

LAMPIRAN

Lampiran 01. Observasi Awal



Lampiran 02. Kuisioner Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830
E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Perihal : Kuesioner

Dengan Hormat,

Dengan tujuan sebagai syarat menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha program studi Manajemen, dengan ini saya Ni Luh Putu Vidya Kusumayanti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Live Shopping* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daviena Skincare Pada Tiktok Shop (Studi di Kecamatan Buleleng)”

Dengan ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk berkenan mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Data yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Atas kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang bersedia berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Apakah anda berminat untuk membeli produk Daviena Skincare?

☐ Iya ☐ Tidak

Jika anda menjawab IYA, silahkan melanjutkan mengisi kuesioner,

Singaraja, 20 Desember 2024

Peneliti

Ni Luh Putu Vidya Kusumayanti

Contact Person: 085930963833

A. Identitas Responden

Beri tanda centang (✓) pada kotak jawaban

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki ☐ Perempuan
5. Pendapatan : ☐ < 2.500.000
☐ 2.500.000-5.000.000
☐ > 5.000.000
6. Pekerjaan : ☐ PNS/ TNI/ POLRI ☐ Petani/ Nelayan
☐ BUMN/ BUMD ☐ Tidak Bekerja
☐ Swasta
7. Pendidikan : ☐ SD – SMA/ Sederajat ☐ Magister (S2)
☐ Diploma ☐ Doktor (S3)
☐ Sarjana (S1)

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan apa yang ada di lembar pertanyaan kuesioner dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawab yang tersedia.

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 CS : Cukup Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

C. Draf Pertanyaan

Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk						
1	Setelah mendapatkan informasi detail mengenai manfaat dan bahan dari Daviena Skincare, saya merasa lebih yakin dan mantap untuk melakukan pembelian.					
Memutuskan membeli karena merek yang disukai						
2	Saya memilih untuk membeli produk Daviena Skincare karena sudah mengenal dan menyukai merek ini, yang telah terbukti berkualitas di mata saya.					
Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan						
3	Produk Daviena Skincare sesuai dengan kebutuhan perawatan kulit saya, sehingga saya merasa keputusan untuk membelinya sangat tepat.					
Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain						
4	Setelah mendapatkan rekomendasi positif tentang Daviena Skincare dari teman dan keluarga, saya merasa percaya diri untuk melakukan pembelian.					

Live Shopping

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
<i>Offer</i>						
1	Penawaran menarik seperti diskon dan bundling produk selama sesi <i>live shopping</i> Daviena Skincare sangat menggoda dan mendorong saya untuk membeli.					

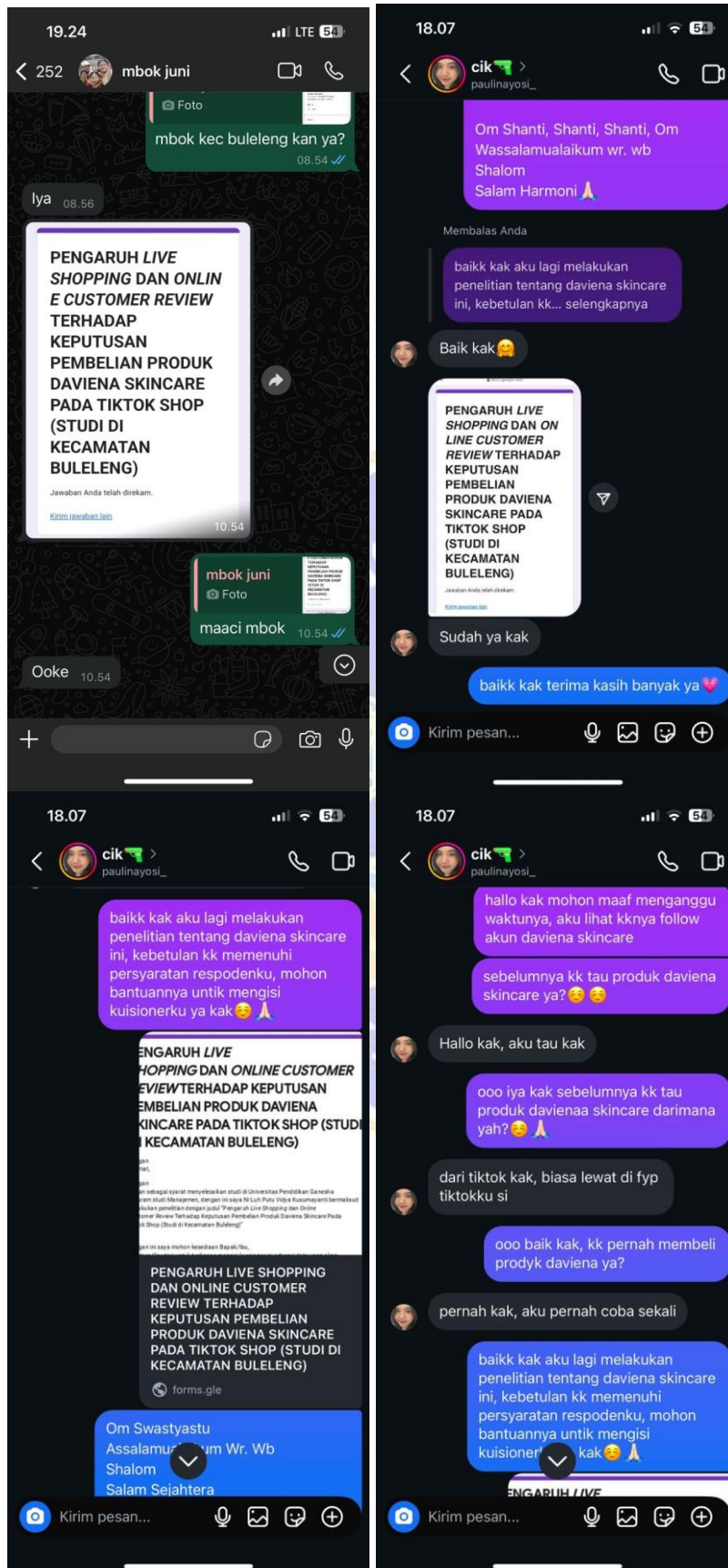
<i>Creative</i>						
2	Pendekatan kreatif dalam penyampaian informasi dan presentasi produk Daviena Skincare membuat sesi <i>live shopping</i> menjadi lebih menarik dan informatif.					
<i>Media</i>						
3	Platform yang digunakan untuk <i>live shopping</i> sangat mendukung interaksi dan aksesibilitas, sehingga saya bisa dengan mudah mengikuti sesi dan berbelanja produk Daviena Skincare.					
<i>Timing and Sequencing</i>						
4	Waktu dan urutan penyampaian informasi selama sesi <i>live shopping</i> sangat teratur, memungkinkan saya untuk memahami setiap produk Daviena Skincare dengan baik sebelum memutuskan untuk membeli.					
<i>Customer Service</i>						
5	Layanan pelanggan yang responsif selama <i>live shopping</i> , seperti menjawab pertanyaan secara langsung, memberikan rasa aman dan kepuasan saat membeli produk Daviena Skincare.					

Online Customer Review

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
<i>Intensity (Intensitas)</i>						
1	Ulasan tentang Daviena Skincare menunjukkan intensitas yang tinggi, di mana banyak konsumen sangat antusias dan bersemangat dalam membagikan pengalaman positif mereka setelah menggunakan produk.					
<i>Valance of Opinion (Pendapat Konsumen)</i>						
2	Sebagian besar pendapat konsumen mengenai					

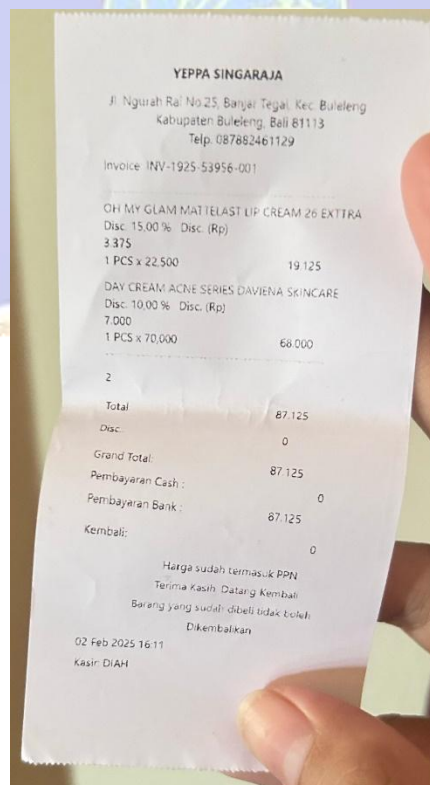
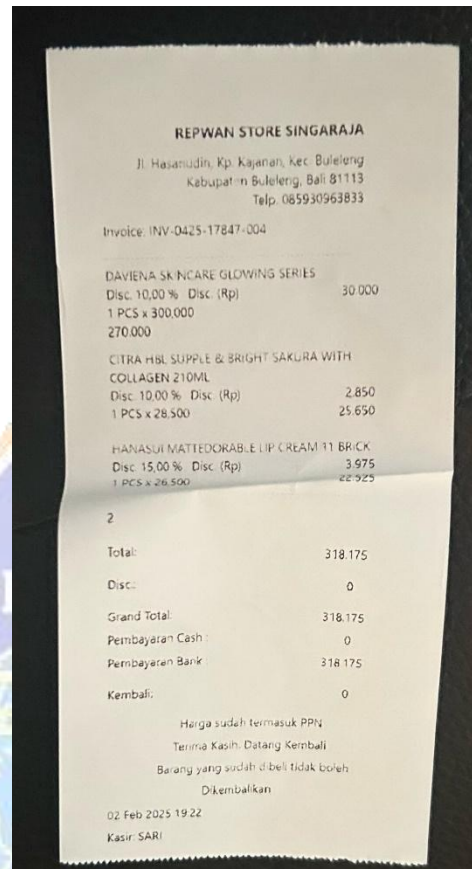
	Daviena Skincare adalah positif, dengan banyak yang menyatakan kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dan merekomendasikan produk ini kepada orang lain.					
<i>Content</i> (konten)						
3	Konten ulasan yang diberikan oleh pengguna mencakup berbagai aspek, mulai dari deskripsi manfaat produk hingga pengalaman pribadi mereka, memberikan gambaran yang jelas tentang efektivitas Daviena Skincare.					

Lampiran 03. Bukti Foto Penyebaran Kuisioner





Lampiran 04. Bukti Nota Pembelian



Lampiran 05. Tabulasi Data (N=30)

No Resp	Live Shopping (X1)					Total X1	Online Customer Review (X2)			Total X2	Keputusan Pembelian (Y)				Total Y
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5		X2.1	X2.2	X2.3		Y1	Y2	Y3	Y4	
1	4	4	4	5	4	21	4	5	5	14	5	4	4	5	18
2	4	5	4	5	5	23	5	4	5	14	5	4	5	4	18
3	4	3	5	4	5	21	4	4	4	12	4	4	4	5	17
4	4	3	3	3	4	17	4	3	4	11	4	4	4	3	15
5	4	5	3	4	4	20	3	4	4	11	5	4	4	3	16
6	3	5	5	5	3	21	3	3	5	11	5	3	3	5	16
7	5	3	4	3	4	19	4	4	3	11	4	4	4	4	16
8	5	4	4	4	5	22	5	4	4	13	4	4	5	4	17
9	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12	4	5	4	4	17
10	5	4	5	5	5	24	4	4	5	13	5	4	4	5	18
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
12	3	5	4	5	3	20	4	5	4	13	4	4	3	5	16
13	5	5	4	4	5	23	4	5	5	14	5	4	5	4	18
14	4	4	3	5	3	19	3	5	4	12	5	5	4	3	17
15	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12	5	4	4	4	17
16	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
18	5	4	4	4	3	20	4	3	4	11	4	4	3	4	15
19	4	4	5	4	4	21	5	4	4	13	4	4	5	4	17
20	5	4	4	4	5	22	4	4	5	13	4	4	4	5	17
21	3	4	3	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	5	14
22	5	4	4	5	5	23	4	4	4	12	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15	4	4	3	3	14
24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	4	4	3	14
25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	4	5	4	5	18
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
27	4	5	3	3	4	19	4	4	4	12	5	4	4	4	17
28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	4	20	3	3	3	9	4	3	3	4	14
30	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	5	4	4	4	17
Total	126	125	120	125	125	621	120	121	125	366	129	121	119	124	493

Lampiran 06. Tabulasi Data (N=120)

No Res p	Live Shopping (X1)					Total X1	Online Customer Review (X2)			Total X2	Keputusan Pembelian (Y)				Total Y
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5		X2.1	X2.2	X2.3		Y1	Y2	Y3	Y4	
1	4	4	4	5	4	21	4	5	5	14	5	4	4	5	18
2	4	5	4	5	5	23	5	4	5	14	5	4	5	4	18
3	4	3	5	4	5	21	4	4	4	12	4	4	4	5	17
4	4	3	3	3	4	17	4	3	4	11	4	4	4	3	15
5	4	5	3	4	4	20	3	4	4	11	5	4	4	3	16
6	3	5	5	5	3	21	3	3	5	11	5	3	3	5	16
7	5	3	4	3	4	19	4	4	3	11	4	4	4	4	16
8	5	4	4	4	5	22	5	4	4	13	4	4	5	4	17
9	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12	4	5	4	4	17
10	5	4	5	5	5	24	4	4	5	13	5	4	4	5	18
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
12	3	5	4	5	3	20	4	5	4	13	4	4	3	5	16
13	5	5	4	4	5	23	4	5	5	14	5	4	5	4	18
14	4	4	3	5	3	19	3	5	4	12	5	5	4	3	17
15	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12	5	4	4	4	17
16	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
18	5	4	4	4	3	20	4	3	4	11	4	4	3	4	15
19	4	4	5	4	4	21	5	4	4	13	4	4	5	4	17
20	5	4	4	4	5	22	4	4	5	13	4	4	4	5	17
21	3	4	3	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	5	14
22	5	4	4	5	5	23	4	4	4	12	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15	4	4	3	3	14
24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	4	4	3	14
25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	4	5	4	5	18
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
27	4	5	3	3	4	19	4	4	4	12	5	4	4	4	17
28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	4	20	3	3	3	9	4	3	3	4	14
30	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	5	4	4	4	17
31	4	4	4	4	5	21	4	5	5	14	4	5	5	4	18
32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
33	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	3	4	4	4	15
34	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
36	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	4	16
37	3	4	4	4	4	19	4	3	4	11	4	4	4	3	15
38	3	5	5	4	4	21	3	3	4	10	5	5	4	4	18

No Res p	Live Shopping (X1)					Total X1	Online Customer Review (X2)			Total X2	Keputusan Pembelian (Y)				Total Y
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5		X2.1	X2.2	X2.3		Y1	Y2	Y3	Y4	
39	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	4	4	5	17
40	5	4	4	3	4	20	4	3	4	11	4	3	3	3	13
41	5	4	5	5	5	24	5	5	4	14	5	4	5	5	19
42	4	5	4	4	5	22	5	5	5	15	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
44	5	5	4	4	4	22	4	5	4	13	4	4	4	4	16
45	5	4	4	3	5	21	5	5	5	15	5	4	4	4	17
46	5	4	4	5	4	22	4	4	4	12	4	4	4	4	16
47	3	3	3	3	3	15	3	5	3	11	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	3	4	15
49	5	4	4	4	4	21	4	3	3	10	4	3	3	4	14
50	4	4	4	5	4	21	4	5	5	14	4	5	4	5	18
51	3	3	4	5	4	19	4	3	3	10	3	4	4	3	14
52	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
53	4	4	4	3	3	18	3	4	3	10	4	4	3	3	14
54	4	5	3	3	3	18	3	4	3	10	5	4	4	3	16
55	4	5	4	4	5	22	4	5	5	14	5	4	4	4	17
56	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	4	4	4	17
58	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
59	4	5	4	4	4	21	3	4	4	11	4	4	4	3	15
60	4	5	5	4	5	23	4	4	4	12	5	4	4	5	18
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	4	3	5	16
63	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
64	4	4	4	5	4	21	5	5	4	14	5	5	4	5	19
65	3	3	4	5	3	18	5	3	4	12	4	3	5	4	16
66	3	4	3	4	3	17	4	4	3	11	4	4	3	5	16
67	4	3	3	4	4	18	3	3	4	10	5	4	4	4	17
68	3	4	3	4	4	18	4	3	3	10	4	3	3	4	14
69	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12	5	3	4	5	17
70	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	4	3	3	3	13
71	3	3	3	3	3	15	3	4	3	10	3	3	4	4	14
72	5	4	4	5	4	22	5	5	5	15	5	4	4	4	17
73	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15	5	4	4	4	17
74	4	5	5	5	4	23	4	5	5	14	4	5	4	5	18
75	4	4	4	4	3	19	3	3	4	10	4	3	3	3	13
76	5	4	4	4	5	22	4	4	5	13	4	4	4	4	16
77	5	3	4	3	5	20	3	3	3	9	3	5	4	3	15
78	4	3	3	4	3	17	4	3	3	10	4	4	4	4	16

No Res p	Live Shopping (X1)					Total X1	Online Customer Review (X2)			Total X2	Keputusan Pembelian (Y)				Total Y
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5		X2.1	X2.2	X2.3		Y1	Y2	Y3	Y4	
79	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
81	4	5	4	4	5	22	5	4	4	13	5	3	5	5	18
82	4	5	4	5	5	23	5	3	5	13	4	5	4	5	18
83	5	4	5	4	5	23	5	4	5	14	3	5	5	5	18
84	5	5	5	5	5	25	4	3	5	12	5	4	5	4	18
85	5	3	4	5	5	22	3	4	5	12	3	4	5	4	16
86	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	4	5	5	5	19
87	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	4	5	4	4	17
88	4	3	4	4	4	19	5	4	4	13	5	5	4	5	19
89	3	4	4	3	4	18	5	5	5	15	5	5	4	5	19
90	5	5	5	5	5	25	4	3	5	12	5	5	4	4	18
91	4	5	4	5	3	21	5	3	5	13	4	3	4	5	16
92	4	5	5	5	3	22	4	5	5	14	4	5	4	4	17
93	4	5	4	4	5	22	5	3	4	12	4	5	5	4	18
94	4	4	4	4	5	21	3	4	5	12	4	4	5	4	17
95	4	5	5	5	4	23	4	4	4	12	4	5	5	4	18
96	3	3	4	4	4	18	5	5	5	15	5	5	5	4	19
97	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
99	5	3	3	3	3	17	3	5	3	11	3	5	5	3	16
100	5	4	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	4	19
101	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	4	5	5	5	19
102	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	4	5	4	18
103	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	4	4	4	17
104	4	4	4	5	5	22	4	4	5	13	5	5	5	4	19
105	3	4	3	4	4	18	5	5	4	14	5	5	5	4	19
106	3	5	5	5	5	23	4	3	5	12	5	5	4	4	18
107	5	5	4	5	5	24	5	5	4	14	5	4	5	5	19
108	5	5	4	5	4	23	5	4	5	14	4	5	5	4	18
109	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	5	5	5	4	19
110	5	3	4	4	5	21	4	4	5	13	5	5	5	4	19
111	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13	4	5	4	3	16
112	5	5	4	4	5	23	4	5	5	14	4	4	5	5	18
113	5	5	5	5	5	25	4	5	3	12	4	4	4	4	16
114	5	4	4	5	4	22	4	5	4	13	3	4	5	5	17
115	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
116	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	5	5	4	5	19
117	4	5	4	5	4	22	4	5	5	14	5	4	3	5	17
118	4	4	5	4	4	21	5	5	4	14	5	4	4	4	17

No Res p	Live Shopping (X1)					Total X1	Online Customer Review (X2)			Total X2	Keputusan Pembelian (Y)				Total Y
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5		X2.1	X2.2	X2.3		Y1	Y2	Y3	Y4	
119	5	5	4	5	5	24	5	5	5	15	4	4	5	5	18
120	4	5	5	4	5	23	5	4	5	14	4	5	4	5	18
Tot al	51 6	51 8	50 5	51 9	51 9	2577	506	506	518	1530	523	512	506	509	2050



Lampiran 07. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel *Live Shopping*

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.080	.374*	.223	.695**	.681**
	Sig. (2-tailed)		.674	.042	.237	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.080	1	.230	.546**	.154	.560**
	Sig. (2-tailed)	.674		.222	.002	.415	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.374*	.230	1	.568**	.465**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.042	.222		.001	.010	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.223	.546**	.568**	1	.275	.743**
	Sig. (2-tailed)	.237	.002	.001		.141	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.695**	.154	.465**	.275	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.415	.010	.141		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.681**	.560**	.758**	.743**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	5

Lampiran 08. Uji Validitas dan Uji Reabilitas *Online Customer Review*

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.481**	.497**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.007	.005	<.001
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.481**	1	.544**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.007		.002	<.001
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.497**	.544**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002		<.001
	N	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.801**	.828**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.755	3

Lampiran 09. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.105	.090	.327	.562**
	Sig. (2-tailed)		.581	.635	.078	.001
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.105	1	.296	.418*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.581		.112	.022	<.001
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.090	.296	1	.315	.624**
	Sig. (2-tailed)	.635	.112		.090	<.001
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.327	.418*	.315	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.078	.022	.090		<.001
	N	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.562**	.714**	.624**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	<.001	<.001	
	N	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).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

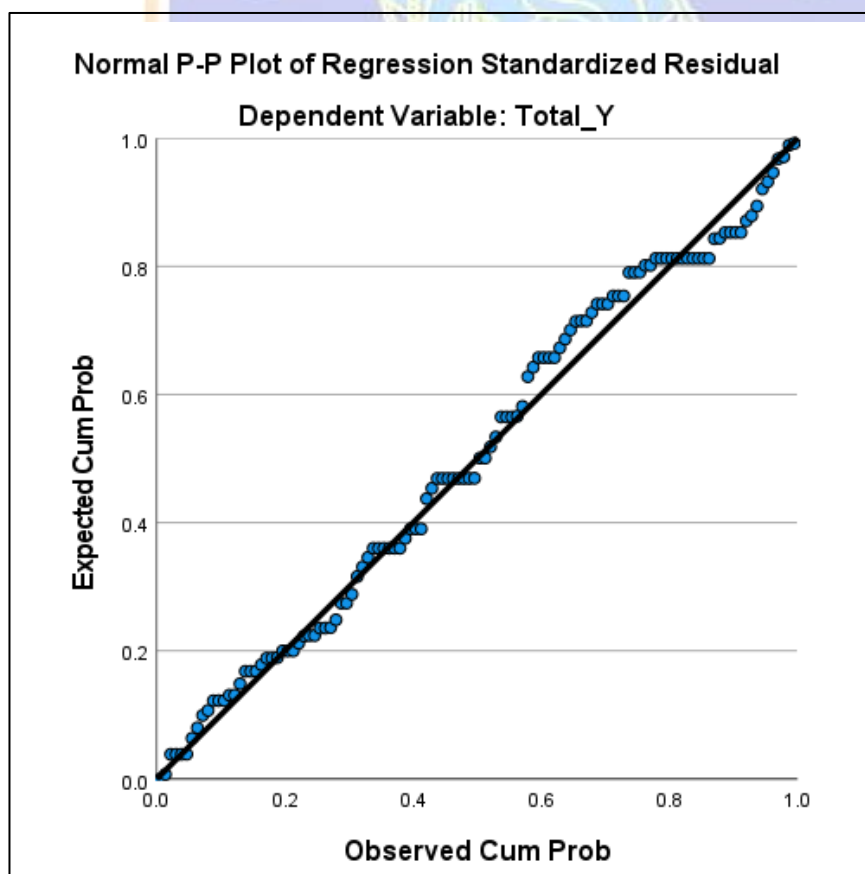
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

Lampiran 10. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.12029057
Most Extreme Differences	Absolute		.067
	Positive		.061
	Negative		-.067
Test Statistic			.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.194
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.184
		Upper Bound	.204

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.



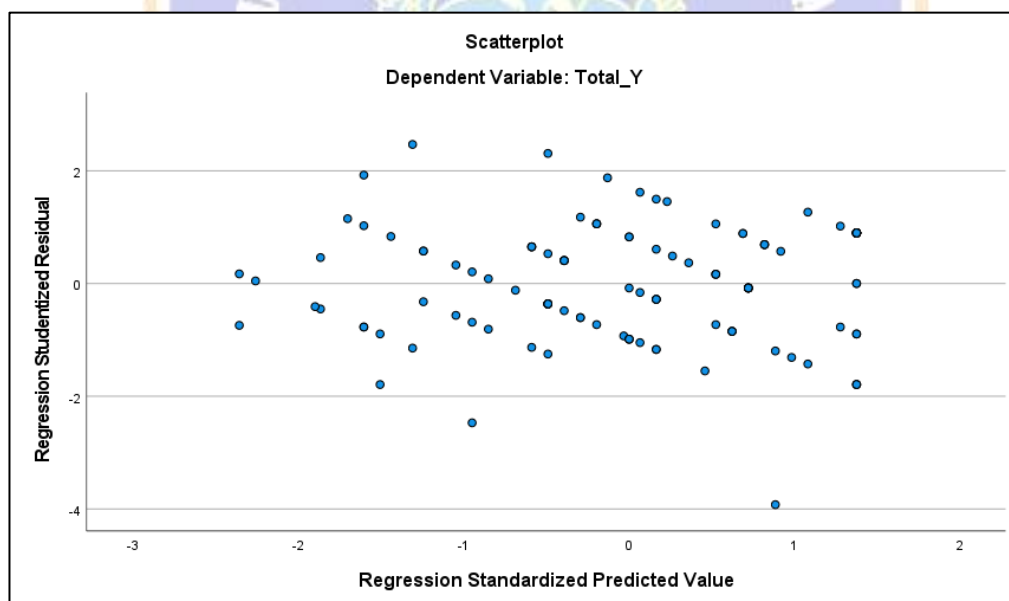
Lampiran 11. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.032	.875		6.891	<.001		
	Total_X1	.136	.051	.206	2.651	.009	.558	1.793
	Total_X2	.637	.079	.626	8.059	<.001	.558	1.793
a. Dependent Variable: Total_Y								

Lampiran 12. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.600	.516		1.162	.247
	Total_X1	-.015	.030	-.063	-.511	.610
	Total_X2	.050	.047	.131	1.064	.290

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.032	.875		<.,001
	Total_X1	.136	.051	.206	.009
	Total_X2	.637	.079	.626	<.,001

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 6. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.816	2	114.908	90.018	<.,001 ^b
	Residual	149.351	117	1.277		
	Total	379.167	119			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Lampiran 15. Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.032	.875		<.,001
	Total_X1	.136	.051	.206	.009
	Total_X2	.637	.079	.626	<.,001

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 16 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.599	1.130

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

RIWAYAT HIDUP



Ni Luh Putu Vidya Kusumayanti lahir di Tabanan pada tanggal 05 Maret 2003. Terlahir dari pasangan suami istri yakni Ayah I Made Suadnyana, S.Pd. dan Ibu Ni Luh Sumawidiasih Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Saat ini penulis tinggal di Desa Baturiti Banjar Belong, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 1 Baturiti 2015. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Kerambitan dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2021 penulis lulus dari sekolah menengah atas yakni di SMA Negeri 2 Tabanan dengan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA). Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang strata 1 Program Studi Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha pada tahun 2021, dan pada semester akhir yaitu di tahun 2025 penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Live Shooping* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daviena Skincare Pada Tiktok Shop (Studi di Kecamatan Buleleng)” Selanjutnya, dari tahun 2021 sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif program S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.