

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

SURAT PENGANTAR KUESONER

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya mohon kesediaan untuk menjawab pertanyaan pada lembar kuesioner mengenai “*PENGARUH LIVE STRAMING, CELEBRITY ENDORSER DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FASHION DI MARKETPLACE*”

pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai bahan penelitian. Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya, Peneliti

Imatul Komariyah

Nama

Jensi kelamin

- Laki- laki
- Perempuan

Usia

- 17-20
- 21- 25
- 26 keatas

Apakah anda mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

- Ya
- Tidak

Apakah anda pernah menonton fitur berbelanja *live streaming* di *marketplace*

- Ya
- Tidak

Berapa lama anda untuk melihat *live streaming marketplace*

- 15 -30 menit
- 30 menit – 1 jam
- > 1 jam

Apakah anda pernah berbelanja fashion di fitur *live streaming marketplace*

- Ya
- Tidak

Marketplace apa yang sering anda gunakan?

- Shopee
- Tokopedia
- Blibli
- Bukalapak
- Zalora

Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner atau daftar pernyataan ini sebagai media penelitian dalam rangka menyelesaikan studi S1.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Jawaban untuk setiap item pernyataan di bawah ini dengan menggunakan tanda checklist (✓) pada jawaban yang anda pilih. Isilah jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Di bawah ini adalah penjelasan pilihan jawaban yang disediakan.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju / Berbobot (5)

S : Setuju / Berbobot (4)

N : Netral / Berbobot (3)

TS : Tidak Setuju / Berbobot (2)

STS : Sangat Tidak Setuju / Berbobot (1)

Live Streaming (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Streamer credibility (Kredibilitas streamer)</i>						
1	Fitur <i>live streaming</i> di <i>marketplace</i> dapat membantu saya untuk melihat produk secara real					
2	Fitur <i>Live Streaming</i> di <i>marketplace</i> memberikan rasa interaksi komunikasi yang nyata untuk konsumen dalam berbelanja					
3	Pesan yang disampaikan oleh host dalam fitur <i>live streaming</i> mampu mempengaruhi keputusan saya dalam berbelanja <i>fashion</i> di <i>marketplace</i>					
4	Fitur <i>live streaming marketplace</i> mampu mempengaruhi keputusan saya dalam					

	membeli produk <i>fashion</i> karena percaya dengan apa yang disampaikan oleh hostnya					
<i>Media richness</i> (kekayaan media)						
5	Kemudahan penggunaan Fitur <i>live streaming</i> di <i>marketplace</i> mempengaruhi saya dalam keputusan pembelian <i>fashion</i>					
6	Deskripsi produk tersedia detail baik secara ukuran, bahan, dan harga mampu mempengaruhi keputusan saya dalam membeli produk <i>fashion</i> di <i>live streaming marketplace</i>					
<i>Interactivity</i>						
7	Fitur <i>live streaming</i> memberikan rasa interaksi komunikasi yang real untuk konsumen dalam berbelanja <i>fashion</i> di <i>marketplace</i>					
8	Interaksi pada fitur <i>live streaming</i> memudahkan pembeli untuk proses negosiasi dalam pembelian produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i>					

Celebrity Endorser (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Trustworthiness</i> (Dapat Dipercaya)						
1	Kepopuleran seorang selebriti mempengaruhi saya dalam memilih merek produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i>					

2	Ketika melihat <i>celebrity</i> yang saya idolakan mempromosikan produk fashion di <i>marketplace</i> saya tergiur untuk membelinya ?					
3	Saya yakin dengan kualitas produk ketika <i>celebrity</i> yang mengiklankannya					
<i>Expertise</i> (Keahlian)						
4	Saya membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> karena <i>celebrity</i> tersebut memiliki wawasan yang luas mengenai produk <i>fashion</i>					
5	Saya membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> karena keterampilan <i>celebrity</i> dalam menyampaikan produk <i>fashion</i> mudah dipahami					
<i>Attractiveness</i> (Daya Tarik Fisik)						
6	Saya membeli produk fashion di <i>marketplace</i> karena <i>celebrity</i> tersebut memiliki penampilan menarik (<i>good looking</i>)					
7	Saya membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> karena <i>celebrity</i> tersebut berkharisma					
<i>Respect</i> (Kualitas Dihargai)						
8	Saya membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> karena <i>celebrity</i> tersebut berprestasi					
9	Saya membeli produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> karena <i>celebrity</i> tersebut seorang model					
<i>Similarity</i> (Kesamaan dengan Audience yang Dituju)						
10	Ketika melihat produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> , saya berbelanja karena iklan					

	<i>celebrity</i> tersebut memiliki kesamaan dari segi warna kulit					
11	Ketika melihat produk <i>fashion</i> di <i>marketplace</i> , saya berbelanja karena iklan <i>celebrity</i> tersebut berasal dari daerah yang sama dengan sama					

Customer Trust (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Kehandalan						
1	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> ketika saya percaya penyedia <i>marketplace</i> bertanggung jawab terhadap customernya					
2	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> ketika penyedia <i>marketplace</i> memberikan yang terbaik untuk memuaskan para customernya					
Kejujuran						
3	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> ketika saya percaya penyedia <i>marketplace</i> jujur dan memberikan yang terbaik bagi para customernya					
4	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> tanpa ketika saya percaya penyedia <i>marketplace</i> mampu menyediakan kualitas yang terbaik terhadap para customernya					
Kepedulian						
5	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> tanpa ketika saya percaya penyedia <i>marketplace</i> mampu melayani konsumen dengan baik					

6	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> tanpa ketika saya percaya penyedia <i>marketplace</i> mampu merespon keluhan-keluhan konsumen dengan baik					
Kredibilitas						
7	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> ketika saya percaya penyedia <i>marketplace</i> akan memiliki reputasi yang baik					
8	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> ketika saya percaya penyedia <i>marketplace</i> dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggannya					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pilihan Produk						
1	Saya merasa bahwa <i>marketplace</i> menyediakan beragam produk <i>fashion</i> yang memenuhi kebutuhan saya.					
2	Saya merasa bahwa <i>marketplace</i> menyediakan beragam produk yang memenuhi keinginan saya.					
Pilihan Merek						
3	Saya merasa bahwa <i>marketplace</i> menawarkan merek-merek yang saya percayai					
4	Saya merasa bahwa <i>marketplace</i> menawarkan merek-merek yang saya sukai					
Pilihan Penyalur						

5	<i>Marketplace</i> memiliki beragam penyalur atau toko yang menyediakan produk yang saya cari.							
Waktu Pembelian								
6	<i>Marketplace</i> menyediakan informasi yang jelas tentang waktu pengiriman produk							
Jumlah Pembelian								
7	Saya dapat membeli produk <i>fashion</i> dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya di <i>marketplace</i>							
Metode Pembayaran								
8	Saya merasa senang dengan berbagai ragam metode pembayaran yang ditawarkan oleh <i>marketplace</i> .							

Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden

Jawaban responden Live Streaming (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
1	5	4	3	5	3	4	4	5
2	3	5	4	5	5	3	5	4
3	4	4	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	3	4	4	4	4
5	5	4	3	4	4	5	4	4
6	3	5	5	4	4	4	4	5
7	3	5	2	3	5	4	5	4
8	4	4	5	3	4	4	5	3
9	4	4	4	4	5	5	5	5
10	5	5	5	4	5	5	4	5
11	5	5	4	4	5	5	5	4
12	4	4	5	5	4	5	4	4

13	4	4	5	5	5	4	5	5
14	5	5	4	4	3	5	2	2
15	3	4	4	5	3	5	4	5
16	4	5	5	5	5	4	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	5	5	5	5	4	4	5
19	4	5	4	5	5	5	5	5
20	4	4	4	3	5	4	5	5
21	4	3	5	5	5	4	5	3
22	4	5	4	5	4	4	5	4
23	3	5	5	4	2	5	3	4
24	4	4	4	4	5	4	4	5
25	5	5	4	5	4	4	4	5
26	3	3	3	4	3	5	4	5
27	2	4	2	5	4	5	3	4
28	5	5	4	3	5	4	4	5
29	3	3	4	5	3	3	5	5
30	5	4	5	5	4	5	5	5
31	3	5	4	5	5	5	5	4
32	4	3	5	4	3	3	4	4
33	5	4	2	5	4	3	3	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	3	4	5	4	3	4
36	4	4	4	4	5	5	5	5
37	4	5	4	5	4	5	5	4
38	5	5	5	4	4	4	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	3
40	5	5	5	5	5	4	4	4
41	4	5	2	4	3	5	5	3
42	5	4	5	5	3	4	5	4
43	4	5	4	4	5	3	5	4
44	4	5	4	3	5	5	5	4
45	5	4	5	4	4	5	3	5

46	4	4	4	4	4	4	5	4
47	4	5	4	3	5	5	4	4
48	5	5	5	5	5	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	5
50	5	4	4	5	3	4	4	5
51	5	5	5	4	4	5	3	5
52	5	4	5	3	5	4	5	5
53	5	4	5	5	4	3	5	4
54	3	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	5	4	4
56	5	4	5	5	5	4	5	4
57	5	4	5	5	4	3	5	5
58	4	4	4	4	4	4	5	4
59	5	5	5	5	4	4	4	4
60	5	4	5	5	4	5	3	5
61	5	4	5	5	4	4	4	5
62	5	4	5	4	5	5	5	5
63	3	3	3	4	4	4	4	4
64	4	5	5	4	5	4	5	2
65	5	4	5	3	5	5	4	4
66	4	4	5	5	5	5	5	4
67	4	4	5	3	4	3	4	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	4	5	5	4	5	3	4
70	5	4	5	4	5	3	4	4
71	5	5	5	5	5	5	5	4
72	5	4	5	4	5	4	3	5
73	5	3	5	5	4	5	5	5
74	5	4	4	4	5	4	4	4
75	4	4	4	5	4	4	4	4
76	5	4	5	2	5	3	5	3
77	4	5	5	4	4	5	4	3
78	5	5	5	5	5	5	4	5

79	4	3	5	4	5	4	2	5
80	4	5	3	5	4	4	5	3
81	5	3	5	4	4	3	5	3
82	5	3	4	3	5	4	5	3
83	5	3	5	4	5	4	5	4
84	4	5	4	4	4	4	4	4
85	4	4	5	3	5	4	5	3
86	4	4	5	3	5	4	4	5
87	4	3	5	3	5	4	5	4
88	5	5	5	4	5	5	4	5
89	4	4	4	4	4	4	4	5
90	3	5	3	4	5	4	5	3
91	4	4	4	5	4	5	4	4
92	4	4	3	4	5	4	4	5
93	5	4	5	4	5	3	5	4
94	4	4	4	4	5	5	4	5
95	5	4	5	4	4	5	4	3
96	4	5	5	4	5	4	4	5
97	3	4	3	5	5	3	4	5
98	4	4	5	5	4	5	3	5
99	4	5	5	4	4	4	5	4
100	4	5	4	4	5	4	4	5
101	4	4	3	3	5	5	4	5

Jawaban responden *celebrity endorser*

Celebrity Endorser X2										
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	5	3	4	3	3	5	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
3	5	5	4	5	3	3	4	3	5	4

4	2	5	4	5	5	5	3	5	4	4
3	3	3	3	4	4	5	4	5	2	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5
4	3	5	4	5	5	3	3	4	3	5
3	4	5	3	5	4	3	3	4	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4
5	3	5	4	4	3	5	4	5	3	5
3	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	3
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5
3	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5
5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4
3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	2	5	2	4	4	5	5	4	3
5	4	3	5	4	4	3	3	3	5	5
3	4	5	4	5	3	5	5	3	4	4
4	3	5	4	3	5	4	4	3	4	3
3	3	5	3	4	3	3	3	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	3	3	3	5	4
4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4
3	3	4	3	5	5	5	5	4	5	4
4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4
5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	3

4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	3
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5
5	3	5	4	5	5	4	4	5	3	4
4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	3
5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4
5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	4
5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
4	5	3	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
3	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	5	3	3	5	4	5	5	5
3	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
3	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	2	5	4	5	4	2	3
4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	3
4	4	5	5	3	5	4	4	3	5	3
5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	3	5	5	4	4	4	2	5	3
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5
4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	5
5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5

3	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4
4	4	5	3	5	4	5	5	3	5	4
3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3
3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3
4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4
5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	3
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4
3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5
4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	5
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	3
5	4	5	5	3	5	5	5	3	5	3
3	4	3	5	3	4	5	4	4	3	5
3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4
3	5	3	3	4	4	4	4	3	5	3
4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	4
5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4
3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5
4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	3
3	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
3	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4

Jawaban responden customer trust (X3)

Customer Trust X3								TOTAL
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	4	3	3	4	3	2	5	28
4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	4	4	4	3	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	5	4	5	5	5	36
3	3	3	3	3	4	4	5	28
4	4	4	4	4	4	1	5	30
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	5	5	4	1	4	5	32
5	5	5	5	4	3	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	3	3	3	3	3	27
4	4	4	5	5	4	4	4	34
5	5	4	5	4	4	4	4	35
5	5	4	5	4	4	5	4	36
5	5	5	5	4	5	5	3	37
4	5	4	3	4	3	3	3	29
5	5	5	5	5	5	5	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	3	4	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	5	33
3	3	4	3	3	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	5	4	4	5	35
5	4	4	3	3	4	3	4	30
2	3	2	5	5	5	4	5	31
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	5	5	38
3	4	4	5	3	4	4	5	32

4	4	4	5	4	4	4	5	34
4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	3	4	5	5	5	5	36
4	4	4	5	5	4	5	4	35
5	5	4	3	3	4	5	4	33
5	4	3	4	4	4	5	5	34
3	3	4	5	4	5	4	5	33
4	4	4	4	5	4	5	5	35
4	5	5	5	3	5	5	4	36
5	4	4	5	3	5	5	5	36
4	5	3	3	4	3	4	5	31
5	4	3	3	4	5	4	5	33
5	5	5	5	5	4	4	4	37
4	5	3	3	3	3	4	5	30
5	4	5	4	4	4	4	4	34
2	4	3	3	2	5	1	5	25
3	3	4	4	5	4	5	4	32
4	5	5	5	3	3	2	4	31
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	2	2	2	3	4	4	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	3	3	5	30
4	4	4	3	3	3	3	3	27
5	4	4	4	5	5	5	4	36
5	5	5	4	4	3	4	5	35
3	3	4	3	4	3	1	5	26
5	4	3	3	4	4	4	5	32
5	5	5	4	4	5	5	4	37
5	4	4	4	5	3	3	5	33
3	3	3	4	4	3	3	3	26
4	4	3	4	4	3	3	4	29

4	5	3	3	4	4	4	4	31
5	5	5	4	5	5	4	3	36
5	4	4	5	5	4	4	4	35
4	4	4	3	4	5	5	5	34
5	5	4	4	4	4	3	5	34
5	5	4	4	4	4	3	5	34
4	4	4	3	5	4	5	3	32
4	5	5	5	3	3	4	5	34
4	4	3	3	3	4	4	5	30
3	3	4	4	4	3	4	4	29
4	4	4	3	3	3	3	4	28
5	5	3	4	3	2	3	4	29
4	5	3	4	4	5	5	5	35
4	5	5	5	3	3	5	5	35
4	5	5	4	5	5	5	5	38
3	4	4	5	4	3	3	3	29
4	4	3	5	3	3	4	3	29
5	5	4	4	3	4	4	4	33
3	3	4	4	3	4	3	4	28
3	4	3	3	3	3	4	5	28
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	4	3	5	5	5	36
4	4	4	3	3	5	5	4	32
4	4	4	3	5	3	4	4	31
4	4	5	5	5	4	5	5	37
4	4	5	5	4	5	5	5	37
5	4	4	4	3	5	5	5	35
3	4	4	5	3	3	4	5	31
3	3	3	3	3	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	4	5	4	4	4	5	4	33
4	4	5	5	3	3	2	4	30
5	4	3	4	5	5	3	5	34

3	4	3	2	3	3	4	4	26
4	4	4	3	5	3	3	5	31
5	4	4	4	4	4	3	5	33
5	5	3	4	4	3	4	4	32

Jawaban responden Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian Y								TOTAL Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
4	4	4	4	4	4	5	4	33
3	3	4	5	4	3	4	4	30
5	4	4	3	5	5	5	5	36
4	4	5	4	3	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	5	33
3	4	5	5	4	4	5	4	34
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	3	4	4	4	4	4	5	32
4	4	4	4	4	4	4	3	31
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	4	4	5	5	3	5	4	35
5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	5	4	4	4	3	3	4	32
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	4	5	4	4	4	4	5	35
4	3	4	3	4	3	4	5	30
5	4	5	4	4	4	5	4	35
4	3	5	5	3	3	4	4	31

5	5	5	5	5	3	5	4	37
5	4	5	4	4	4	4	5	35
5	4	4	4	4	3	4	4	32
5	5	4	2	2	5	5	4	32
4	5	5	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	4	4	4	5	5	37
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	5	4	4	5	3	4	5	34
4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	4	4	4	4	5	5	35
4	5	4	5	4	5	4	4	35
5	4	5	4	4	4	4	5	35
5	4	3	4	5	4	5	4	34
5	4	4	4	4	4	4	5	34
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	4	3	4	5	5	4	4	34
4	5	4	5	4	3	5	5	35
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	5	4	34
5	4	5	3	4	5	5	4	35
5	4	4	3	4	4	5	4	33
4	5	4	5	4	5	4	3	34
2	3	4	5	5	4	5	3	31
3	3	4	4	4	4	4	5	31
4	4	5	4	4	3	4	5	33
4	4	4	3	5	5	5	5	35
4	2	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	4	3	4	4	31
3	4	4	4	4	3	4	4	30

5	5	3	5	5	4	4	4	35
3	4	4	5	3	5	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	5	4	4	4	3	3	5	33
5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	5	5	4	5	4	3	3	33
4	4	3	3	3	4	3	5	29
4	4	4	4	3	3	3	5	30
4	5	4	4	3	4	4	4	32
5	4	5	5	3	4	4	5	35
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	4	4	4	5	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	4	4	4	34
4	4	3	5	5	4	4	4	33
5	5	4	4	4	3	5	4	34
3	3	4	4	4	4	4	5	31
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	4	33
3	3	4	5	5	5	5	4	34
5	5	4	5	3	4	5	4	35
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	4	4	3	3	4	4	5	31
5	4	4	4	4	4	3	4	32
4	4	4	5	5	4	3	4	33
4	3	3	4	4	4	4	4	30
3	4	3	4	4	4	4	5	31
4	5	5	5	4	4	4	4	35
5	4	4	4	3	5	5	5	35
4	5	5	4	3	3	4	5	33
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	4	5	3	5	5	4	5	36

4	4	4	5	5	5	4	4	35
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	3	4	4	4	4	4	5	32
5	4	4	4	4	4	4	3	32
3	4	4	5	4	5	5	5	35
5	4	4	4	4	3	4	4	32
5	5	4	3	4	4	3	4	32
5	5	4	3	4	4	4	5	34
3	4	4	3	4	3	4	5	30
5	5	5	4	4	3	3	4	33
4	4	3	4	4	5	4	5	33
3	4	4	5	5	3	4	4	32

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	57	56.4	56.4	56.4
	Perempuan	44	43.6	43.6	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

Berdasarkan usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usia 17	1	1.0	1.0	1.0
	usia 18	7	6.9	6.9	7.9
	usia 19	17	16.8	16.8	24.8
	Usia 20	25	24.8	24.8	49.5
	Usia 21	33	32.7	32.7	82.2
	usia 22	16	15.8	15.8	98.0
	Usia 23	1	1.0	1.0	99.0
	Usia 29	1	1.0	1.0	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

Berdasarkan rata-rata waktu melihat fitur live streaming

Rata-rata waktu melihat fitur live streaming

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-30menit	52	51.5	51.5	51.5
	31-1jam	33	32.7	32.7	84.2
	>1jam	16	15.8	15.8	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

Berdasarkan *marketplace* yang sering digunakan

Marketplace_yangseringdigunakan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Shopee	66	65.3	65.3	65.3
	Tokopedia	23	22.8	22.8	88.1
	Bukalapak	1	1.0	1.0	89.1
	Blibli	10	9.9	9.9	99.0
	Zalora	1	1.0	1.0	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

Lampiran 4 uji validitas

Uji validitas live streaming (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Live Streaming X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.007	.452**	.026	.123	.018	-.004	.043	.521**
	Sig. (2-tailed)		.946	.000	.796	.222	.861	.968	.667	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.2	Pearson Correlation	.007	1	-.024	.071	.134	.206*	-.004	-.076	.363**
	Sig. (2-tailed)	.946		.814	.479	.182	.039	.965	.451	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.3	Pearson Correlation	.452**	-.024	1	.034	.136	-.011	.052	.061	.560**
	Sig. (2-tailed)	.000	.814		.734	.175	.912	.603	.543	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.4	Pearson Correlation	.026	.071	.034	1	-.228*	.078	-.058	.151	.337**
	Sig. (2-tailed)	.796	.479	.734		.022	.440	.567	.132	.001
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.5	Pearson Correlation	.123	.134	.136	-.228*	1	-.049	.239*	.076	.432**
	Sig. (2-tailed)	.222	.182	.175	.022		.625	.016	.453	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.6	Pearson Correlation	.018	.206*	-.011	.078	-.049	1	-.177	.096	.328**
	Sig. (2-tailed)	.861	.039	.912	.440	.625		.077	.341	.001
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.7	Pearson Correlation	-.004	-.004	.052	-.058	.239*	-.177	1	-.111	.297**
	Sig. (2-tailed)	.968	.965	.603	.567	.016	.077		.268	.003
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.8	Pearson Correlation	.043	-.076	.061	.151	.076	.096	-.111	1	.399**
	Sig. (2-tailed)	.667	.451	.543	.132	.453	.341	.268		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Live Streaming X1	Pearson Correlation	.521**	.363**	.560**	.337**	.432**	.328**	.297**	.399**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.003	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Uji validitas *celebrity endorser*

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Live Streaming X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.007	.452**	.026	.123	.018	-.004	.043	.521**
	Sig. (2-tailed)		.946	.000	.796	.222	.861	.968	.667	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.2	Pearson Correlation	.007	1	-.024	.071	.134	.206*	-.004	-.076	.363**
	Sig. (2-tailed)	.946		.814	.479	.182	.039	.965	.451	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.3	Pearson Correlation	.452**	-.024	1	.034	.136	-.011	.052	.061	.560**
	Sig. (2-tailed)	.000	.814		.734	.175	.912	.603	.543	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.4	Pearson Correlation	.026	.071	.034	1	-.228*	.078	-.058	.151	.337**
	Sig. (2-tailed)	.796	.479	.734		.022	.440	.567	.132	.001
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.5	Pearson Correlation	.123	.134	.136	-.228*	1	-.049	.239*	.076	.432**
	Sig. (2-tailed)	.222	.182	.175	.022		.625	.016	.453	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.6	Pearson Correlation	.018	.206*	-.011	.078	-.049	1	-.177	.096	.328**
	Sig. (2-tailed)	.861	.039	.912	.440	.625		.077	.341	.001
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.7	Pearson Correlation	-.004	-.004	.052	-.058	.239*	-.177	1	-.111	.297**
	Sig. (2-tailed)	.968	.965	.603	.567	.016	.077		.268	.003
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.8	Pearson Correlation	.043	-.076	.061	.151	.076	.096	-.111	1	.399**
	Sig. (2-tailed)	.667	.451	.543	.132	.453	.341	.268		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Live Streaming X1	Pearson Correlation	.521**	.363**	.560**	.337**	.432**	.328**	.297**	.399**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.003	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Uji validitas *customer trust* (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Customer Trust X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.555**	.279**	.135	.263**	.151	.235*	.003	.555**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.179	.008	.132	.018	.979	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.2	Pearson Correlation	.555**	1	.396**	.286**	.138	.090	.252*	.068	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.167	.370	.011	.499	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.3	Pearson Correlation	.279**	.396**	1	.519**	.239*	.161	.276**	.031	.626**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.016	.107	.005	.759	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.4	Pearson Correlation	.135	.286**	.519**	1	.336**	.183	.294**	.129	.633**
	Sig. (2-tailed)	.179	.004	.000		.001	.067	.003	.198	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.5	Pearson Correlation	.263**	.138	.239*	.336**	1	.277**	.334**	.128	.600**
	Sig. (2-tailed)	.008	.167	.016	.001		.005	.001	.201	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.6	Pearson Correlation	.151	.090	.161	.183	.277**	1	.481**	.150	.569**
	Sig. (2-tailed)	.132	.370	.107	.067	.005		.000	.135	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.7	Pearson Correlation	.235*	.252*	.276**	.294**	.334**	.481**	1	.075	.683**
	Sig. (2-tailed)	.018	.011	.005	.003	.001	.000		.454	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.8	Pearson Correlation	.003	.068	.031	.129	.128	.150	.075	1	.323**
	Sig. (2-tailed)	.979	.499	.759	.198	.201	.135	.454		.001
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Customer Trust X3	Pearson Correlation	.555**	.578**	.626**	.633**	.600**	.569**	.683**	.323**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Uji validitas keputusan pembelian (Y)

		Correlations								Keputusan Pembelian Y
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
Y.1	Pearson Correlation	1	.405**	.163	-.277**	.005	.039	.027	.074	.512**
	Sig. (2-tailed)		.000	.103	.005	.962	.695	.786	.460	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.2	Pearson Correlation	.405**	1	.176	.003	-.030	-.013	-.055	-.015	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000		.078	.980	.765	.897	.583	.881	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.3	Pearson Correlation	.163	.176	1	.083	-.130	-.098	.081	.024	.401**
	Sig. (2-tailed)	.103	.078		.409	.194	.331	.418	.812	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.4	Pearson Correlation	-.277**	.003	.083	1	.224*	-.067	.049	-.285**	.228*
	Sig. (2-tailed)	.005	.980	.409		.024	.508	.630	.004	.022
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.5	Pearson Correlation	.005	-.030	-.130	.224*	1	.112	.050	-.161	.344**
	Sig. (2-tailed)	.962	.765	.194	.024		.265	.623	.108	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.6	Pearson Correlation	.039	-.013	-.098	-.067	.112	1	.232*	-.026	.398**
	Sig. (2-tailed)	.695	.897	.331	.508	.265		.020	.795	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.7	Pearson Correlation	.027	-.055	.081	.049	.050	.232*	1	.073	.456**
	Sig. (2-tailed)	.786	.583	.418	.630	.623	.020		.469	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.8	Pearson Correlation	.074	-.015	.024	-.285**	-.161	-.026	.073	1	.204*
	Sig. (2-tailed)	.460	.881	.812	.004	.108	.795	.469		.041
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Keputusan Pembelian Y	Pearson Correlation	.512**	.504**	.401**	.228*	.344**	.398**	.456**	.204*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.022	.000	.000	.000	.041	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Lampiran 5 uji reabilitas

Uji reabilitas live streaming (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.631	.562	9

Uji reabilitas *celebrity endorser*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.605	.521	12

Uji Reabilitas Customer trust

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.799	9

Uji Reabilitas Keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.605	.508	9

Lampiran 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81304402
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.065
Test Statistic		.066
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.

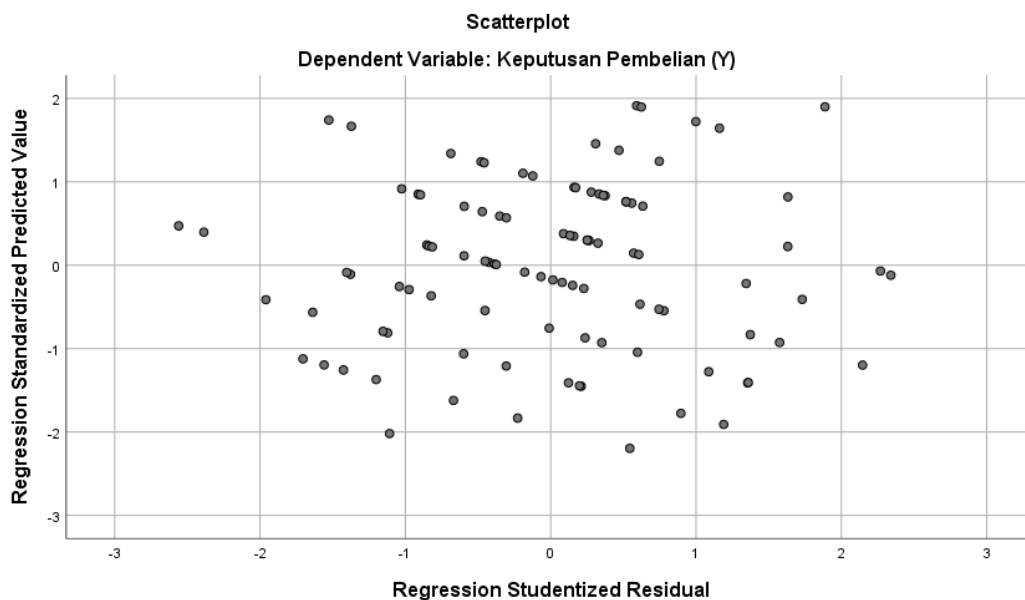
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.234	1.974		9.236	.000		
Live Streaming (X1)	.097	.036	.120	2.703	.008	.975	1.026
Celebrity Endorser (X2)	-.067	.031	-.096	-2.133	.035	.959	1.043
Customer Trust (X3)	.455	.023	.874	19.666	.000	.979	1.021

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 9 Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.234	1.974		9.236	.000
	Live Streaming (X1)	.097	.036	.120	2.703	.008
	Celebrity Endorser (X2)	.067	.031	.096	2.133	.035
	Customer Trust (X3)	.455	.023	.874	19.666	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 10 Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.234	1.974		9.236	.000
	Live Streaming (X1)	.097	.036	.120	2.703	.008
	Celebrity Endorser (X2)	.067	.031	.096	2.133	.035
	Customer Trust (X3)	.455	.023	.874	19.666	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 11 Uji F (simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.569	3	95.523	140.169	.000 ^b
	Residual	66.104	97	.681		
	Total	352.673	100			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Customer Trust (X3), Live Streaming (X1), Celebrity Endorser (X2)

Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	.813	.807	.826

a. Predictors: (Constant), Customer Trust (X3), Live Streaming (X1), Celebrity Endorser (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)