550**	.740**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

**LAMPIRAN UJI RELIABILITAS *VIRTUAL REALITY QUALITY*,
IMMERSION DAN *INTENTION TO BUY PROPERTY***

HASIL UJI REALIBILITAS *VIRTUAL REALITY QUALITY*

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.946	8

HASIL UJI REALIBILITAS *IMMERSION*

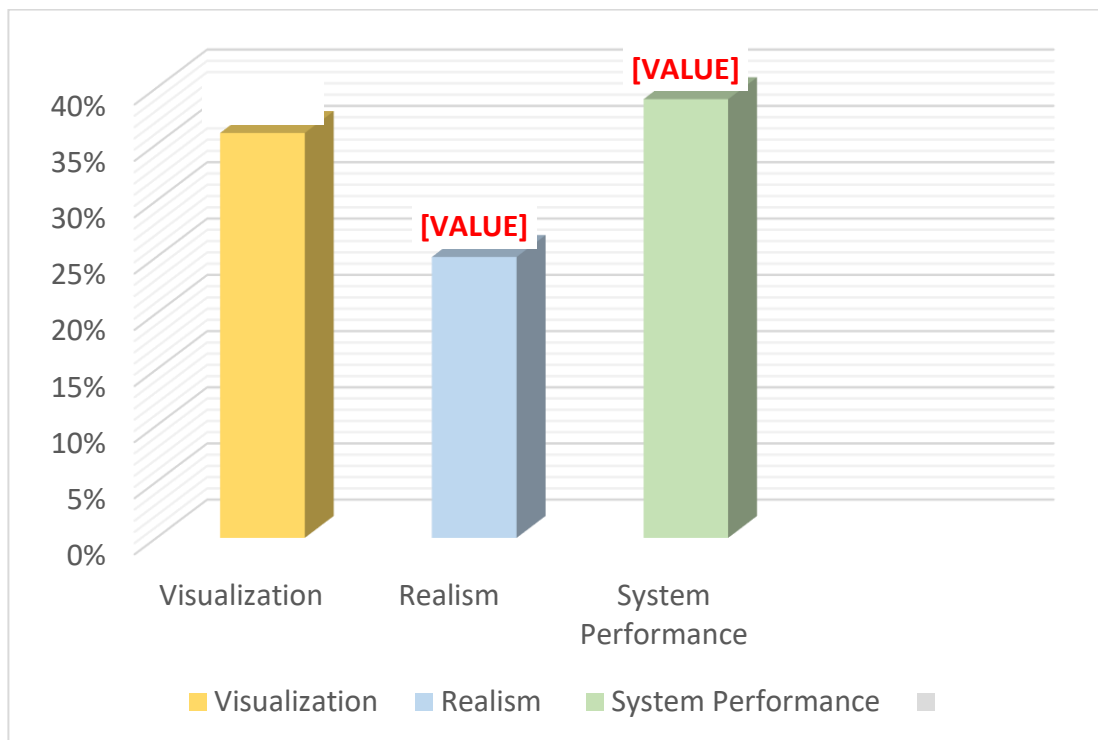
Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.860	6

HASIL UJI REALIBILITAS *INTENTION TO BUY PROPERTY*

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.840	6

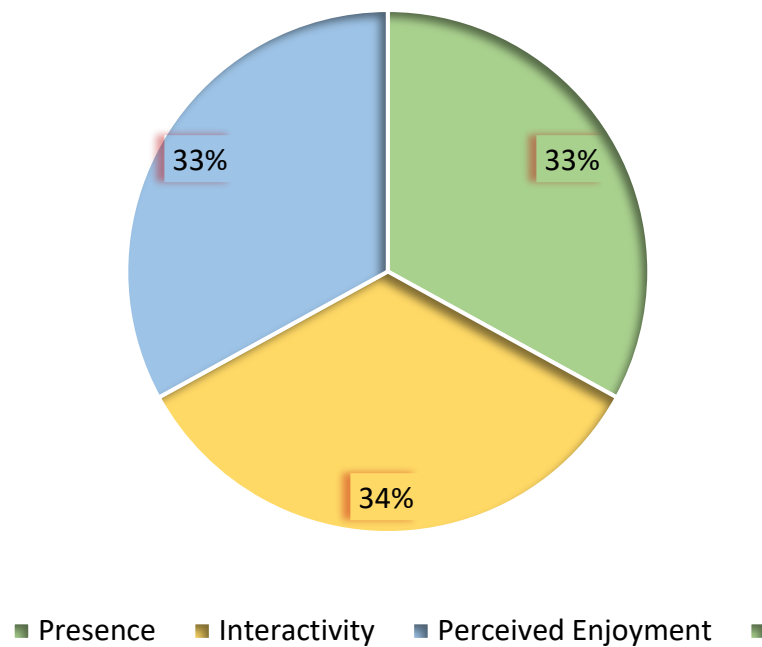
**LAMPIRAN HASIL PENGUJIAN DESKRIPTIF *VIRTUAL REALITY*
QUALITY, IMMERSION DAN INTENTION TO BUY PROPERTY**

HASIL PENGUJIAN DESKRIPTIF *VIRTUAL REALITY*



No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	Persentase
1	<i>Visualization</i>	5415	7308	36%
2	<i>Realism</i>	3824	4872	25%
3	<i>System Performance</i>	5791	7308	39%
Total Skor		15030	19488	100%

DESKRIPTIF *IMMERSION*



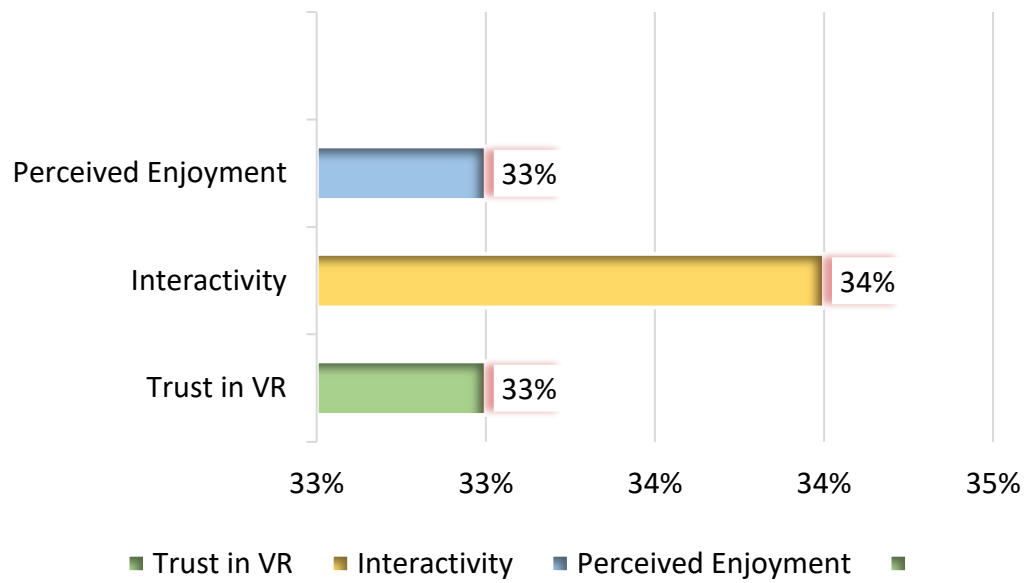
No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	Persentase
1	<i>Persence</i>	3818	4872	33%
2	<i>Interactivity</i>	3922	4872	34%
3	<i>Perceived Enjoyment</i>	3892	4872	33%
Total Skor		15030	14616	100%

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

HASIL PENGUJIAN DESKRIPTIF *INTENTION TO BUY PROPERTY*



No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	Persentase
1	<i>Trust in VR</i>	3921	4872	33%
2	<i>Emotional Involvement</i>	3955	4872	34%
3	<i>Perceived Value</i>	3928	4872	33%
Total Skor		11804	14616	100%

LAMPIRAN HASIL PENGUJIAN VERIFIKATIF

Pengujian Asumsi SEM

Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 348

Normalitas Data

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PV	8,000	14,000	-,019	-,145	-,457	-1,741
EI	9,000	14,000	,068	,521	-,757	-2,883
TVR	8,000	14,000	-,062	-,471	-,389	-1,483
PE	9,000	14,000	,067	,513	-,631	-2,403
I	9,000	14,000	,037	,279	-,719	-2,739
P	8,000	14,000	-,039	-,295	-,550	-2,094
SP	10,000	21,000	-,191	-1,455	-,194	-,737
R	10,000	14,000	-,116	-,883	-,924	-3,518
v	12,000	21,000	-,145	-1,101	-,306	-1,165
Multivariate					-3,684	-2,442

Outliers Data

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
124	17,239	,045	1,000
254	16,839	,051	1,000
294	16,559	,056	1,000
317	16,543	,056	1,000

Azka Widhiasti Nur Ramadhina Rohendy, 2025

PENGARUH VIRTUAL REALITY QUALITY MELALUI IMMERSION TERHADAP INTENTION TO BUY PROPERTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
330	16,531	,057	1,000
333	16,269	,061	1,000