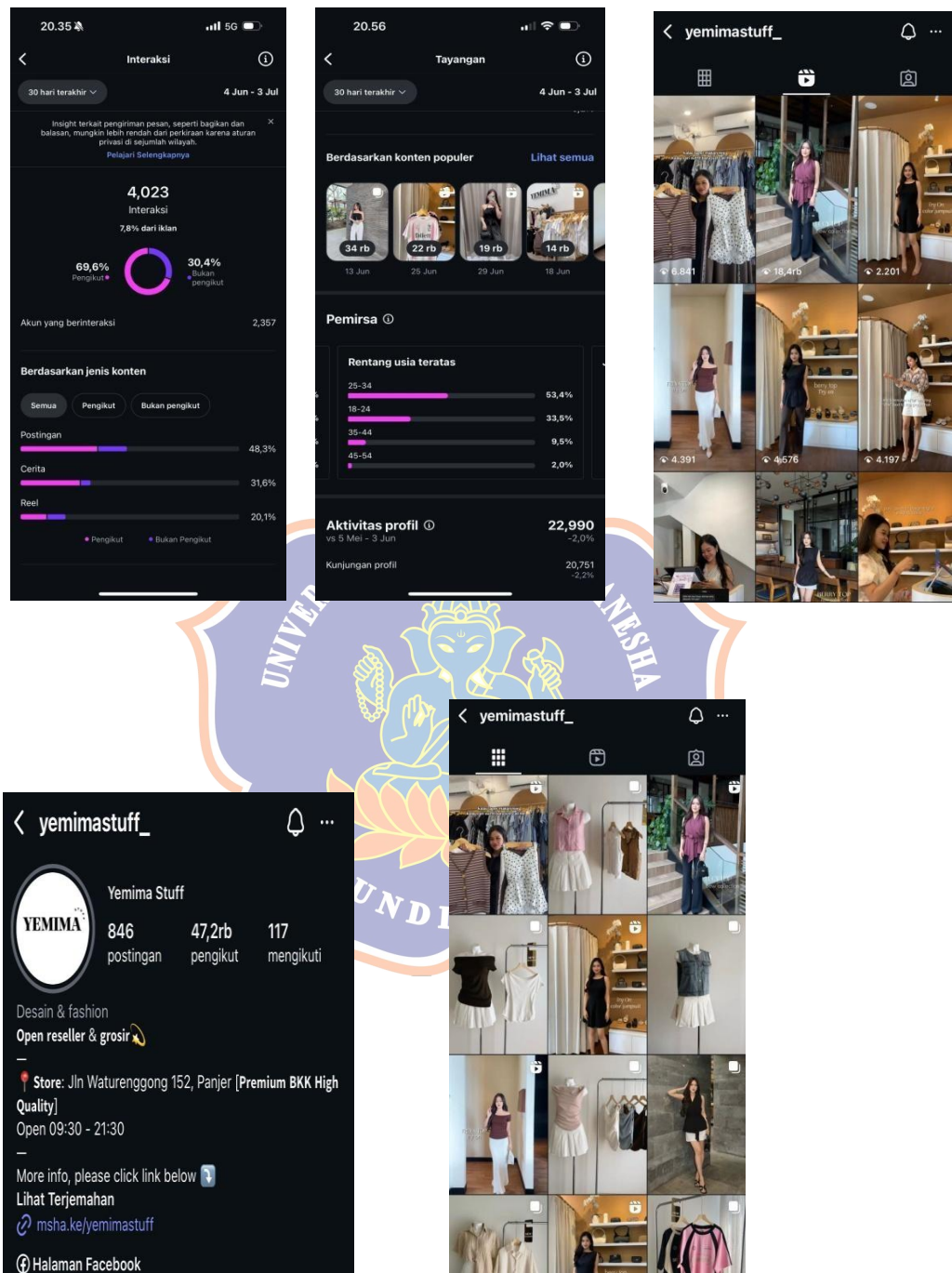


LAMPIRAN



Lampiran 1. Dokumentasi Insight dan Akun Instagram Yemima Stuff



Lampiran 2. Observasi Awal Variabel Niat Beli

No.	Niat Beli						Kategori
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total	Mean	
1	3	3	2	3	11	2,75	Sedang
2	2	3	2	3	10	2,50	Rendah
3	3	3	2	3	11	2,75	Sedang
4	3	3	2	3	11	2,75	Sedang
5	4	4	4	4	16	4,00	Tinggi
6	2	4	3	2	11	2,75	Sedang
7	4	4	3	4	15	3,75	Tinggi
8	3	3	2	3	11	2,75	Sedang
9	5	5	5	5	20	5,00	Sangat Tinggi
10	3	3	2	3	11	2,75	Sedang
	Total				127	3,18	Sedang

Lampiran 3. Observasi Awal Variabel Social Media Marketing

No.	Social Media Marketing							Kategori
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	Mean	
1	4	4	5	1	4	18	3,60	Tinggi
2	5	5	4	4	3	21	4,20	Tinggi
3	4	5	4	4	4	21	4,20	Tinggi
4	4	5	4	4	4	21	4,20	Tinggi
5	4	3	4	4	4	19	3,80	Tinggi
6	5	4	4	4	4	21	4,20	Tinggi
7	4	4	4	4	3	19	3,80	Tinggi
8	4	5	4	3	3	19	3,80	Tinggi
9	5	5	5	5	5	25	5,00	Sangat Tinggi
10	4	5	3	4	3	19	3,80	Tinggi
	Total					203	4,06	Tinggi

Lampiran 4. Observasi Awal Variabel Persepsi Kualitas Produk

No.	Persepsi Kualitas Produk					Kategori
	X1.1	X1.2	X1.3	Total	Mean	
1	4	3	2	9	3,00	Sedang
2	3	3	2	8	2,67	Sedang
3	4	2	2	8	2,67	Sedang
4	4	3	2	9	3,00	Sedang
5	4	4	4	12	4,00	Tinggi
6	4	4	3	11	3,67	Tinggi
7	3	4	4	11	3,67	Tinggi
8	3	3	2	8	2,67	Sedang
9	5	5	5	15	5,00	Sangat Tinggi
10	3	3	2	8	2,67	Sedang
	Total			99	3,30	Sedang



Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

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 Ida Ayu Satya Pradnya Putri bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Produk *Fashion* Pada Gen Z di Yemima *Stuff*.”

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.

Singaraja, 20 Januari 2026

Peneliti

Ida Ayu Satya Pradnya Putri

Contact Person: 089652922046

Apakah anda berusia 17-28 tahun?

☐ Iya ☐ Tidak

Jika anda menjawab IYA, silahkan melanjutkan mengisi

Apakah anda pernah mengunjungi Instagram Yemima *Stuff*?

☐ Iya ☐ Tidak

Jika anda menjawab IYA, silahkan melanjutkan mengisi

A. Identitas Responden

Beri tanda centang (✓) pada kotak jawaban

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-Laki
4. Pekerjaan : ☐ Karyawan Swasta
☐ Pekerja Kantoran
☐ Wirausaha
☐ Mahasiswa/Pelajar
☐ Lainnya, Sebutkan:
5. Pendapatan : ☐ < Rp2.500.000
☐ Rp2.500.000 - Rp5.000.000
☐ > Rp5.000.000

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 Pernyataan

Niat Beli

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
Transaksional						
1	Saya berniat untuk membeli produk Yemima <i>Stuff</i> dalam waktu dekat.					
Referensial						
2	Saya bersedia merekomendasikan produk Yemima <i>Stuff</i> kepada orang lain.					
Preferensial						
3	Produk Yemima <i>Stuff</i> menjadi pilihan utama saya dibandingkan merek lain yang sejenis.					
Eksploratif						
4	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Yemima <i>Stuff</i> .					

Social Media Marketing

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
<i>Interactivity</i>						
1	Instagram Yemima <i>Stuff</i> memudahkan saya untuk berinteraksi.					
<i>Word of Mouth</i>						
2.	Pendapat pengguna lain di Instagram mempengaruhi pandangan saya terhadap produk Yemima <i>Stuff</i> .					
<i>Trendiness</i>						
3.	Produk yang dipromosikan melalui Instagram Yemima <i>Stuff</i> terlihat <i>up to date</i> dan sesuai dengan gaya saat ini.					
<i>Customization</i>						
4.	Konten Instagram Yemima <i>Stuff</i> sesuai dengan kebutuhan saya.					
<i>Entertainment</i>						
5.	Saya merasa tampilan konten promosi di Instagram Yemima <i>Stuff</i> terlihat menarik.					

Persepsi Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
Desain dan tampilan visual						
1.	Saya merasa desain produk yang ditampilkan di Instagram Yemima <i>Stuff</i> terlihat menarik.					
Bahan dan kualitas material yang terlihat						
2.	Saya merasa bahan produk yang ditampilkan di Instagram Yemima <i>Stuff</i> terlihat berkualitas baik.					
Persepsi Kualitas Produk Secara Keseluruhan						
3.	Secara keseluruhan, kualitas produk Yemima <i>Stuff</i> terlihat lebih baik dibandingkan produk sejenis dari merek lain.					



Lampiran 6. Tabulasi Data Sampel Kecil

<i>Social Media Marketing</i>						Persepsi Kualitas Produk				Niat Beli				
P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	Total	P1	P2	P3	P4	Total
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	4	4	3	4	18	4	4	3	11	4	3	3	3	13
1	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1	1	1	4
4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	3	3	14
4	5	4	4	4	21	4	5	4	13	4	5	4	5	18
4	4	5	5	5	23	5	4	4	13	4	4	4	4	16
5	4	5	5	4	23	4	4	5	13	5	5	4	4	18
5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	5	5	4	4	18
5	4	5	5	4	23	5	5	4	14	4	4	4	5	17
5	5	4	4	5	23	4	5	4	13	5	5	4	4	18
4	5	4	4	4	21	4	4	5	13	5	4	3	4	16
5	4	5	4	5	23	4	5	4	13	5	4	5	4	18
4	5	4	5	4	22	5	4	5	14	4	5	4	5	18
5	4	4	5	5	23	4	5	4	13	4	5	4	4	17
4	5	4	4	4	21	4	4	4	12	4	3	4	4	15
2	2	2	3	3	12	2	2	3	7	3	2	5	3	13
5	5	4	3	4	21	4	4	4	12	4	4	3	4	15
4	5	4	4	4	21	4	4	3	11	4	5	4	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	5	4	4	21	4	4	3	11	4	4	3	4	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	3	4	15
4	5	4	5	4	22	5	4	5	14	4	5	4	4	17
4	5	4	5	4	22	5	5	4	14	5	4	4	5	18
4	5	4	5	4	22	5	4	5	14	4	5	5	4	18
3	5	2	2	2	14	2	2	3	7	3	2	4	2	11
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20

Lampiran 7. Sampel Besar

Social Media Marketing						Persepsi Kualitas Produk				Niat Beli				
P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	Total	P1	P2	P3	P4	Total
3	2	2	2	3	12	2	2	3	7	3	2	2	2	9
3	3	2	3	3	14	2	2	2	6	3	3	2	3	11
4	2	3	2	2	13	3	4	4	11	3	2	1	1	7
2	2	1	2	1	8	3	2	2	7	3	3	3	2	11
3	2	2	2	3	12	3	2	1	6	4	2	3	1	10
4	5	5	5	5	24	5	5	5	15	3	4	4	4	15
2	2	2	1	1	8	3	3	3	9	3	3	2	3	11
4	2	3	2	2	13	4	4	3	11	2	3	2	2	9
3	2	2	2	3	12	3	3	2	8	4	4	3	4	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	4	24	5	3	3	11	3	4	3	4	14
3	5	4	4	4	20	5	4	4	13	4	4	5	5	18
5	5	5	5	4	24	5	5	4	14	2	2	3	3	10
5	5	4	4	3	21	4	3	3	10	5	4	4	3	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	5	5	5	23	5	5	5	15	2	3	3	3	11
3	3	3	2	2	13	4	3	3	10	2	2	1	1	6
3	3	2	3	3	14	4	3	2	9	2	3	3	2	10
3	3	2	2	2	12	3	3	3	9	4	4	3	4	15
3	2	1	1	3	10	3	3	2	8	2	2	1	1	6
4	5	5	5	3	22	3	3	2	8	3	3	3	2	11
3	5	4	4	4	20	5	4	4	13	2	3	3	3	11
5	4	4	3	3	19	3	2	4	9	2	2	2	2	8
4	3	3	3	3	16	5	5	5	15	4	5	5	5	19
4	5	5	5	4	23	4	5	5	14	4	4	4	3	15
4	3	3	3	2	15	3	4	4	11	3	3	3	3	12
3	5	4	4	4	20	4	4	4	12	3	3	4	4	14
5	3	3	5	4	20	4	5	5	14	4	5	5	5	19
4	5	5	4	5	23	5	5	5	15	4	4	4	5	17
4	4	4	4	3	19	5	5	5	15	5	4	4	4	17
4	4	4	4	4	20	5	4	3	12	4	4	4	4	16
5	4	5	5	5	24	5	4	5	14	5	4	5	5	19
5	5	4	5	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	3	3	3	2	14	2	3	2	7	2	3	3	2	10
5	4	4	4	4	21	3	3	2	8	3	4	3	4	14
5	5	5	3	3	21	5	4	3	12	4	4	4	4	16

Social Media Marketing						Persepsi Kualitas Produk				Niat Beli				
P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	Total	P1	P2	P3	P4	Total
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	4	3	3	18	5	3	4	12	5	4	4	4	17
3	3	3	3	3	15	5	4	4	13	4	3	3	4	14
2	3	3	3	2	13	2	3	3	8	2	2	2	2	8
2	3	3	3	3	14	3	2	2	7	2	3	2	3	10
1	2	2	2	2	9	3	3	2	8	4	4	4	3	15
5	4	4	4	3	20	4	4	4	12	5	4	4	5	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	4	5	5	14	5	5	5	5	20
1	2	2	2	2	9	3	2	1	6	3	4	3	3	13
5	5	4	4	3	21	5	5	5	15	5	4	5	5	19
2	3	4	3	3	15	5	4	3	12	5	5	5	5	20
4	3	3	2	3	15	4	3	3	10	4	4	4	3	15
3	3	4	4	4	18	3	3	3	9	3	3	4	3	13
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	3	4	3	4	14
3	4	4	4	4	19	2	2	3	7	4	5	5	5	19
1	3	2	2	2	10	3	3	3	9	3	1	1	2	7
1	2	2	2	1	8	2	1	1	4	2	2	2	1	7
5	4	4	4	4	21	5	4	5	14	5	5	5	5	20
2	4	3	3	3	15	4	3	2	9	1	2	2	2	7
4	5	5	4	4	22	5	5	5	15	4	4	4	4	16
1	2	2	2	2	9	2	2	2	6	2	4	3	3	12
4	4	4	3	3	18	4	4	3	11	3	4	3	4	14
2	2	2	1	1	8	2	2	2	6	2	2	2	2	8
5	5	5	5	5	25	4	5	5	14	5	4	5	5	19
2	2	2	2	2	10	3	2	3	8	2	2	2	1	7
1	2	2	1	1	7	4	3	2	9	3	4	3	3	13
3	3	2	2	3	13	3	3	3	9	3	2	2	2	9
2	3	3	2	2	12	4	3	4	11	3	3	3	3	12
3	3	4	4	3	17	4	3	3	10	4	4	3	3	14
4	5	5	5	4	23	4	3	4	11	4	5	4	3	16
2	3	2	3	2	12	2	2	2	6	3	3	2	2	10
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	14	3	4	3	10	2	3	2	2	9
4	4	4	4	5	21	5	4	4	13	4	5	5	5	19
3	4	4	4	4	19	5	4	3	12	4	4	4	4	16
3	5	5	4	3	20	4	3	3	10	4	5	5	4	18
3	5	4	4	4	20	4	4	5	13	4	4	4	4	16
5	4	5	5	4	23	4	5	4	13	4	4	4	5	17

Social Media Marketing						Persepsi Kualitas Produk				Niat Beli				
P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	Total	P1	P2	P3	P4	Total
4	4	4	4	5	21	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	4	5	5	4	23	5	4	3	12	5	4	5	4	18
4	5	5	5	3	22	4	4	5	13	3	5	5	5	18
1	2	2	1	2	8	4	4	4	12	3	4	3	3	13
3	4	3	3	3	16	3	2	2	7	3	3	3	3	12
1	2	2	1	1	7	4	3	2	9	1	2	2	1	6
4	5	5	4	4	22	5	5	5	15	5	4	5	5	19
4	5	4	3	3	19	4	3	4	11	2	3	3	3	11
1	2	1	2	2	8	3	3	3	9	1	2	2	2	7
3	4	5	4	3	19	3	4	4	11	3	3	2	2	10
2	2	2	1	1	8	3	2	1	6	2	2	2	2	8
1	2	2	2	2	9	2	3	2	7	5	4	5	5	19
2	3	3	3	2	13	3	3	2	8	3	3	3	2	11
3	3	3	3	3	15	3	2	2	7	3	3	3	3	12
3	4	4	4	3	18	4	3	3	10	4	4	4	4	16
4	5	4	3	3	19	4	4	4	12	4	5	4	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	5	5	18
4	4	4	3	3	18	4	3	4	11	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	5	4	3	12	4	4	4	4	16
3	4	3	4	3	17	4	3	4	11	3	4	5	4	16
4	4	4	3	5	20	5	4	3	12	5	4	4	3	16
4	5	4	3	3	19	4	4	3	11	3	3	4	4	14
4	4	4	4	5	21	5	4	3	12	4	5	4	4	17
2	3	3	3	2	13	3	3	2	8	3	4	4	4	15
3	5	5	4	3	20	3	2	2	7	2	3	2	2	9
5	4	5	5	4	23	2	2	2	6	3	4	3	3	13
3	4	4	4	3	18	5	5	5	15	5	5	5	4	19
1	2	2	1	1	7	1	1	1	3	2	2	1	1	6
5	5	5	5	5	25	3	4	3	10	4	3	3	3	13
5	3	4	4	4	20	4	5	5	14	4	4	4	4	16
2	2	3	3	3	13	2	2	2	6	4	5	4	3	16
2	2	2	3	3	12	2	1	1	4	3	4	3	4	14
2	3	3	4	3	15	4	2	3	9	4	2	2	2	10
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	3	3	4	14
5	5	5	5	5	25	5	4	5	14	5	4	5	5	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
2	2	2	2	2	10	2	2	2	6	2	2	2	2	8
3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	12

<i>Social Media Marketing</i>						Persepsi Kualitas Produk				Niat Beli				
P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	Total	P1	P2	P3	P4	Total
3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	3	4	3	5	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	22	5	4	5	14	4	4	4	4	16

Lampiran 8. Hasil Output Perhitungan SPSS for Windows Versi 25.0 Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas *Social Media Marketing* Sampel Kecil

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL_X1
P1	Pearson Correlation	1	.672**	.851**	.743**	.841**	.925**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.672**	1	.577**	.572**	.584**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.851**	.577**	1	.820**	.881**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.743**	.572**	.820**	1	.811**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.841**	.584**	.881**	.811**	1	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.925**	.766**	.931**	.891**	.926**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Hasil Uji Reliabilitas *Social Media Marketing* Sampel Kecil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	5

Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas Produk Sampel Kecil

Correlations

		P1	P2	P3	TOTAL_X2
P1	Pearson Correlation	1	,839**	,780**	,954**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,839**	1	,672**	,916**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,780**	,672**	1	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,954**	,916**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas Produk Sampel Kecil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	3

Hasil Uji Validitas Niat Beli Produk Sampel Kecil

Correlations

		P1	P2	P3	P4	TOTAL_Y
P1	Pearson Correlation	1	,767**	,587**	,773**	,895**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,767**	1	,506**	,801**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000		,004	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,587**	,506**	1	,611**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,773**	,801**	,611**	1	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,895**	,896**	,767**	,918**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

Hasil Uji Reliabilitas Niat Beli Sampel Kecil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,890	4

Uji Validitas Social Media Marketing Sampel Besar

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,734**	,773**	,753**	,757**	,883**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	,734**	1	,886**	,823**	,743**	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	,773**	,886**	1	,876**	,775**	,941**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	,753**	,823**	,876**	1	,845**	,939**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.5	Pearson Correlation	,757**	,743**	,775**	,845**	1	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,883**	,912**	,941**	,939**	,900**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120

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

Uji Reliabilitas Social Media Marketing Sampel Besar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,950	5

Uji Validitas Persepsi Kualitas Produk Sampel Besar

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,779**	,713**	,892**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	,779**	1	,846**	,947**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	,713**	,846**	1	,931**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,892**	,947**	,931**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120

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

Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas Produk Sampel Besar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	3

Uji Validitas Niat Beli Sampel Besar

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,726**	,789**	,741**	,881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Y2	Pearson Correlation	,726**	1	,853**	,825**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Y3	Pearson Correlation	,789**	,853**	1	,870**	,953**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Y4	Pearson Correlation	,741**	,825**	,870**	1	,936**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,881**	,918**	,953**	,936**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120

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

Uji Reliabilitas Niat Beli Sampel Besar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,940	4

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,89747850
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,058
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,175 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

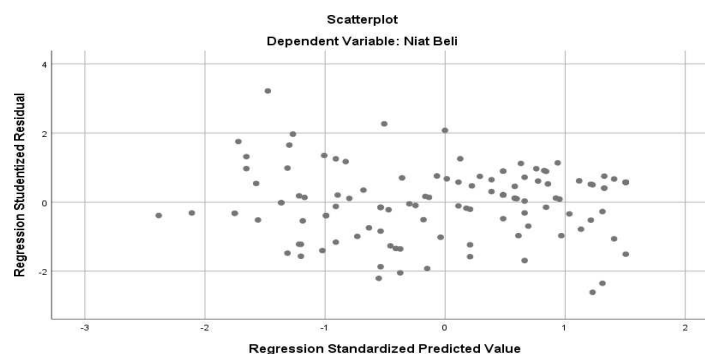
2. Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,589	1,004		3,575	,001		
	Social Media Marketing	,280	,074	,369	3,766	,000	,447	2,240
	Persepsi Kualitas Produk	,517	,131	,388	3,958	,000	,447	2,240

a. Dependent Variable: Niat Beli

3. Uji Heterokedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,000	,626		4,789	,000
	Social Media Marketing	-,076	,046	-,223	-1,633	,105
	Persepsi Kualitas Produk	,052	,081	,087	,637	,525

a. Dependent Variable: ABS

Hasil Uji Regresi Linier Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,589	1,004		3,575	,001		
	Social Media Marketing	,280	,074	,369	3,766	,000	,447	2,240
	Persepsi Kualitas Produk	,517	,131	,388	3,958	,000	,447	2,240

a. Dependent Variable: Niat Beli

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	994,950	2	497,475	58,260	,000 ^b
	Residual	999,050	117	8,539		
	Total	1994,000	119			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas Produk, Social Media Marketing

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,706 ^a	,499	,490	2,92214

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas Produk, Social Media Marketing

b. Dependent Variable: Niat Beli

Lampiran 9. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner



Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Ida Ayu Satya Pradnya Putri lahir di Denpasar pada tanggal 17 Agustus 2004. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Ida Bagus Putu Sutarjana dan Ida Ayu Hermawati. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Desa Sanur Kaja, Kota Denpasar, Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan Dasar di SD Negeri 6 Sanur dan lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 9 Denpasar dan lulus 2019, penulis lulus dari SMA Negeri 6 Denpasar jurusan IPA pada tahun 2022, kemudian melanjutkan ke program Studi S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha. Pada semester akhir tahun ini telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Niat Beli Produk *Fashion* pada Gen Z di Yemima Stuff”.