

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SUNSCREEN AZARINE* PADA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Kepada : Seluruh Konsumen Produk *Sunscreen Azarine*

Dengan hormat,

Saya Ricky Joe Purnomo, Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul :

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SUNSCREEN AZARINE* PADA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi tersebut. Jawaban anda akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Kami mohon kesediaan anda untuk menjawab seluruh pernyataan dengan jujur sesuai pengalaman anda dalam menggunakan Produk *Sunscreen Azarine*.

Atas Waktu dan partisipasinya yang diberikan, kami ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

A. IDENTITAS RESPONDEN:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a) Laki-laki b) Perempuan
3. Usia : a) 18-20 Tahun b) 20-25 Tahun
4. Apakah anda pernah membeli Produk Azarine pada aplikasi Tiktok :
a) Ya b) Tidak

Jika pernah membeli Produk Azarine pada aplikasi Tiktok maka silahkan melanjutkan Kuesioner ini.

B. Petunjuk pengisian kuesioner

1. Isilah data anda dengan baik dan benar pada format yang tertera.
2. Bacalah setiap pertanyaan yang diberikan dengan seksama dan kemudian pilihlah salah satu opsi jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan yang sebenarnya .
3. Pastikan anda telah melengkapi identitas dan telah menjawab semua pertanyaan tanpa ada yang terlewatkan.
4. Setelah dipastikan semua identitas dan jawaban telah diisi dengan baik, maka anda bisa langsung submit atau kirim jawaban kuesioner anda.

Berikut adalah 5 keterangan jawaban kuesioner yang diberikan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. TT : Tidak Tahu
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Variabel Content Marketing (X1)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	TT	S	SS
		1	2	3	4	5
Reader Cognition (Kognisi Pembaca) X1.1						
1.	Saya memahami pesan utama yang disampaikan dalam konten <i>Sunscreen</i> Azarine di media sosial.					
2.	Konten yang dibuat oleh Azarine mudah dipahami dan informatif.					
3.	Saya merasa konten Azarine membantu saya mengenal manfaat produk <i>Sunscreen</i> dengan lebih jelas.					
Sharing Motivation (Motivasi Berbagi) X1.2						
1.	Saya merasa termotivasi untuk membagikan konten <i>Sunscreen</i> Azarine ke teman atau keluarga.					
2.	Saya ingin membantu orang lain mengetahui manfaat <i>Sunscreen</i> Azarine melalui ulasan atau komentar.					
3.	Saya ingin merekomendasikan konten Azarine karena memberikan informasi yang bermanfaat.					
Persuasion (Daya Bujuk) X1.3						
1.	Konten <i>Sunscreen</i> Azarine meyakinkan saya bahwa produk ini berkualitas.					
2.	Konten Azarine membuat saya percaya bahwa produk ini cocok untuk jenis kulit saya.					
3.	Pesan yang disampaikan dalam konten Azarine memengaruhi pandangan saya terhadap pentingnya penggunaan <i>Sunscreen</i> .					
Decision Making (Pengambilan Keputusan) X1.4						
1.	Konten <i>Sunscreen</i> Azarine membantu saya memutuskan untuk membeli produknya.					
2.	Saya merasa konten Azarine memberi saya alasan yang kuat untuk mencoba produknya.					
3.	Setelah melihat konten Azarine, saya lebih yakin untuk membeli <i>Sunscreen</i> dibanding sebelumnya.					

Variabel Influencer Marketing (X2)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	TT	S	SS
		1	2	3	4	5
Keahlian (<i>Expertise</i>) X2.1						
1.	Influencer Azarine yang mempromosikan <i>Sunscreen</i> Azarine terlihat paham tentang perawatan kulit.					
2.	Influencer Azarine mampu menjelaskan manfaat produk Azarine dengan jelas dan meyakinkan.					
3.	Influencer Azarine menunjukkan kemampuan untuk memberikan edukasi yang bermanfaat terkait perawatan wajah dan <i>Sunscreen</i> .					
Dapat Dipercaya (<i>Trustworthiness</i>) X2.2						
1.	Saya percaya bahwa influencer memberikan ulasan yang jujur tentang <i>Sunscreen</i> Azarine.					
2.	Saya merasa influencer tersebut tidak hanya sekadar mencari keuntungan pribadi dari promosi Azarine.					
3.	Influencer menampilkan citra yang konsisten antara kepribadian dan pesan yang disampaikan tentang produk Azarine.					
Kredibilitas (<i>Credibility</i>) X2.3						
1.	Saya menganggap influencer tersebut sebagai sumber informasi yang kredibel tentang produk skincare.					
2.	Saya lebih percaya pada Azarine karena dipromosikan oleh influencer yang kredibel.					
3.	Reputasi influencer membuat pesan promosi Azarine terasa lebih meyakinkan.					
Hubungan Parasosial (<i>Parasocial Relationship</i>) X2.4						
1.	Saya merasa seolah mengenal influencer yang mempromosikan <i>Sunscreen</i> Azarine secara pribadi.					
2.	Saya sering mengikuti aktivitas influencer di media sosial karena merasa terhubung dengannya.					
3.	Saya mempercayai rekomendasi produk Azarine karena merasa influencer tersebut mirip dengan saya.					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	TT	S	SS
		1	2	3	4	5
Kesesuaian (<i>Match-Up / Fit</i>) X2.5						
1.	Penampilan influencer mencerminkan nilai-nilai yang diusung oleh Azarine sebagai merek skincare lokal.					
2.	Saya merasa influencer tersebut cocok menjadi representasi atau duta dari <i>Sunscreen</i> Azarine.					
3.	Kesesuaian antara influencer dan merek Azarine membuat promosi terasa alami dan tidak dipaksakan.					

Variabel *Electronic Word of Mouth* (X3)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	TT	S	SS
		1	2	3	4	5
Kualitas <i>Electronic Word of Mouth (Quality of e-WOM) X3.1</i>						
1.	Ulasan atau komentar tentang <i>Sunscreen</i> Azarine di media sosial berisi informasi yang bermanfaat					
2.	Informasi dari pengguna lain tentang produk Azarine membantu saya memahami keunggulan produknya.					
3.	Pesan yang dibagikan oleh pengguna lain tentang Azarine dapat dipercaya dan terasa autentik					
Kuantitas <i>Electronic Word of Mouth (Quantity of e-WOM) X3.2</i>						
1.	Saya sering melihat banyak orang membicarakan <i>Sunscreen</i> Azarine di media sosial.					
2.	Jumlah ulasan atau komentar tentang produk Azarine sangat banyak di berbagai platform online.					
3.	Banyaknya pengguna yang memberikan pendapat positif tentang Azarine menarik perhatian saya terhadap produk ini..					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	TT	S	SS
		1	2	3	4	5
Keahlian Penyampaian Pesan <i>Electronic Word of Mouth (Message Delivery Expertise) X3.3</i>						
1.	Pengguna yang membagikan pengalaman tentang <i>Sunscreen</i> Azarine terlihat memahami produk skincare dengan baik.					
2.	Saya merasa orang yang memberikan review Azarine memiliki pengalaman pribadi yang relevan.					
3.	Cara pengguna menjelaskan manfaat <i>Sunscreen</i> Azarine terdengar meyakinkan dan profesional.					

Variabel Minat Beli (Y)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	TT	S	SS
		1	2	3	4	5
Attention (Perhatian) Y						
1.	Saya memperhatikan iklan atau konten <i>Sunscreen</i> Azarine di media sosial (TikTok, Instagram, dll).					
2.	Iklan dan promosi <i>Sunscreen</i> Azarine mampu menarik perhatian saya dibanding produk <i>Sunscreen</i> lain.					
3.	Saya mengenal merek Azarine karena sering melihatnya di berbagai platform digital.					
Interest (Minat)						
1.	Saya merasa tertarik dengan keunggulan yang ditawarkan <i>Sunscreen</i> Azarine.					
2.	Saya ingin mencari tahu lebih banyak tentang kandungan dan manfaat produk <i>Sunscreen</i> Azarine.					
3.	Saya merasa penasaran untuk mencoba <i>Sunscreen</i> Azarine setelah melihat promosi atau testimoni pengguna.					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	TT	S	SS
		1	2	3	4	5
Desire (Keinginan)						
1.	Saya merasa ingin memiliki produk <i>Sunscreen</i> Azarine.					
2.	Saya percaya bahwa <i>Sunscreen</i> Azarine dapat memenuhi kebutuhan saya dalam melindungi kulit dari sinar matahari.					
3.	Saya memiliki keinginan untuk membeli <i>Sunscreen</i> Azarine dalam waktu dekat.					
Action (Tindakan)						
1.	Saya berencana membeli <i>Sunscreen</i> Azarine setelah melihat konten promosi yang menarik.					
2.	Saya akan mempertimbangkan <i>Sunscreen</i> Azarine sebagai pilihan utama saat membeli <i>Sunscreen</i> .					
3.	Saya bersedia mencoba <i>Sunscreen</i> Azarine berdasarkan ulasan positif dari pengguna lain.					

Lampiran 2 Tabulasi Data

No	Jenis Kelamin	Umur	Pernah Membeli Produk Azarine
1	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
2	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
3	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
4	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
5	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
6	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
7	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
8	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
9	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
10	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
11	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
12	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
13	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
14	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
15	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
16	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
17	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
18	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
19	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
20	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
21	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
22	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
23	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
24	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
25	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
26	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
27	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
28	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
29	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
30	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
31	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
32	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
33	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
34	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya

No	Jenis Kelamin	Umur	Pernah Membeli Produk Azarine
35	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
36	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
37	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
38	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
39	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
40	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
41	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
42	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
43	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
44	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
45	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
46	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
47	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
48	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
49	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
50	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
51	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
52	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
53	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
54	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
55	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
56	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
57	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
58	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
59	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
60	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
61	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
62	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
63	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
64	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
65	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
66	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
67	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
68	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
69	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
70	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya

No	Jenis Kelamin	Umur	Pernah Membeli Produk Azarine
71	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
72	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
73	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
74	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
75	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
76	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
77	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
78	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
79	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
80	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
81	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
82	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
83	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
84	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
85	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
86	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
87	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
88	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
89	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
90	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
91	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
92	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
93	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya
94	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
95	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
96	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
97	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
98	Laki - Laki	21 - 25 Tahun	Ya
99	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
100	Perempuan	21 - 25 Tahun	Ya

Lampiran 3 Tabulasi (X1)

N o	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11	X1. 12	T.X 1
1	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	49
2	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	3	3	46
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	43
4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	48
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	52
7	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	54
8	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	53
9	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	54
10	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
11	3	3	4	4	3	5	3	4	5	3	4	5	46
12	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	54
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
19	5	5	5	3	4	3	4	5	4	5	5	4	52
20	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	42
21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
22	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	56
23	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	52
24	3	4	2	1	4	5	3	2	3	3	3	3	36
25	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	51
26	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	46
27	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	54
28	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	55
29	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	45
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
31	4	4	5	5	2	5	5	3	3	5	5	5	51
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	42
34	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	44
35	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	48
36	4	4	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	46

N o	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11	X1. 12	T.X 1
37	4	4	3	5	5	5	2	4	4	4	5	3	48
38	4	5	4	4	5	3	5	2	4	4	4	4	48
39	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	47
40	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	49
41	4	3	4	3	5	3	4	4	4	5	3	4	46
42	5	3	5	4	4	3	5	4	3	4	3	4	47
43	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	52
44	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	45
45	5	5	3	4	4	5	4	5	3	5	4	4	51
46	4	4	4	2	4	4	4	2	5	5	4	4	46
47	4	3	4	5	3	4	4	5	3	4	3	4	46
48	4	4	5	4	2	4	4	5	2	2	4	4	44
49	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	43
50	4	3	4	3	5	3	4	4	4	2	4	3	43
51	4	3	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	45
52	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	49
53	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	52
54	4	3	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	46
55	1	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	28
56	5	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	50
57	3	4	4	3	2	5	4	3	3	5	3	3	42
58	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	5	46
59	1	1	3	1	2	3	1	2	3	1	3	1	22
60	5	3	5	5	5	3	4	4	4	3	4	3	48
61	5	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	46
62	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	33
63	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	3	3	43
64	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	3	3	46
65	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	49
66	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	52
67	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	51
68	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	53
69	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	55
70	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	52
71	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	53
72	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	54
73	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	3	4	48
74	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	53

N o	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11	X1. 12	T.X 1
75	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	51
76	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	55
77	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	55
78	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	53
79	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	53
80	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	56
81	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	52
82	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	56
83	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	54
84	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	55
85	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	55
86	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	54
87	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	50
88	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	52
89	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	52
90	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	53
91	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	54
92	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	52
93	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	52
94	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	52
95	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	54
96	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	55
97	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	54
98	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	53
99	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	54
100	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	51

Lampiran 4 Tabulasi (X2)

N o	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10	X2 .11	X2 .12	X2 .13	X2 .14	X2 .15	T. X 2
1	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4	5	59
2	4	3	5	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	62
3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	4	4	60
4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
6	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	62
7	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	63
8	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	67
9	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	68
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
11	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	3	5	3	51
12	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	67
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
15	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	45
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	70
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
19	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	66
20	4	4	3	4	4	4	3	3	2	1	1	1	2	1	1	38
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
22	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	69
23	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	66
24	4	3	2	5	4	3	5	1	3	2	4	5	4	3	4	52
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	58
28	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	4	5	4	3	64
29	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	1	1	3	3	3	46
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
33	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	50
34	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	55
35	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	59

No	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10	X2 .11	X2 .12	X2 .13	X2 .14	X2 .15	T. X 2
36	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	5	5	57
37	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	62
38	4	3	5	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	57
39	5	3	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	62
40	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	53
41	5	3	4	4	3	4	2	3	3	5	4	4	3	4	4	55
42	3	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	60
43	3	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	62
44	4	4	4	4	2	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	58
45	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	60
46	4	5	3	4	4	4	5	3	3	3	5	3	5	4	4	59
47	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	59
48	4	4	2	4	3	4	5	1	4	5	1	4	3	5	5	54
49	4	2	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	60
50	5	4	4	4	5	3	4	3	4	5	3	5	3	4	4	60
51	5	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	3	5	60
52	5	3	5	3	5	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	62
53	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	60
54	5	3	4	4	5	3	4	3	3	3	5	3	5	4	4	58
55	3	2	3	1	3	2	1	1	3	3	2	2	3	2	3	34
56	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	58
57	5	2	3	3	4	3	3	3	4	4	1	3	3	4	3	48
58	5	3	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	62
59	1	2	2	3	1	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	31
60	5	3	4	5	3	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	58
61	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	62
62	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	39
63	5	5	3	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	5	3	62
64	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	68
65	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	66
66	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	68
67	3	4	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	61
68	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	65
69	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	64
70	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	5	3	4	5	4	62
71	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	68
72	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	67

No	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10	X2 .11	X2 .12	X2 .13	X2 .14	X2 .15	T. X 2
73	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	70
74	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	65
75	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	64
76	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	65
77	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	69
78	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	68
79	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	67
80	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	66
81	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	63
82	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	67
83	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	67
84	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	63
85	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	64
86	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	67
87	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	61
88	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	68
89	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	67
90	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	61
91	5	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	4	5	4	62
92	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	65
93	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	64
94	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	66
95	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	61
96	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	64
97	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	3	64
98	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	68
99	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	63
100	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4	4	65

Lampiran 5 Tabulasi (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	T.X3
1	4	3	4	4	4	4	5	5	4	37
2	3	4	4	5	5	5	4	5	4	39
3	5	4	3	5	5	4	4	3	5	38
4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	5	5	5	4	5	5	4	4	4	41
7	5	5	4	4	5	5	4	5	4	41
8	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
9	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	3	4	3	3	5	3	4	3	3	31
12	5	4	5	5	5	3	5	4	4	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	4	4	4	4	5	4	3	3	3	34
16	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40
20	4	3	4	3	3	4	4	4	4	33
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
22	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
23	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
24	2	4	5	4	4	4	2	5	3	33
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
27	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
28	5	3	4	5	4	5	5	5	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
31	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	3	4	4	1	3	4	2	3	4	28
34	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	T.X3
35	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
36	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
37	4	5	4	3	3	3	4	5	4	35
38	4	5	3	5	3	4	4	4	4	36
39	3	4	3	3	4	5	5	4	4	35
40	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
41	4	4	4	4	3	5	2	4	4	34
42	5	3	3	4	3	4	3	4	4	33
43	4	5	4	5	3	4	5	3	4	37
44	4	5	3	5	4	4	5	4	3	37
45	5	4	4	5	3	4	4	5	4	38
46	5	3	4	4	5	3	4	4	4	36
47	4	3	4	3	5	3	4	4	5	35
48	5	4	4	2	5	2	4	4	3	33
49	4	4	2	4	5	4	4	4	3	34
50	5	3	4	4	3	5	5	4	3	36
51	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
52	5	5	4	4	2	4	3	4	3	34
53	4	5	3	4	3	4	4	3	4	34
54	5	4	4	4	3	5	4	4	4	37
55	2	3	2	3	1	3	2	1	3	20
56	5	3	4	5	3	4	5	3	4	36
57	4	3	4	3	5	2	3	3	3	30
58	3	3	4	3	2	4	3	4	4	30
59	2	2	2	1	2	2	2	3	1	17
60	4	3	4	4	5	5	3	4	4	36
61	4	3	4	3	4	5	5	3	3	34
62	3	2	3	2	3	2	3	2	1	21
63	3	3	4	5	4	4	3	4	4	34
64	5	5	4	4	4	5	5	4	5	41
65	4	5	5	5	4	5	4	5	5	42
66	4	4	5	5	4	4	5	4	4	39
67	4	4	5	5	4	5	4	4	5	40
68	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
69	4	4	4	3	4	5	5	5	4	38
70	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	T.X3
71	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41
72	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
73	4	5	4	4	4	5	5	5	4	40
74	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41
75	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
76	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
77	4	4	3	4	5	5	5	4	4	38
78	4	4	5	4	5	5	4	5	5	41
79	4	4	5	3	4	4	5	5	4	38
80	4	4	3	4	3	4	5	5	5	37
81	5	5	5	4	5	4	4	5	4	41
82	4	4	4	4	5	5	4	4	3	37
83	4	4	5	4	4	5	5	4	4	39
84	5	4	5	4	5	5	4	4	5	41
85	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
86	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42
87	5	5	4	5	4	5	4	4	5	41
88	5	5	4	4	5	5	4	4	4	40
89	5	4	4	5	4	5	5	5	5	42
90	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
91	5	4	5	4	4	4	5	4	4	39
92	3	3	4	4	3	5	5	4	4	35
93	5	4	5	4	5	5	4	4	5	41
94	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
95	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
96	5	4	4	3	4	5	4	4	4	37
97	5	5	4	5	4	5	4	4	4	40
98	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
99	5	5	4	5	5	4	5	4	5	42
100	5	5	4	5	4	4	4	5	4	40

Lampiran 6 Tabulasi (Y)

No	Y.1	y2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	T.Y
1	4	4	5	3	5	4	4	3	4	5	5	3	49
2	3	5	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	45
3	5	4	3	4	5	3	5	3	4	5	5	5	51
4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	48
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	54
7	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	52
8	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	55
9	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	55
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	3	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	42
12	3	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	39
16	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	54
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	5	5	51
20	4	3	5	3	5	4	4	3	4	4	4	3	46
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
22	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	54
23	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	52
24	3	3	4	5	4	5	3	3	4	2	3	4	43
25	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
26	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
27	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	50
28	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	55
29	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	44
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
31	1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	52
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	4	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3	5	41
34	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	4	4	49

No	Y.1	y2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	T.Y
35	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	44
36	4	5	4	4	2	3	4	4	4	5	4	4	47
37	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	47
38	5	3	4	5	3	4	4	3	3	3	3	4	44
39	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	49
40	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	45
41	4	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	47
42	5	3	4	5	3	4	4	5	3	4	3	4	47
43	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	51
44	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	3	47
45	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	47
46	5	5	3	3	4	2	5	4	2	4	3	4	44
47	4	3	3	3	4	4	3	5	5	3	4	3	44
48	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	47
49	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	4	44
50	4	3	4	3	5	3	4	5	3	4	3	4	45
51	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	49
52	4	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	47
53	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3	3	44
54	5	3	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	50
55	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	31
56	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	50
57	3	3	4	3	3	4	5	2	3	1	3	3	37
58	5	3	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4	49
59	1	3	2	2	3	1	2	3	2	3	1	2	25
60	5	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	49
61	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	47
62	3	2	1	2	3	2	1	3	3	3	3	2	28
63	4	3	4	3	5	3	4	3	5	4	4	4	46
64	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	54
65	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	51
66	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	54
67	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	52
68	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	52
69	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	55
70	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	55

No	Y.1	y2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	T.Y
71	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	55
72	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	53
73	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	55
74	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	53
75	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	54
76	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	52
77	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	55
78	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	55
79	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	55
80	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	55
81	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	53
82	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	55
83	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	53
84	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	51
85	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	55
86	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	49
87	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51
88	3	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	49
89	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	51
90	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	55
91	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	53
92	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	51
93	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	52
94	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	51
95	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	55
96	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	53
97	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	55
98	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	54
99	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	53
100	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	50

Lampiran 7 Uji Instrumen

Uji Validitas X1

		Correlations												CONTENT MARKETING
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
X1.1	Pearson Correlation	1	.578**	.419**	.598**	.486**	.228*	.532**	.532**	.361**	.392**	.397**	.366**	.745**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	.023	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.578**	1	.360**	.504**	.360**	.424**	.489**	.396**	.409**	.495**	.509**	.389**	.746**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.419**	.360**	1	.503**	.162	.299**	.477**	.373**	.343**	.380**	.432**	.428**	.640**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	.108	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.598**	.504**	.503**	1	.431**	.338**	.496**	.515**	.313**	.391**	.493**	.430**	.767**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.488**	.360**	.162	.431**	1	.192	.323**	.311**	.429**	.321**	.323**	.298**	.588**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.108	<.001		.056	.001	.002	<.001	.001	.001	.003	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.228*	.424**	.299**	.338**	.192	1	.237*	.245*	.362**	.290**	.448**	.356**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.023	<.001	.003	<.001	.056		.018	.014	<.001	.003	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.532**	.489**	.477**	.496**	.323**	.237*	1	.408**	.244*	.513**	.339**	.450**	.693**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	.018		<.001	.015	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.532**	.396**	.373**	.515**	.311**	.245*	.408**	1	.340**	.358**	.347**	.395**	.657**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	.014	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.361**	.409**	.343**	.313*	.429**	.362**	.244*	.340**	1	.353**	.439**	.360**	.612**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	.015	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.392**	.495**	.380**	.391**	.321**	.290**	.513**	.358**	.353**	1	.375**	.345**	.656**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	.003	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.397**	.509**	.432**	.493**	.323**	.448**	.339**	.347**	.439**	.375**	1	.401**	.685**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	.366**	.389**	.428**	.430**	.298**	.356**	.450**	.395**	.360**	.345**	.401**	1	.639**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CONTENT MARKETING	Pearson Correlation	.745**	.746**	.640**	.767**	.588**	.547**	.693**	.657**	.612**	.656**	.685**	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	12

Uji Validitas X2

		Correlations															INFLUENCE R MARKETING
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	
X2.1	Pearson Correlation	1	.380**	.409**	.400**	.507**	.332**	.406**	.209	.354**	.362**	.172	.337**	.387**	.264**	.282**	.570**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.037	<.001	<.001	.086	<.001	<.001	.008	.005	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.380**	1	.306**	.549**	.671**	.470**	.488**	.316**	.399**	.447**	.290**	.376**	.377**	.470**	.371**	.668**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.002	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.409**	.306**	1	.358**	.493**	.496**	.350	.569**	.468**	.404**	.386**	.411**	.495**	.399**	.293**	.683**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.400**	.549**	.358**	1	.393**	.380**	.452**	.387**	.292**	.369**	.384**	.442**	.316**	.463**	.312**	.651**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.507**	.471**	.403**	.393**	1	.400**	.349**	.332**	.384**	.344**	.231**	.344**	.422**	.395**	.270**	.612**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.001	<.001	<.001	.021	<.001	<.001	.002	.007	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.332**	.470**	.496**	.390**	.400**	1	.400**	.339**	.461**	.406**	.327**	.319**	.399**	.406**	.337**	.645**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.406**	.488**	.350**	.452**	.349**	.400**	1	.371**	.429**	.357**	.379**	.492**	.419**	.423**	.460**	.679**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.209	.316**	.569**	.387**	.322**	.339**	.371**	1	.426**	.328**	.382**	.425**	.372**	.360**	.280**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.037	.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.354**	.399**	.468**	.292**	.384**	.461**	.429**	.426**	1	.475**	.302**	.453**	.400**	.504**	.490**	.680**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.362**	.447**	.404**	.369**	.344**	.406**	.357**	.328**	.475**	1	.365**	.484**	.397**	.637**	.563**	.698**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	.172	.290**	.386**	.384**	.231**	.327**	.379**	.382**	.302**	.365**	1	.490**	.517**	.512**	.486**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.086	.003	<.001	<.001	.021	<.001	<.001	<.001	.002	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.337**	.376**	.411**	.442**	.344**	.319**	.492**	.425**	.453**	.484**	.490**	1	.370**	.454**	.542**	.703**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.13	Pearson Correlation	.387**	.377**	.495**	.316**	.422**	.399**	.419**	.372**	.400**	.397**	.517**	.370**	1	.457**	.446**	.685**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.14	Pearson Correlation	.264**	.470**	.399**	.463**	.305**	.408**	.423**	.360**	.504**	.637**	.512**	.454**	.457**	1	.605**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.008	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.15	Pearson Correlation	.282**	.371**	.293**	.312**	.270**	.337**	.460**	.280**	.490**	.563**	.486**	.542**	.446**	.605**	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.005	<.001	.003	.002	.007	<.001	<.001	.005	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
INFLUENCER MARKETING	Pearson Correlation	.570**	.666**	.693**	.651**	.612**	.645**	.679**	.623**	.680**	.696**	.640**	.703**	.695**	.733**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	15

Uji Validitas X3

		Correlations									
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	E WOM
X3.1	Pearson Correlation	1	.476**	.368**	.484**	.432**	.339**	.458**	.393**	.440**	.699**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.476**	1	.334**	.485**	.321**	.429**	.326**	.402**	.456**	.667**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.368**	.334**	1	.371**	.442**	.434**	.324**	.510**	.480**	.677**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.484**	.485**	.371**	1	.349**	.480**	.456**	.417**	.525**	.737**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.432**	.321**	.442**	.349**	1	.272**	.367**	.442**	.383**	.652**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	<.001		.006	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.339**	.429**	.434**	.480**	.272**	1	.377**	.448**	.566**	.692**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.006		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.458**	.326**	.324**	.456**	.367**	.377**	1	.422**	.394**	.665**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.393**	.402**	.510**	.417**	.442**	.448**	.422**	1	.492**	.718**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.440**	.456**	.480**	.525**	.383**	.566**	.394**	.492**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
E WOM	Pearson Correlation	.699**	.667**	.677**	.737**	.652**	.692**	.665**	.718**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	9

Uji Validitas Y

		Correlations												MINAT BELI
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
Y1	Pearson Correlation	1	.334**	.274**	.430**	.244*	.329**	.486**	.183	.429**	.344**	.374**	.374**	.612**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.006	<.001	.014	<.001	<.001	.069	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.334**	1	.433**	.394**	.310**	.373**	.506**	.388**	.262**	.397**	.430**	.346**	.650**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	.009	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.274**	.433**	1	.416**	.519**	.623**	.565**	.329**	.446**	.433**	.523**	.476**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.006	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.430**	.394**	.416**	1	.248*	.467**	.529**	.406**	.170	.389**	.468**	.484**	.678**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		.013	<.001	<.001	<.001	.090	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.244*	.310**	.519**	.248*	1	.368**	.364**	.273**	.333**	.352**	.445**	.284**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.014	.002	<.001	.013		<.001	<.001	.006	<.001	<.001	<.001	.004	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.329**	.373**	.623**	.467**	.368**	1	.400**	.343**	.572**	.259**	.495**	.435**	.724**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.009	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.486**	.506**	.565**	.529**	.364**	.400**	1	.239*	.254*	.475**	.562**	.448**	.736**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		.017	.011	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.183	.388**	.329**	.406**	.273**	.343**	.239*	1	.192	.342**	.313**	.214*	.520**
	Sig. (2-tailed)	.069	<.001	<.001	<.001	.006	<.001	.017		.056	<.001	.002	.032	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.429**	.262**	.446**	.170	.333**	.572**	.254*	.192	1	.205*	.367**	.337**	.591**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.009	<.001	.090	<.001	<.001	.011	.056		.041	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.344**	.397**	.433**	.389**	.352**	.259**	.475**	.342**	.205*	1	.509**	.313**	.632**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.009	<.001	<.001	.041		<.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	.374**	.430**	.523**	.468**	.445**	.495**	.562**	.313**	.367**	.509**	1	.449**	.748**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	.374**	.346**	.476**	.484**	.284**	.435**	.448**	.214*	.337**	.313**	.449**	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	.032	<.001	.002	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MINAT BELI	Pearson Correlation	.612**	.650**	.769**	.678**	.599**	.724**	.736**	.520**	.591**	.632**	.748**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	12

Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardiz ed Residual
N			100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.22956007
Most Extreme Differences	Absolute		.055
	Positive		.046
	Negative		-.055
Test Statistic			.055
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.648
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.636
		Upper Bound	.660

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.

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	CONTENT MARKETING	.201	4.979
	INFLUENCER MARKETING	.222	4.503
	E WOM	.227	4.414

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

Spearman's rho			CONTENT MARKETING	INFLUENCE R MARKETING	E WOM	Unstandardiz ed Residual
	CONTENT MARKETING	Correlation Coefficient	1.000	.761**	.737**	.061
		Sig. (2-tailed)	.	<.001	<.001	.547
		N	100	100	100	100
	INFLUENCER MARKETING	Correlation Coefficient	.761**	1.000	.747**	.077
		Sig. (2-tailed)	<.001	.	<.001	.448
		N	100	100	100	100
	E WOM	Correlation Coefficient	.737**	.747**	1.000	-.023
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.	.820
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.061	.077	-.023	1.000
		Sig. (2-tailed)	.547	.448	.820	.
		N	100	100	100	100

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

Lampiran 9 Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.433	1.823		1.884	.063
	CONTENT MARKETING	.413	.079	.428	5.218	<.001
	INFLUENCER MARKETING	.169	.058	.226	2.898	.005
	E WOM	.410	.097	.327	4.240	<.001

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.433	1.823		1.884	.063
	CONTENT MARKETING	.413	.079	.428	5.218	<.001
	INFLUENCER MARKETING	.169	.058	.226	2.898	.005
	E WOM	.410	.097	.327	4.240	<.001

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3307.187	3	1102.396	215.048	<.001 ^b
	Residual	492.123	96	5.126		
	Total	3799.310	99			

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), E WOM, INFLUENCER MARKETING, CONTENT MARKETING

Uji Koefisien Determinan R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.870	.866	2.264

a. Predictors: (Constant), E WOM, INFLUENCER MARKETING, CONTENT MARKETING

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Lampiran 10 T Tabel

T Tabel untuk alpha α 5%

$$df = n - k,$$

$$df = 100 - 4 = 96$$

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 11 Kartu Bimbingan


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Pst 140&141 E-mail : feb@untag-sby.ac.id

 SEMESTER
 Gasal/ Genap

2025 / 2026

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

 Nama Mahasiswa / NBI : Ricky Joe Purnomo

 Nama Pembimbing : Dr. Dra. Ec. Endah Budianti, M.Si

 Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine Beta Aplikasi Tiktok Di Surabaya.

 Mulai Program Skripsi : Semester 7 Thn. Ak. 2022 Selesai Bimbingan Tanggal _____

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	9 / 9 / 2025	Judul	Revisi	Prof.
2	11 / 9 / 2025	Judul	Ace	Prof.
3	20 / 9 / 2025	Bab I, II, III	Revisi	Prof.
4	12 / 9 / 2025	Bab I, II, III	Revisi	Prof.
5	13 / 10 / 2025	Bab I, II, III	Ace	Prof.
6	14 / 10 / 2025	Kuesioner	Revisi	Prof.
7	15 / 10 / 2025	Kuesioner	Ace -	Prof.
8	13 / 11 / 2025	Bab IV, V	Revisi	Prof.
9	18 / 11 / 2025	Bab IV, V	Revisi Ace	Prof.
10	28 / 11 / 2025	Abstrak	Revisi	Prof.
11	4 / 12 / 2025	Abstrak	Ace -	Prof.

Perpanjang I

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kajar : _____

Surabaya, _____

 9

 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 12 Surat Izin Penelitian

	YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1) PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1) PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (S1) PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2) PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3) Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Ext 140 , 141, E-mail: feb@untag-sby.ac.id	TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI																		
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 15%;">Nomor</td> <td>: 2148/K-FEB/IX/ 2025</td> </tr> <tr> <td>Lampiran</td> <td>: -</td> </tr> <tr> <td>Perihal</td> <td>: Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding-top: 20px;"> Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Pt wahana kosmetika indonesia di Sidoarjo. Pergudangan Gedangan Permai B 16-18, Demeling, Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61254 </td> </tr> </table> Dengan hormat, Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1 (S1), maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan Skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa : <table border="0" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 35%;">Nama</td> <td>: Ricky Joe purnomo</td> </tr> <tr> <td>N. P. M</td> <td>: 1212200110</td> </tr> <tr> <td>Fakultas / Program Studi</td> <td>: Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen</td> </tr> <tr> <td>Alamat</td> <td>: Perumahan permata alam permai b4/4 gedangan sidoarjo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Telp./HP. +6285730974468</td> </tr> </table> Guna melakukan penelitian pada : Pt wahana kosmetika indonesia di Sidoarjo untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul "Pengaruh content marketing, influencer marketing, dan e-wom terhadap minat beli produk sunscreen azarine pada aplikasi tiktok di surabaya" Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih. Surabaya, 23/09/2025  Prof. Daffi Katnawati, MS, Ak. CA, CPA NPP. 20220.85.0043			Nomor	: 2148/K-FEB/IX/ 2025	Lampiran	: -	Perihal	: Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian	Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Pt wahana kosmetika indonesia di Sidoarjo. Pergudangan Gedangan Permai B 16-18, Demeling, Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61254		Nama	: Ricky Joe purnomo	N. P. M	: 1212200110	Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen	Alamat	: Perumahan permata alam permai b4/4 gedangan sidoarjo		Telp./HP. +6285730974468
Nomor	: 2148/K-FEB/IX/ 2025																			
Lampiran	: -																			
Perihal	: Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian																			
Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Pt wahana kosmetika indonesia di Sidoarjo. Pergudangan Gedangan Permai B 16-18, Demeling, Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61254																				
Nama	: Ricky Joe purnomo																			
N. P. M	: 1212200110																			
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen																			
Alamat	: Perumahan permata alam permai b4/4 gedangan sidoarjo																			
	Telp./HP. +6285730974468																			

Lampiran 13 Bukti Publikasi



COMMUNITY OF RESEARCH LABORATORY SURABAYA
DEPARTEMEN PENERBITAN

GEMAH RIPAH: JURNAL PENELITIAN BISNIS

Jl. Nginden Intan Timur XV. No. 11 Surabaya, Indonesia

<https://www.aksiologi.org/index.php/gemahripah/index>; e-mail: jurnalgemahripah@gmail.com



GEMAH RIPAH: Jurnal Penelitian Bisnis

6/01/2026/#2709

L.o.A

21/02/2026

Kepada

RICKY JOE PURNOMO,

rjoep8@gmail.com;

ENDAH BUDIARTI,

endahbudiarti@untag-sby.ac.id;

Di

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

INDONESIA

Sehubungan dengan naskah artikel ilmiah yang saudara kirimkan ke redaksi jurnal GEMAH RIPAH, maka dengan ini redaksi informasikan bahwa naskah anda telah diproses untuk publikasi di Jurnal GEMAH RIPAH. Redaksi sangat mengapresiasi kontribusi naskah anda ke jurnal GEMAH RIPAH. Dan redaksi telah mengambil keputusan mengenai pengajuan naskah berjudul: **"PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER MARKETING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN AZARINE PADA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA"**, yang diterbitkan pada bulan Maret Tahun 2026: Volume 6, No. 01 (2026). Dengan keputusan redaksi adalah: "DITERIMA"

Hormat kami,

Editor in Chief,

Mohamad Roisul Basyar

GEMAH RIPAH: Jurnal Penelitian Bisnis

<https://aksiologi.org/index.php/gemahripah/index>



Lampiran 14 Hasil Turnitin

PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER MARKETING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN AZARINE PADA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

20%	21%	21%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	aksiologi.org Internet Source	5%
2	Dina Lira Adristi, Gustaf Naufan Febrianto. "Pengaruh Digital Marketing, Customer Experience, dan Service Quality terhadap Loyalitas Konsumen pada Bul Grill Resto All You Can Eat Cabang Taman Bungkul Surabaya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	2%
3	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	2%
4	www.ejournal.nlc-education.or.id Internet Source	2%
5	Dina Kamelia, Ida Bagus Cempena. "Pengaruh Online Customer Review, Strategi Promosi Instagram dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen di Roaterrich Coffee House & Eatery di kota Surabaya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	2%
6	Netti Herawati, Agussalim M, Titi Darmi. "Pengaruh Kecerdasan Emosional,	1%

Independensi, Dan Profesionalisme Terhadap
Pengambilan Keputusan Auditor Pada Kantor
Akuntan Publik Padang", JOPPAS: Journal of
Public Policy and Administration Silampari,
2020

Publication

7	teewanjournal.com	1 %
Internet Source		
8	jurnal.globalscients.com	1 %
Internet Source		
9	management.ifrel.org	1 %
Internet Source		
10	jurnal.pancabudi.ac.id	1 %
Internet Source		
11	repository.usd.ac.id	1 %
Internet Source		

Exclude quotes Off

Exclude matches < 43 words

Exclude bibliography Off