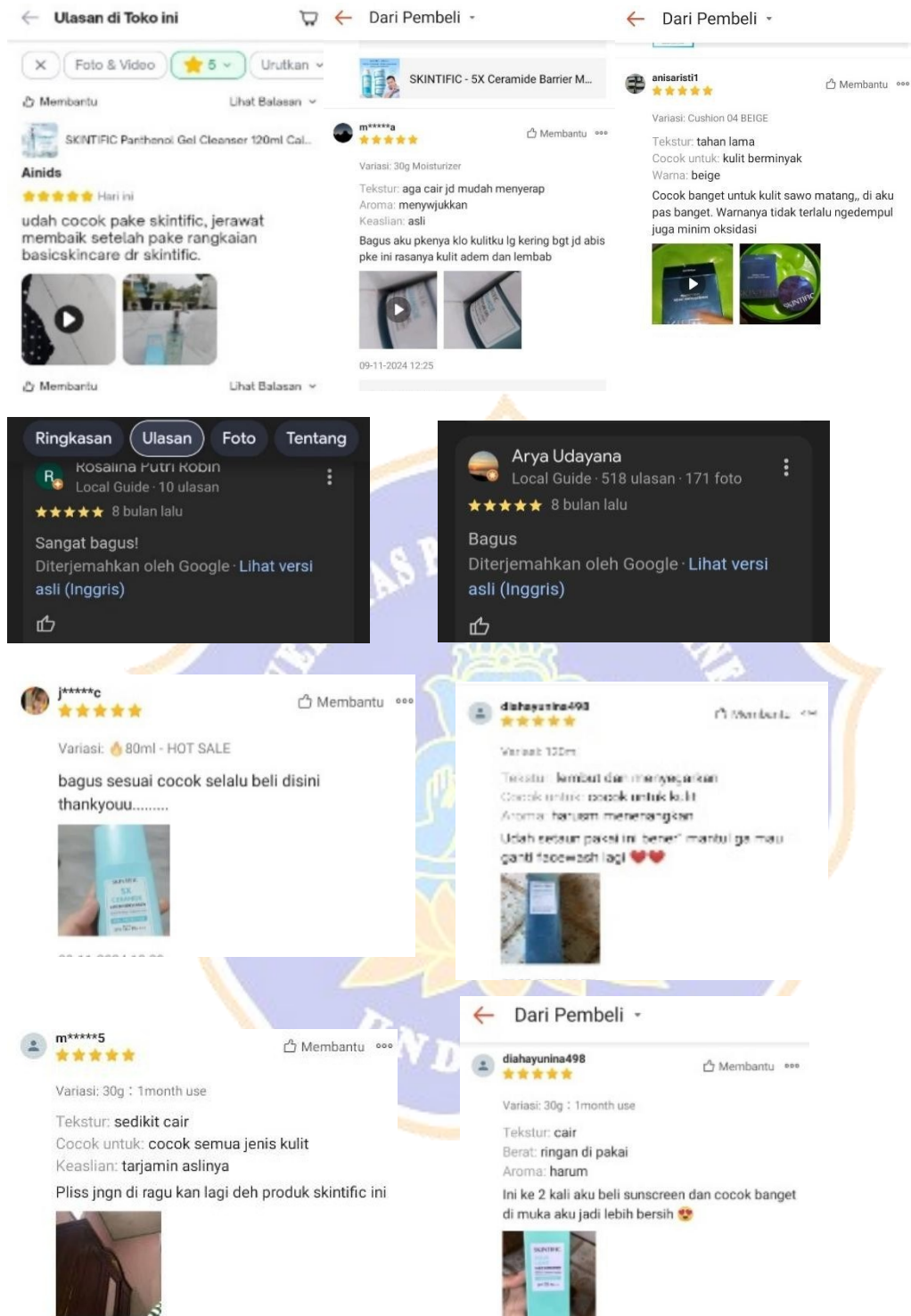


Lampiran 1. Review Positif dari Produk Skintific di Platform Sosial Media



Lampiran 2. Review Negatif dari Produk Skintific di Platform Sosial Media

← Ulasan di Toko ini

Foto & Video 3 Urutkan

Skintific Perfect Stay Velvet Matte Cushion 11...

d***a

★★★★☆ Hari ini

warna lebih gelap dr display. artinya seller tidak bisa menampilkan hasil display atau marketing rolenya salah!

Membantu

SKINTIFIC All Day Light Sunscreen Mist SPF5...

Togi

★★★★☆ 5 hari lalu

Tidak ada ulasan

Membantu Lihat Balasan

Skintific Perfect Stay Velvet Matte Cushion 11...

ninikarolin

★★★★☆

Membantu

Variasi: Refill - 01 VANILLA

Jelek menambah flek

05-11-2024 14:06

Respon Penjual:

Hi Skintizen. Terimakasih telah berbelanja di Skintific Official Store. Jika ada kendala Kakak dapat menghubungi kami melalui chat ya agar dapat kami bantu lakukan pengecekan lebih lanjut. Kami tunggu kesan pesannya ya Kak :)

SKINTIFIC - Perfect Stay Velvet Ma...

rockyzkk

★★★★☆

Membantu

Variasi: 1pcs

← Dari Pembeli

[New Launch] SKINTIFIC - Peptide...

barr444

★★★★☆

Membantu

Variasi: 30g - HOT SALE

Tekstur: lembut

Cocok untuk: ga cocok

bikin muka jadi kusam+banyak jerawat+close komedo numpuk klaim palsu lol 😂

r****2

★★★★☆

Membantu

Variasi: Dark Spot Set

Tekstur: tekstur baik, wangi baik

Sengaja baru ngasih rating sekarang setelah 1 2 bulan, ngga ada perubahan yg signifikan sih



← Dari Pembeli

ninikarolin

★★★★☆

Membantu

Variasi: Refill - 01 VANILLA

Jelek menambah flek

05-11-2024 14:06

Respon Penjual:

Hi Skintizen. Terimakasih telah berbelanja di Skintific Official Store. Jika ada kendala Kakak dapat menghubungi kami melalui chat ya agar dapat kami bantu lakukan pengecekan lebih lanjut. Kami tunggu kesan pesannya ya Kak :)

SKINTIFIC - Perfect Stay Velvet Ma...

← Dari Pembeli

armadani05122005

★★★★☆

Membantu

Variasi: Niacinamide stick

warnanya mencolok bangeett lebih ke pink tua terus berair banget 🤢🤢 kecewaA



rockyzkk

★★★★☆

Membantu

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian



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

Jalan Udayana No 11 Singaraja-Bali. Telepon : (0362) 26830

Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

Kepada : Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan Skripsi, saya Putu Novi Riskayani mahasiswi Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, dengan ini bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Influencer Marketing*, *E-Wom*, Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Yepa Cosmetic**”. Tujuan dilakukannya penelitian ini pada dasarnya sebagai bagian dari penyelesaian tugas akhir. Data yang telah diisi dalam kuesioner ini sepenuhnya adalah untuk kepentingan penelitian, sehingga tanggapan responden akan dijaga kerahasiaannya.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak serta berkenan mengisi beberapa pernyataan yang telah terlampir pada kuesioner ini. Kontribusi Saudara/i sangat berarti di dalam kesuksesan serta penyelesaian penelitian ini. Jawaban dari Saudara/i akan sangat membantu serta berguna bagi peneliti. Untuk itu, atas perhatian, kesediaan, dan partisipasinya saya selaku peneliti mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya.

Singaraja, 18 Mei 2025

Peneliti

Putu Novi Riskayani

A. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Sebelum memberikan tanggapan atau menjawab, dimohon untuk membaca isi kuesioner terlebih dahulu.
2. Setiap pertanyaan terdapat 5 jawaban, dalam memberikan tanggapan atau jawaban, dimohon untuk memilih salah satu jawaban yang dirasa sesuai dengan apa yang dirasakan.
3. Dalam memberikan tanggapan maupun jawaban mengenai daftar pernyataan yang peneliti siapkan, tidak ada jawaban yang dianggap salah.
4. Silahkan Saudara/i memilih jawaban dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

kode	Jawaban Responden	Skor Positif
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Apakah anda pengguna atau pernah melakukan pembelian produk Skintific di Yeppa Cosmetic?

☐ IYA ☐ TIDAK

Jika anda menjawab IYA, silahkan lanjutkan untuk mengisi kuesioner. Namun, jika menjawab TIDAK, silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner.

B. Identitas Responden

(Beri tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Nama Lengkap :
2. Alamat :
3. Usia..... tahun
4. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

5. Pendapatan Per Bulan :

- ☐ < Rp 2.500.000
- ☐ Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
- ☐ > Rp 5.000.000

6. Pekerjaan

- ☐ Pelajar / Mahasiswa ☐ Wiraswasta
- ☐ Karyawan ☐ Pegawai Negeri
- ☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Lainnya

7. Pendidikan

- ☐ SD/SMP/SMA ☐ Diploma
- ☐ Sarjana ☐ Tidak Sekolah

C. Draft Pernyataan Kuesioner**1. Influencer Marketing**

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	<i>Influencer Marketing</i>	5	4	3	2	1
1	Saya merasa aman membeli produk Skintific karena sudah direkomendasikan oleh <i>influencer</i> yang saya percayai.					
2	Saya membeli Skintific karena <i>influencer</i> yang mempromosikannya terlihat meyakinkan.					
3	Saya merasa memiliki kesamaan gaya hidup <i>influencer</i> produk Skintific.					
4	Pengetahuan <i>influencer</i> tentang <i>skincare</i> membuat saya percaya pada rekomendasi mereka terhadap produk Skintific.					
5	Saya sering membaca komentar dari <i>influencer</i> terhadap pertanyaan dari <i>followers</i> terkait produk Skintific.					

2. E-WOM

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	<i>E-WOM</i>	5	4	3	2	1
1	Saya membagikan pengalaman positif saya setelah menggunakan produk Skintific kepada orang lain					
2	Saya merekomendasikan produk Skintific yang saya beli di Yeppa Cosmetic kepada teman.					
3	Saya mengajak teman untuk mencoba produk Skintific karena saya puas dengan hasil yang diberikan dari produk Skintific.					

3. Brand Awareness

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	<i>Brand Awareness</i>	5	4	3	2	1
1	Saya langsung mengenali nama “Skintific” saat melihatnya di Yeppa Cosmetic.					
2	Ketika memikirkan produk <i>skincare</i> , Skintific adalah salah satu merek yang saya ingat.					
3	Saya sering menyebut Skintific sebagai merek <i>skincare</i> favorit kepada orang lain.					

4. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	<i>Keputusan Pembelian</i>	5	4	3	2	1
1	Saya merasa puas setelah menggunakan produk Skintific yang dibeli di Yeppa Cosmetic.					
2	Saya sering melakukan pembelian produk Skintific di Yeppa Cosmetic.					
3	Saya sering merekomendasikan Skintific kepada orang-orang di sekitar saya.					
4	Saya berniat membeli kembali produk Skintific di kemudian hari.					

Lampiran 4. Tabulasi Validitas dan Reliabilitas Penelitian

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Keputusan Pembelian (Y)				TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	4	5	4	17
2	4	4	5	4	17
3	4	5	3	4	16
4	4	5	5	4	18
5	4	4	5	3	16
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	5	4	4	5	18
10	5	4	4	5	18
11	4	2	4	4	14
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	4	5	5	5	19
16	4	4	3	4	15
17	4	4	4	4	16
18	4	2	4	4	14
19	5	3	1	4	13
20	4	3	4	3	14
21	4	4	4	4	16
22	4	3	4	4	15
23	4	5	4	5	18
24	5	4	4	4	17
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	3	3	3	3	12
28	5	5	5	5	20
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20

Influencer Marketing (X1)

No.	<i>Influencer Marketing (X1)</i>					TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	3	4	3	4	18
2	4	4	4	4	4	20
3	5	5	4	4	2	20
4	5	4	4	5	5	23
5	4	3	5	4	3	19
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	3	2	4	17
8	4	5	3	4	4	20
9	5	5	2	4	4	20
10	5	5	4	5	5	24
11	4	4	2	2	4	16
12	4	5	4	5	5	23
13	5	5	4	4	4	22
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	3	4	4	18
17	4	4	4	5	5	22
18	4	2	4	4	4	18
19	5	4	2	4	4	19
20	4	3	4	4	4	19
21	4	4	4	4	4	20
22	4	2	3	1	4	14
23	4	4	5	4	5	22
24	4	5	4	4	5	22
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	3	4	4	19
27	4	4	3	4	3	18
28	5	5	5	5	5	25
29	5	4	4	5	5	23
30	5	4	4	5	5	23

E-WOM (X2)

No.	<i>E-WOM (X2)</i>			TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	4	3	5	12
2	4	5	5	14
3	3	4	2	9
4	5	4	4	13
5	4	4	5	13
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	4	5	5	14
9	3	4	3	10
10	4	5	4	13
11	4	4	4	12
12	5	5	5	15
13	5	5	5	15
14	4	4	5	13
15	4	5	4	13
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	4	4	4	12
19	4	5	1	10
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	4	4	4	12
23	5	5	4	14
24	5	4	4	13
25	4	4	4	12
26	4	4	4	12
27	2	3	3	8
28	5	5	5	15
29	5	4	4	13
30	5	5	5	15

Brand Awareness (X3)

No.	<i>Brand Awareness (X3)</i>			TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
1	5	4	4	13
2	5	4	4	13
3	1	2	3	6
4	4	5	4	13
5	4	3	3	10
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	3	4	4	11
9	4	5	4	13
10	5	5	5	15
11	2	2	2	6
12	3	5	5	13
13	4	5	5	14
14	4	5	5	14
15	4	4	4	12
16	4	3	4	11
17	5	3	4	12
18	4	4	4	12
19	5	3	5	13
20	4	3	3	10
21	4	3	3	10
22	4	4	3	11
23	5	4	5	14
24	5	4	4	13
25	4	4	4	12
26	4	4	4	12
27	3	3	3	9
28	5	5	5	15
29	5	4	4	13
30	5	4	5	14

Lampiran 5. Tabulasi Penelitian

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Keputusan Pembelian (Y)				TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	5	4	5	4	18
2	4	4	4	5	17
3	4	4	3	5	16
4	4	5	5	4	18
5	4	4	4	4	16
6	3	4	5	5	17
7	4	5	4	4	17
8	4	3	4	5	16
9	5	4	4	4	17
10	4	4	3	5	16
11	4	5	4	4	17
12	5	4	3	4	16
13	4	5	5	3	17
14	4	4	4	4	16
15	4	5	3	5	17
16	5	4	3	5	17
17	4	4	5	4	17
18	5	4	4	5	18
19	3	3	4	3	13
20	5	4	4	5	18
21	5	4	4	5	18
22	4	5	4	5	18
23	5	4	5	4	18
24	5	4	4	4	17
25	2	3	4	4	13
26	3	2	4	3	12
27	4	4	5	4	17
28	4	3	4	4	15
29	4	3	4	5	16
30	4	4	3	4	15
31	3	4	4	4	15
32	3	4	4	4	15
33	4	3	5	5	17
34	5	4	4	4	17
35	4	2	3	4	13

No.	Keputusan Pembelian (Y)				TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
36	3	3	4	2	12
37	4	3	4	3	14
38	3	4	5	5	17
39	5	3	4	4	16
40	5	4	5	4	18
41	3	3	2	3	11
42	5	4	3	4	16
43	3	3	4	4	14
44	4	3	4	4	15
45	4	3	5	4	16
46	5	5	4	5	19
47	5	4	4	4	17
48	5	4	4	5	18
49	4	4	4	4	16
50	5	5	4	5	19
51	3	4	3	4	14
52	4	4	4	3	15
53	5	4	4	4	17
54	4	4	5	4	17
55	5	5	3	4	17
56	5	4	4	3	16
57	4	3	4	4	15
58	5	4	5	4	18
59	4	3	5	5	17
60	5	5	4	4	18
61	4	5	5	5	19
62	5	3	4	5	17
63	4	5	5	4	18
64	5	3	2	3	13
65	4	4	3	5	16
66	2	3	4	3	12
67	4	4	3	3	14
68	4	4	5	3	16
69	2	2	3	2	9
70	5	4	4	4	17
71	3	4	3	2	12
72	5	4	5	3	17
73	3	2	3	2	10
74	3	4	4	3	14

No.	Keputusan Pembelian (Y)				TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
75	2	4	3	4	13
76	5	5	5	4	19
77	5	5	5	5	20
78	3	4	4	3	14
79	4	5	5	5	19
80	2	2	4	3	11
81	3	4	5	4	16
82	4	3	5	4	16
83	5	4	4	4	17
84	5	4	4	5	18
85	3	4	4	4	15
86	4	4	3	4	15
87	3	3	3	3	12
88	4	3	3	4	14
89	4	4	5	4	17
90	5	5	4	5	19
91	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	3	15
95	4	4	4	3	15
96	4	4	4	4	16
97	3	4	4	4	15
98	4	3	4	4	15
99	4	4	5	4	17
100	4	3	4	3	14
101	3	4	4	4	15
102	4	3	4	4	15
103	4	4	3	4	15
104	4	5	4	3	16
105	4	3	5	4	16
106	4	4	4	3	15
107	3	4	3	4	14
108	3	4	4	2	13
109	4	3	3	3	13
110	5	4	4	2	15
111	3	4	3	4	14
112	2	2	3	3	10
113	1	3	4	3	11

No.	Keputusan Pembelian (Y)				TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
114	2	4	4	3	13
115	3	4	2	4	13
116	3	3	4	4	14
117	5	4	4	4	17
118	3	3	5	4	15
119	3	4	5	4	16
120	4	4	3	4	15
121	4	3	5	4	16
122	3	4	3	3	13
123	3	3	5	4	15
124	4	3	4	3	14
125	4	3	5	3	15
126	4	2	3	4	13
127	5	3	3	4	15
128	4	3	4	4	15
129	3	3	4	4	14
130	3	4	5	4	16
131	4	3	4	4	15
132	3	4	3	5	15
133	3	5	4	4	16
134	3	3	4	4	14
135	3	4	4	4	15
136	3	2	3	4	12
137	2	4	4	5	15
138	4	3	3	5	15
139	4	4	3	3	14
140	3	3	4	5	15
141	4	3	4	4	15
142	4	4	5	1	14
143	3	4	4	4	15
144	4	3	4	3	14
145	4	4	4	4	16
146	3	3	4	4	14
147	4	3	5	4	16
148	4	4	2	5	15
149	4	3	3	4	14
150	3	4	2	4	13

Influencer Marketing (X1)

No.	<i>Influencer Marketing (X1)</i>					TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	3	4	3	5	20
2	3	3	1	3	4	14
3	3	4	2	2	3	14
4	4	3	4	5	5	21
5	3	4	3	5	5	20
6	4	4	2	3	1	14
7	4	5	3	4	4	20
8	3	4	5	3	4	19
9	2	4	5	4	5	20
10	5	5	4	5	5	24
11	4	4	3	5	4	20
12	4	4	3	4	5	20
13	3	4	5	5	4	21
14	4	4	5	5	5	23
15	5	3	5	5	4	22
16	5	5	4	5	3	22
17	4	5	3	4	4	20
18	5	4	5	3	5	22
19	4	3	3	2	4	16
20	5	4	5	4	5	23
21	5	5	5	4	3	22
22	5	4	5	4	5	23
23	4	5	3	5	4	21
24	4	4	4	4	4	20
25	3	2	2	3	1	11
26	3	3	4	4	5	19
27	4	4	3	4	5	20
28	4	4	5	3	5	21
29	4	3	4	4	5	20
30	5	4	4	3	4	20
31	5	3	4	5	4	21
32	4	4	4	5	5	22
33	4	3	3	4	4	18
34	5	5	4	5	5	24
35	3	4	5	4	5	21

No.	<i>Influencer Marketing (X1)</i>					TOTAL X1
	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1,5	
36	4	4	4	5	4	21
37	3	5	4	4	5	21
38	5	4	5	4	5	23
39	4	4	3	3	4	18
40	4	3	4	4	5	20
41	2	3	1	2	3	11
42	4	5	4	2	4	19
43	4	3	4	5	4	20
44	4	5	4	4	4	21
45	4	4	4	5	4	21
46	5	5	5	4	5	24
47	4	4	5	5	4	22
48	1	5	4	5	5	20
49	4	4	4	4	5	21
50	5	4	3	5	4	21
51	3	1	2	3	2	11
52	4	4	3	4	3	18
53	4	4	3	5	5	21
54	4	4	3	4	4	19
55	5	3	5	4	4	21
56	4	5	4	5	4	22
57	4	4	3	4	4	19
58	4	5	4	4	4	21
59	4	5	5	5	5	24
60	4	5	4	5	4	22
61	5	5	5	4	5	24
62	5	5	4	4	4	22
63	4	5	3	4	5	21
64	3	3	4	4	3	17
65	4	5	3	4	5	21
66	5	4	3	4	4	20
67	4	4	4	3	4	19
68	4	4	3	4	3	18
69	3	2	1	3	4	13
70	4	5	4	5	4	22
71	4	4	3	4	4	19
72	4	4	3	4	3	19
73	3	4	2	1	4	14
74	5	5	4	4	4	22

No.	<i>Influencer Marketing (X1)</i>					TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.4	
75	3	4	2	3	4	16
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	3	4	2	4	4	16
79	5	5	4	4	5	23
80	3	3	2	3	2	13
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	4	4	4	22
84	5	5	5	5	5	25
85	3	4	4	3	4	18
86	5	4	3	4	4	20
87	3	4	3	3	4	17
88	4	4	3	4	2	17
89	4	4	4	5	3	20
90	5	4	4	4	4	21
91	5	5	4	5	5	24
92	5	5	3	4	4	21
93	4	5	3	3	4	19
94	4	4	4	4	4	20
95	5	4	4	4	5	22
96	4	3	3	3	3	16
97	5	4	3	4	4	20
98	4	4	3	4	4	19
99	4	4	3	4	4	19
100	5	4	2	4	5	20
101	3	4	2	3	4	16
102	4	5	3	2	3	17
103	4	4	3	4	5	20
104	5	5	3	4	4	21
105	3	3	1	3	4	14
106	4	3	4	3	4	18
107	4	3	4	3	5	19
108	5	3	3	4	5	20
109	4	3	4	3	5	19
110	4	2	4	4	3	17
111	5	2	4	4	4	19
112	3	2	2	3	3	13
113	4	4	4	4	4	20

No.	<i>Influencer Marketing (X1)</i>					TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
114	3	2	3	4	5	17
115	2	2	2	3	3	12
116	4	4	4	4	5	20
117	4	4	5	3	2	18
118	3	4	3	4	5	19
119	3	4	5	4	4	20
120	4	4	3	4	3	18
121	3	4	4	4	4	19
122	3	2	3	3	4	15
123	4	5	4	4	4	21
124	4	3	5	4	3	19
125	5	2	3	3	4	17
126	3	4	3	3	4	17
127	2	3	3	3	5	16
128	4	3	4	3	4	18
129	4	4	3	4	4	19
130	3	4	3	3	3	16
131	5	4	4	4	4	21
132	3	3	4	4	5	19
133	3	3	4	4	4	18
134	4	3	4	4	5	20
135	4	5	5	4	4	22
136	3	4	3	4	4	18
137	4	3	4	4	5	20
138	3	4	5	5	3	20
139	3	2	3	3	4	15
140	4	3	3	2	1	13
141	4	4	4	4	5	21
142	3	4	4	4	5	20
143	3	4	3	4	4	18
144	3	3	4	4	3	17
145	3	4	3	4	4	18
146	3	3	4	3	4	17
147	4	3	3	4	4	18
148	3	3	2	3	4	15
149	3	4	3	4	2	16
150	3	4	4	4	4	18

E-WOM (X2)

No.	<i>E-WOM (X2)</i>			TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	3	4	5	12
2	4	5	4	13
3	2	5	3	10
4	5	4	5	14
5	4	4	4	12
6	4	5	5	14
7	3	4	3	10
8	4	4	4	12
9	5	5	4	14
10	5	5	4	14
11	4	4	5	13
12	4	4	5	13
13	3	4	3	10
14	3	4	4	11
15	5	3	5	13
16	5	5	3	13
17	4	4	5	13
18	4	5	3	12
19	3	3	4	10
20	4	5	4	13
21	5	4	4	13
22	4	5	4	13
23	5	5	4	14
24	4	4	5	13
25	3	3	3	9
26	5	2	2	9
27	4	4	4	12
28	3	4	3	10
29	4	4	3	11
30	4	4	4	12
31	4	3	4	11
32	4	3	4	11
33	4	3	5	12
34	5	4	5	14
35	4	2	4	10

No.	<i>E-WOM (X2)</i>			TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
36	4	3	3	10
37	4	3	4	11
38	5	3	5	13
39	4	4	4	12
40	5	4	5	14
41	2	2	2	6
42	4	4	4	12
43	3	4	4	11
44	4	3	4	11
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	4	5	4	13
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	5	5	5	15
51	3	3	4	10
52	4	4	4	12
53	5	5	5	15
54	4	4	4	12
55	4	5	4	13
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	4	5	5	14
59	5	5	5	15
60	4	3	5	12
61	5	5	5	15
62	4	4	3	11
63	5	5	4	14
64	2	2	1	5
65	4	3	4	11
66	1	2	2	5
67	4	4	3	11
68	5	4	4	13
69	1	2	1	4
70	4	5	4	13
71	2	3	3	8
72	4	4	4	12
73	3	4	3	10
74	5	3	4	12

No.	<i>E-WOM (X2)</i>			TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
75	3	4	3	10
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	4	4	3	11
79	5	5	5	15
80	3	3	2	8
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	5	5	5	15
84	3	3	3	9
85	4	4	4	12
86	3	5	4	12
87	3	2	1	6
88	3	3	3	9
89	4	5	4	13
90	5	5	5	15
91	5	5	5	15
92	4	4	4	12
93	4	4	4	12
94	4	4	4	12
95	3	4	3	10
96	4	3	4	11
97	3	4	4	11
98	4	4	4	12
99	4	4	5	13
100	2	3	2	7
101	5	3	4	12
102	4	4	3	11
103	4	3	3	10
104	4	4	4	12
105	4	4	4	12
106	4	3	4	11
107	4	5	4	13
108	3	4	3	10
109	3	3	2	8
110	3	3	4	10
111	2	3	4	9
112	2	3	4	9
113	3	4	3	10

No.	<i>E-WOM (X2)</i>			TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
114	3	4	3	10
115	3	4	4	11
116	3	5	3	11
117	5	3	4	12
118	3	5	4	12
119	4	5	5	14
120	4	4	4	12
121	4	4	3	11
122	2	3	4	9
123	4	3	5	12
124	2	4	5	11
125	3	3	5	11
126	2	3	4	9
127	4	3	5	12
128	3	4	4	11
129	4	4	5	13
130	5	3	3	11
131	3	3	5	11
132	3	4	5	12
133	3	4	5	12
134	3	3	4	10
135	4	4	3	11
136	3	3	4	10
137	4	5	4	13
138	4	4	5	13
139	3	4	3	10
140	3	3	3	9
141	4	4	5	13
142	3	3	5	11
143	4	5	5	14
144	3	4	3	10
145	4	5	4	13
146	3	3	5	11
147	4	4	4	12
148	3	3	2	8
149	3	3	2	8
150	3	2	3	8

Brand Awareness (X3)

No.	<i>Brand Awareness (X3)</i>			TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
1	5	5	4	14
2	3	4	4	11
3	3	4	5	12
4	4	4	5	13
5	5	5	4	14
6	5	5	4	14
7	4	5	3	12
8	3	5	4	12
9	4	4	5	13
10	5	4	3	12
11	4	5	4	13
12	4	4	5	13
13	5	4	5	14
14	5	4	5	14
15	3	5	4	12
16	4	5	5	14
17	5	4	4	13
18	4	5	5	14
19	5	4	2	11
20	5	5	4	14
21	5	4	4	13
22	5	5	5	15
23	5	4	4	13
24	5	4	4	13
25	4	5	3	12
26	5	4	2	11
27	5	4	4	13
28	5	5	3	13
29	5	4	4	13
30	5	4	3	12
31	4	5	3	12
32	4	4	3	11
33	5	5	4	14
34	5	4	5	14
35	4	3	3	10

No.	<i>Brand Awareness (X3)</i>			TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
36	4	4	2	10
37	4	4	3	11
38	4	5	5	14
39	4	4	4	12
40	5	5	4	14
41	2	3	4	9
42	4	4	3	11
43	4	4	3	11
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	4	5	4	13
48	5	5	4	14
49	4	4	5	13
50	5	4	5	14
51	4	4	3	11
52	4	5	3	12
53	5	4	4	13
54	4	5	4	13
55	3	4	4	11
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	5	4	4	13
59	2	5	5	12
60	5	5	4	14
61	5	5	5	15
62	4	4	4	12
63	5	4	5	14
64	4	4	3	11
65	3	4	5	12
66	4	3	2	9
67	3	4	3	10
68	5	4	4	13
69	4	2	1	7
70	4	5	4	13
71	4	4	2	10
72	4	4	4	12
73	3	1	2	6
74	4	3	3	10

No.	<i>Brand Awareness (X3)</i>			TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
75	4	4	3	11
76	5	5	4	14
77	5	5	5	15
78	4	4	3	11
79	5	4	5	14
80	3	4	3	10
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	4	4	5	13
84	5	5	4	14
85	4	4	3	11
86	3	4	4	11
87	3	3	2	8
88	4	4	3	11
89	5	4	4	13
90	5	5	5	15
91	5	5	5	15
92	4	4	4	12
93	4	5	3	12
94	4	2	4	10
95	3	4	3	10
96	4	4	4	12
97	4	4	3	11
98	4	3	3	10
99	4	5	4	13
100	4	5	3	12
101	4	3	4	11
102	4	4	4	12
103	3	4	4	11
104	4	3	4	11
105	3	4	4	11
106	2	4	5	11
107	4	3	3	10
108	4	3	4	11
109	4	3	4	11
110	3	4	5	12
111	3	4	5	12
112	2	3	1	6
113	2	3	3	8

No.	<i>Brand Awareness (X3)</i>			TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
114	3	3	4	10
115	2	3	2	7
116	4	4	3	11
117	5	3	5	13
118	3	4	4	11
119	3	3	5	11
120	4	4	4	12
121	3	4	4	11
122	3	3	4	10
123	3	4	4	11
124	3	3	4	10
125	3	5	3	11
126	3	3	2	8
127	3	4	5	12
128	3	3	4	10
129	3	3	5	11
130	5	5	4	14
131	3	4	4	11
132	4	4	4	12
133	3	5	5	13
134	3	3	5	11
135	3	3	5	11
136	4	3	4	11
137	3	4	3	10
138	4	3	4	11
139	4	4	3	11
140	3	5	4	12
141	3	3	5	11
142	2	4	4	10
143	3	3	4	10
144	4	3	3	10
145	3	4	4	11
146	4	4	3	11
147	5	5	4	14
148	3	4	4	11
149	3	4	5	12
150	2	1	3	6

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.369*	.149	.694**	.642**
	Sig. (2-tailed)		.045	.433	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.369*	1	.465**	.585**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.045		.010	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.149	.465**	1	.342	.715**
	Sig. (2-tailed)	.433	.010		.065	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.694**	.585**	.342	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.065		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.642**	.834**	.715**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	4



Influencer Marketing (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.445*	-.028	.423*	.159	.538**
	Sig. (2-tailed)		.014	.883	.020	.402	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.445*	1	.000	.448*	.178	.645**
	Sig. (2-tailed)	.014		1.000	.013	.346	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	-.028	.000	1	.454*	.217	.554**
	Sig. (2-tailed)	.883	1.000		.012	.249	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.423*	.448*	.454*	1	.381*	.868**
	Sig. (2-tailed)	.020	.013	.012		.038	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.159	.178	.217	.381*	1	.592**
	Sig. (2-tailed)	.402	.346	.249	.038		.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.538**	.645**	.554**	.868**	.592**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.002	.000	.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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.647	5



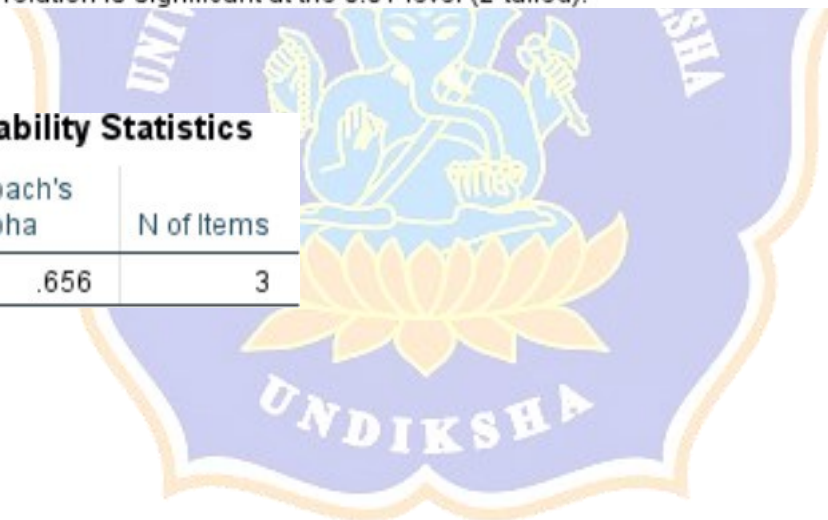
*E-WOM (X2)***Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.538**	.508**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.002	.004	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.538**	1	.194	.663**
	Sig. (2-tailed)	.002		.303	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.508**	.194	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.004	.303		.000
	N	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.857**	.663**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	3



Brand Awareness (X3)**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.436*	.556**	.806**
	Sig. (2-tailed)		.016	.001	.000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.436*	1	.712**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.016		.000	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.556**	.712**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.806**	.841**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

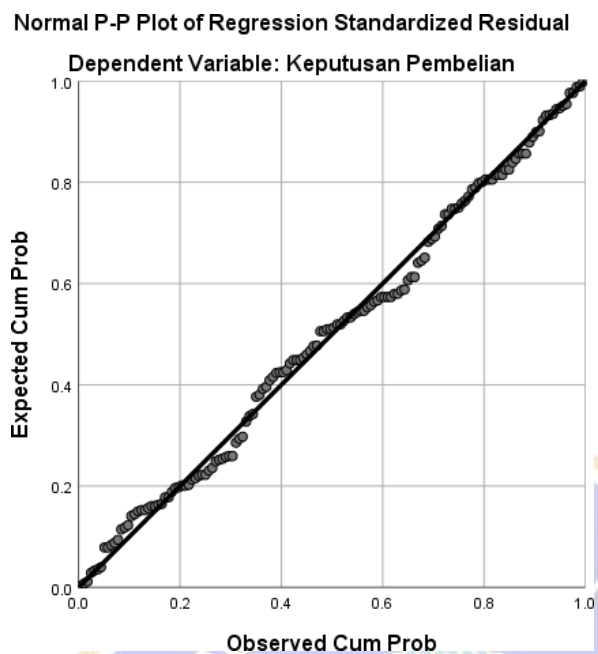
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	3



Lampiran 7. Hasil Pengujian Asumsi

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81785818
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.038
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

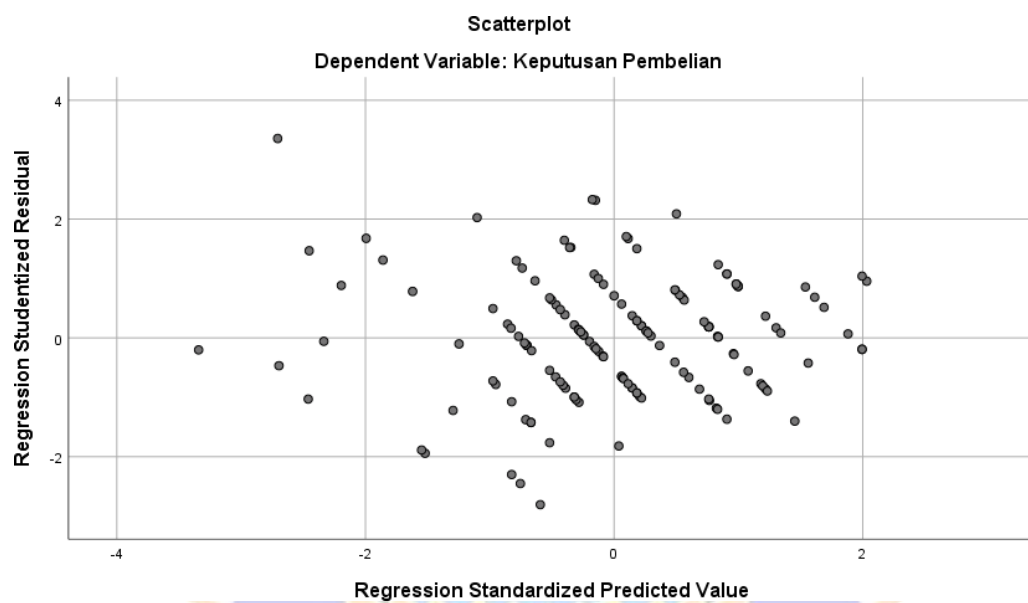
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.260	.517		4.371	.000		
	Influencer Marketing	.070	.029	.100	2.465	.015	.663	1.508
	E-WOM	.371	.042	.384	8.832	.000	.580	1.723
	Brand Awareness	.643	.049	.569	13.184	.000	.589	1.697

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.331	.312		4.261	.000
	Influencer Marketing	.013	.017	.076	.775	.439
	E-WOM	-.041	.025	-.169	-1.607	.110
	Brand Awareness	-.041	.029	-.146	-1.397	.165

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 8. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.260	.517		4.371	.000
	Influencer Marketing	.070	.029	.100	2.465	.015
	E-WOM	.371	.042	.384	8.832	.000
	Brand Awareness	.643	.049	.569	13.184	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Lampiran 9. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t (uji parsial)

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>Influencer Marketing (X1)</i>	0,070	0,029	0,100	2,465	0,015
	<i>E-WOM (X2)</i>	0,371	0,042	0,384	8,832	0,000
	<i>Brand Awareness (X3)</i>	0,643	0,049	0,569	13,184	0,000

Uji F (uji simultan)

Model	<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
Regression	522,875	3	174,292	255,321	0,000
Residual	99,665	146	0,683		
Total	622,540	149			

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjust R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,916	0,840	0,837	0,82622

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian



**PENGARUH
INFLUENCER
MARKETING, E-
WOM, DAN BRAND
AWARENESS
TERHADAP
KEPUTUSAN
PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC
DI YEPPA
COSMETIC**

Terima kasih telah mengisi kuesioner ini

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir



**PENGARUH
INFLUENCER
MARKETING, E-
WOM, DAN BRAND
AWARENESS
TERHADAP
KEPUTUSAN
PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC
DI YEPPA COSMETIC**

Terima kasih telah mengisi kuesioner ini

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir



