

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran I



INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI BISNIS
DIGITAL



Jl. Zaenal Abidin Pagar Alam No 93, Bandarlampung, Lampung

KUISONER

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN CITRA MEREK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HIJAB LAFIYE

Identitas Penelitian

Nama : ZAFIRA TSAQIFAH
NPM : 2012140011
Jurusan : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jl. Purnawirawan, Gg. Baugenvile no. 28, Gedung Meneng, Rajabasa, Bandarlampung
Email : zafiratsaqifah@gmail.com

Bandar Lampung, 25 Januari 2024

Peneliti

Zafira Tsaqifah



KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Mohon bantuan pengisian
Kuesioner Kepada Yth : Bapak/ Ibu,
Saudara/ i

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata 1 Bisnis Digital di Program Studi Bisnis Digital IIB Darmajaya, Saya:

Nama : ZAFIRA TSAQIFAH

NPM : 2012140011

Sedang melakukan penelitian yang berjudul “ **PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN CITRA MEREK MELALUI PLATFORM TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HIJAB LAFIYE** ” Oleh karena itu saya mohon kesediaan bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kusioner di bawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul akan saya jaga kerahasiaanya dan di gunakan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi inisemata. Atas perhatian bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 25

Januari 2024 Peneliti

ZAFIRA TSAQIFAH

NPM. 2012140011

Panduan pengisian pernyataan :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agar data dapat sepenuhnya di olah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.
4. Keterangan :

	Skala Interval					
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

SCREENING RESPONDEN

1. Apakah Anda Mengetahui atau pernah mendengar Brand Hijab Lafiye?

- Ya , jika Ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Tidak,
 jika tidak stop disini. Terima kasih.

2. Apakah kamu pengguna aktif Tiktok? **Ya, jika Ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.**

- Tidak, jika tidak stop disini. Terimakasih**

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : Perempuan

2. Asal Daerah : _____
(Nama Kota dan Provinsi)

3. **Umur** : 16 - 18 Tahun
 19 - 23 tahun
 24 - 27 tahun
4. **Pekerjaan** : SMA/SMK
 Mahasiswa
 Pegawai Swasta
 Pegawai ASN
 Ibu Rumah Tangga
5. **Rata – rata Pengeluaran** : < Dari 1 juta1 - 3 juta
 4 – 6 juta
 > Dari 6 Juta
6. **Dari Mana anda mengetahui produk Hijab Lafiye?**
- Instagram
 - Tiktok
 - Rekomendasi Teman
 - Lainnya

DAFTAR PERNYATAAN

Kuisoner Penelitian								
Instrument Skala								
No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
<i>Social Media Marketing (SMM)</i>								
1.	Informasi Konten yang disampaikan Lafiye melalui TikTok sangat Menarik							
2.	Informasi mengenai produk yang disampaikan melalui social media Lafiye memudahkan saya dalam memilih produk sesuai kebutuhan							
3.	Pesan atau informasi yang disampaikan melalui social media mengenai Lafiye membuat saya tertarik untuk memberikan like, comment, dan share ke teman							
4.	Lafiye selalu terbuka dalam menganggapi komentar dan pertanyaan dari konsumen melalui akun TikToknya							

<i>Electronic Words of Mouth</i>							
5.	Saya sering menelusuri review produk dari konsumen lain secara online sebelum membeli produk Hijab Lafiye						
9.	Saya semakin tertarik untuk membeli produk Lafiye karena review produk yang diberikan secara online relevan dan jelas						
10.	Saya semakin tertarik untuk membeli produk hijab Lafiye karena melihat ulasan positif di media sosial TikTok						
11.	Apabila saya melihat komen negatif mengenai produk Lafiye, hal itu tidak mempengaruhi minat beli saya terhadap Lafiye						
<i>Citra Merek</i>							
16.	Saya sudah mengetahui nama produk ataupun merek dari Lafiye						
18.	Produk hijab Lafiye dikenal berkualitas dan pilihan produk yang beragam sesuai dengan trend terkini.						
19.	Produk Lafiye sudah banyak dikenal orang						

22.	Produk hijab Lafiye dikenal dengan kenyamanan menggunakannya, stylist, fashionable.									
-----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<i>Minat Beli</i>										
<i>Indikator Konsumen Mencari informasi mengenai produk</i>										
23.	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk Lafiye melalui TikTok									
24.	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk Lafiye									
25.	Saya tertarik untuk mencoba produk Lafiye									
26.	Saya tertarik untuk mengetahui mengenai produk Lafiye									
27.	Saya akan membeli produk Lafiye									

Lampiran II

Hasil Jawaban Responden

Tabulasi Data*Social Media Marketing (SMM)*

SMM1	SMM2	SMM3	SMM4	Total SMM
3	4	1	2	10
4	4	4	4	16
5	5	3	2	15
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	5	3	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	3	3	16
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
3	5	4	3	15
4	4	3	5	16
5	3	4	2	14
5	5	4	4	18

4	5	5	4	18
3	4	5	4	16
5	5	5	3	18
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	4	19
3	4	4	3	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	3	5	17
5	5	5	5	20
5	5	3	4	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	5	3	3	15
5	5	4	5	19
4	5	3	3	15
5	4	3	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17

4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	5	5	5	19
4	5	3	3	15
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
5	3	5	4	17
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
5	4	5	3	17
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20

5	4	4	4	17
2	2	2	3	9
4	4	5	3	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	3	4	2	14
5	4	4	5	18
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	5	3	4	17
5	5	5	3	18
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	3	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	3	17
4	4	3	4	15
4	5	4	3	16
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20

4	4	4	5	17
5	4	4	3	16
4	5	5	3	17
5	5	5	5	20
5	4	3	4	16
5	4	3	4	16
5	4	3	5	17
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
5	4	4	5	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
4	4	5	3	16
5	5	4	3	17
4	5	5	4	18
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17
4	5	5	4	18
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19

5	4	5	4	18
5	5	5	4	19
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
5	3	4	4	16
5	4	4	5	18
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
1	1	1	2	5
5	4	5	4	18
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19

Electronic Word Of Mouth (EWOM)

EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4	Total EWOM
5	4	3	2	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	3	18
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	5	5	2	16
4	5	5	1	15
5	4	4	5	18
2	3	3	5	13
5	5	4	1	15
5	4	5	4	18
4	5	4	3	16
5	5	4	3	17

5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	3	18
3	5	5	4	17
5	5	5	3	18
5	5	5	5	20
4	5	3	3	15
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	3	4	5	17
4	5	5	5	19
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	3	16
4	5	5	4	18
5	5	5	3	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	3	17

5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	4	2	15
5	5	5	5	20
4	5	4	3	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	4	19
5	5	5	3	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	5	5	2	16
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	2	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	2	2	2	8
2	5	4	1	12

3	4	3	4	14
4	5	5	5	19
5	4	4	4	17
5	5	5	3	18
5	4	5	4	18
5	5	5	1	16
5	5	5	2	17
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
4	5	5	3	17
4	4	5	5	18
5	5	5	3	18
5	5	5	3	18
5	5	5	4	19
4	5	4	5	18
4	4	4	3	15
4	5	5	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	2	17
5	5	3	4	17
5	4	4	3	16

5	5	5	4	19
4	5	4	5	18
5	5	3	4	17
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
5	4	4	3	16
4	5	5	3	17
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
4	5	4	4	17

5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
5	5	4	4	18
5	4	5	5	19
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
1	1	1	2	5
5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
4	4	4	3	15
4	5	5	5	19
4	5	5	3	17
4	3	4	5	16
5	5	5	2	17
3	4	4	5	16
4	5	5	4	18

Citra Merek (CM)

CM1	CM2	CM3	CM4	Total CM
2	5	4	3	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	3	5	17
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
2	4	3	2	11
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19

5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	3	4	16
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
4	5	3	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19

5	5	5	4	19
3	4	4	5	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
2	2	2	2	8
5	5	3	5	18

5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
3	4	4	4	15
5	4	3	5	17
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	5	4	5	17
3	5	4	5	17
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
3	5	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	5	5	3	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	3	4	16
5	4	3	4	16
5	4	5	5	19
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	4	4	5	18
5	5	4	5	19
4	5	3	4	16
5	4	3	5	17
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	4	5	17
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
4	5	4	4	17

5	4	4	3	16
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
5	4	3	4	16
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	3	4	4	16
5	5	4	4	18
2	1	1	1	5
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	4	2	15
5	5	5	5	20

Minat Beli (MB)

MB1	MB2	MB3	MB4	MB5	Total MB
3	4	5	2	1	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	5	3	5	21
4	4	4	5	5	22
5	3	5	3	5	21
4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
2	3	4	3	4	16
2	3	4	3	3	15
4	5	5	5	5	24

4	4	5	5	5	23
3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
4	4	5	5	5	23
5	3	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	4	3	19
5	4	5	5	5	24
3	4	4	4	3	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	3	21

4	5	5	4	4	22
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	3	22
5	3	5	5	5	23
4	5	5	5	4	23
5	2	5	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19
5	1	5	5	5	21
5	2	5	5	5	22
5	3	5	5	5	23

4	5	4	4	4	21
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	4	22
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
2	2	2	2	2	10
5	5	5	5	3	23
3	2	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	5	20
3	3	5	5	5	21
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22

5	2	5	5	5	22
5	1	5	5	5	21
5	4	5	4	4	22
4	4	3	4	5	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	3	19
5	4	4	5	3	21
5	5	5	5	3	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	3	5	5	5	23
5	3	4	5	4	21
5	4	3	5	4	21
5	4	4	3	5	21
4	4	5	5	4	22
5	4	5	5	5	24
4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	5	23

5	5	4	5	5	24
5	4	5	4	4	22
5	4	5	4	4	22
4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23
4	5	4	4	5	22
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	5	22
4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	4	5	5	4	23
5	4	5	5	4	23
4	4	5	4	4	21
4	5	4	4	5	22
5	4	4	5	5	23

5	4	4	5	5	23
5	5	4	4	5	23
4	5	5	4	4	22
1	1	1	1	1	5
5	4	4	5	4	22
5	4	4	5	4	22
4	3	5	4	5	21
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	3	23
4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
4	3	5	5	5	22

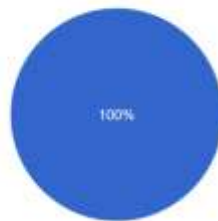
Lampiran III

Hasil jawaban kuisioner

Identitas Responden

Apakah anda mengetahui atau pernah mendengar Brand Hijab Lafiye?

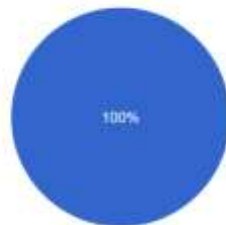
129 jawaban



- Ya, Jika ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
- Tidak, Jika tidak stop disini. Terimakasih

Apakah kamu pengguna aktif TikTok?

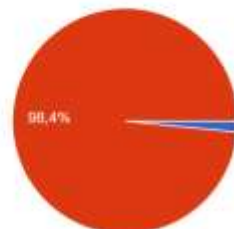
129 jawaban



- Ya, Jika ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
- Tidak, Jika tidak stop disini. Terimakasih

Gender

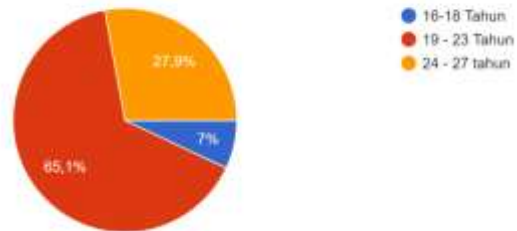
129 jawaban



- Laki-Laki
- Perempuan

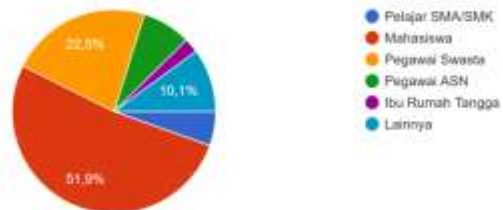
Umur

129 jawaban



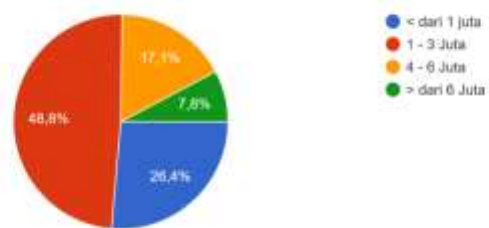
Pekerjaan

129 jawaban

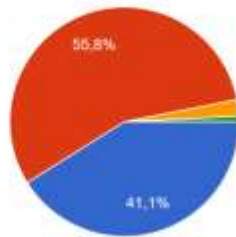


Rata - Rata Pengeluaran perbulan

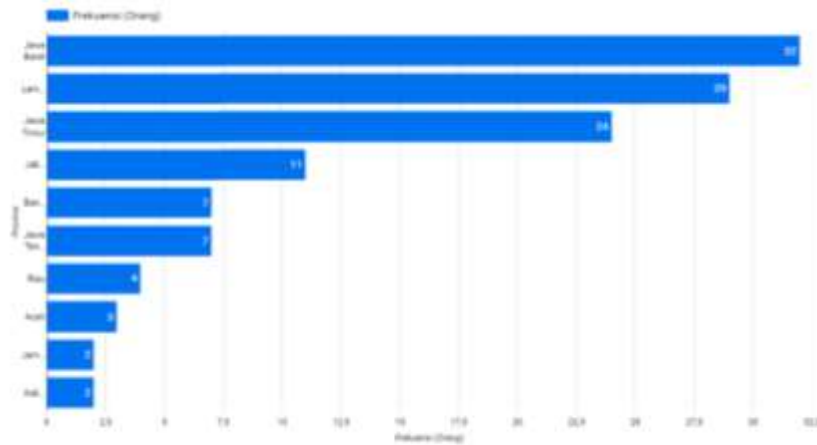
129 jawaban



Dari mana anda mengetahui produk Hijab Lafiye?
129 jawaban



- Instagram
- TikTok
- X (Twitter)
- Lainnya



Lampiran IV

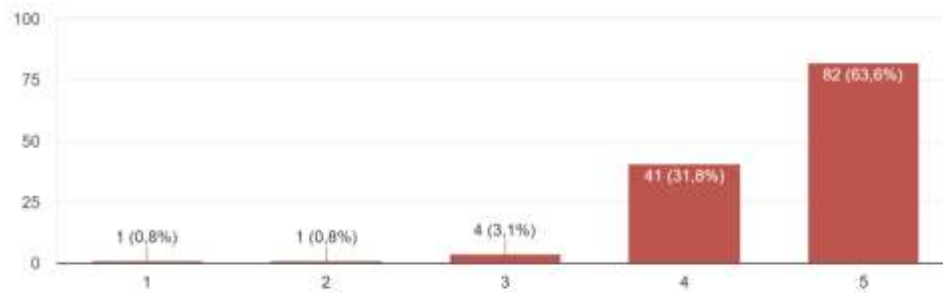
Hasil Jawaban Responden

Instrumen Pernyataan

Social Media Marketing

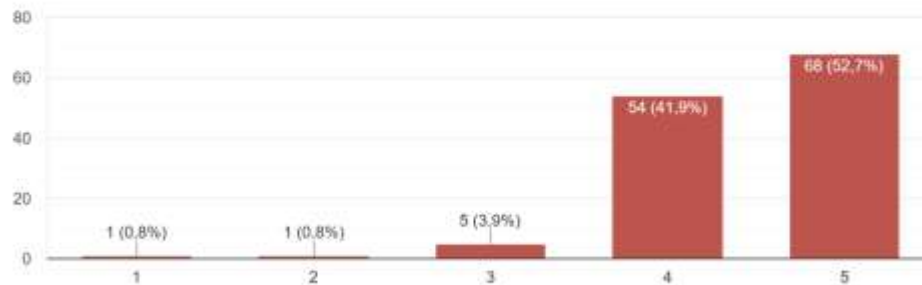
Informasi Konten yang disampaikan Lafiye melalui TikTok sangat Menarik

129 jawaban



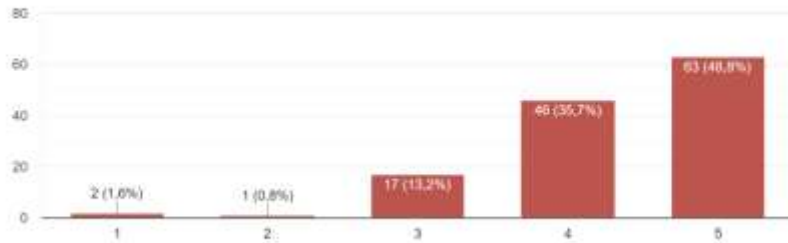
Informasi mengenai produk yang disampaikan melalui social media Lafiye memudahkan saya dalam memilih produk sesuai kebutuhan

129 jawaban



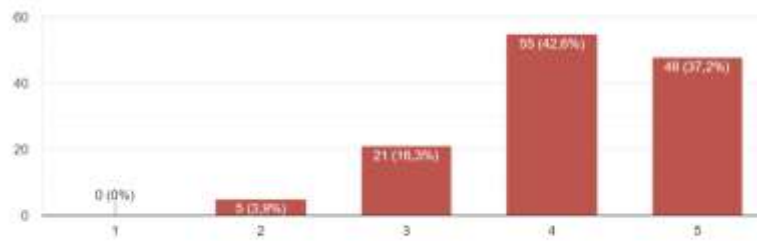
Pesan atau informasi yang disampaikan melalui social media mengenai Lafiye membuat saya tertarik untuk memberikan like, comment, dan share ke teman

129 jawaban



Lafiye selalu terbuka dalam menanggapi komentar dan pertanyaan dari konsumen melalui akun TikTiknya

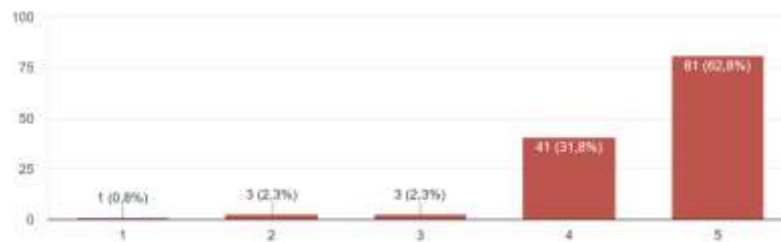
129 jawaban



Electronic Word of Mouth

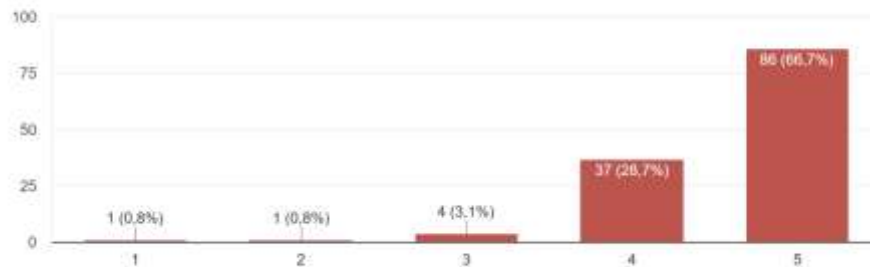
Saya sering menelusuri review produk dari konsumen lain secara online sebelum membeli produk Hijab Lafiye

129 jawaban



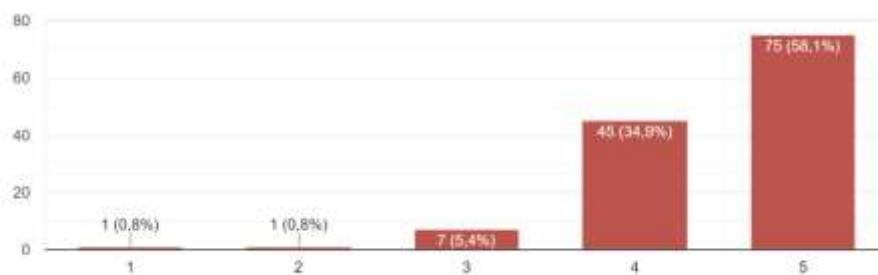
Saya semakin tertarik untuk membeli produk Lafiye karena review produk yang diberikan secara online relevan dan jelas

129 jawaban



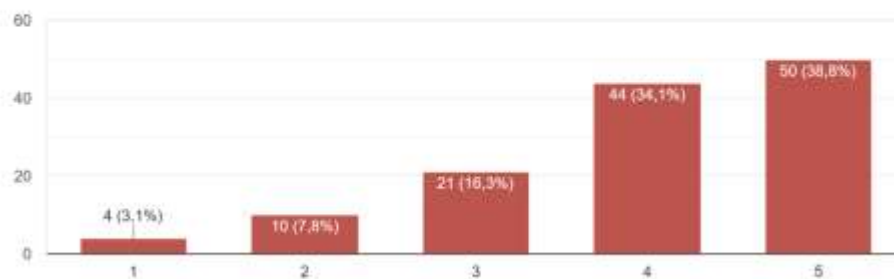
Saya semakin tertarik untuk membeli produk hijab Lafiye karena melihat ulasan positif di media sosial TikTok

129 jawaban



Apabila saya melihat komen negatif mengenai produk Lafiye, hal itu tidak mempengaruhi minat beli saya terhadap Lafiye

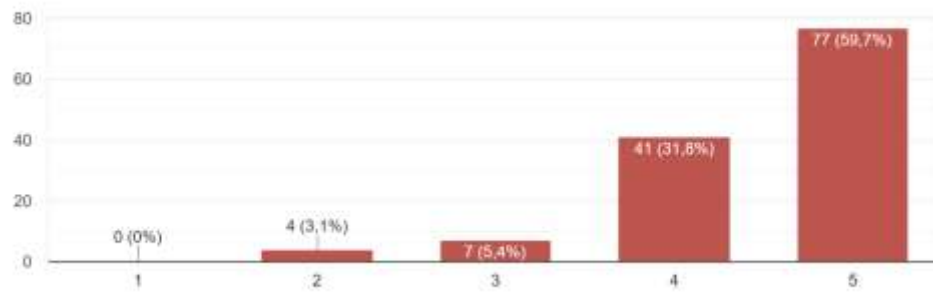
129 jawaban



Citra Merek

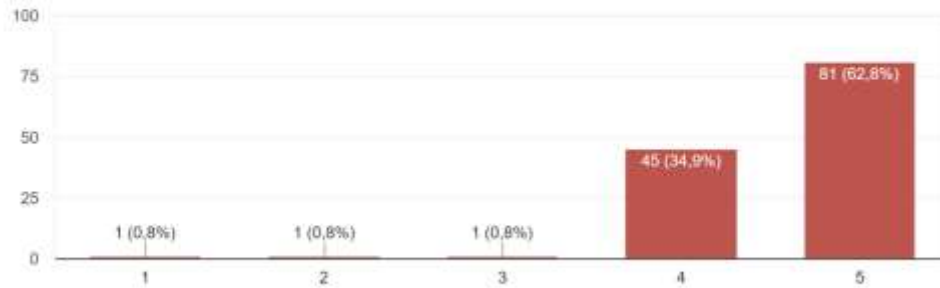
Saya sudah mengetahui nama produk ataupun merek dari Lafiye

129 jawaban



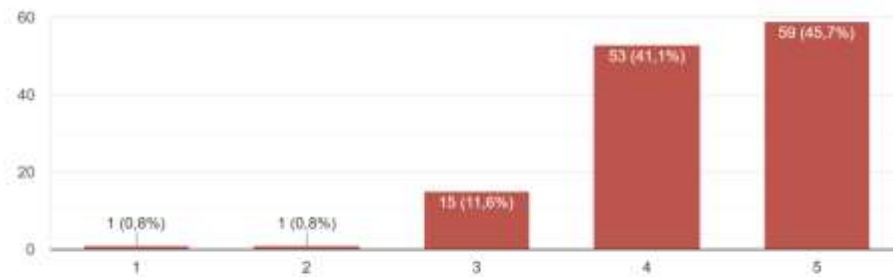
Produk hijab Lafiye dikenal berkualitas dan pilihan produk yang beragam sesuai dengan trend terkini.

129 jawaban



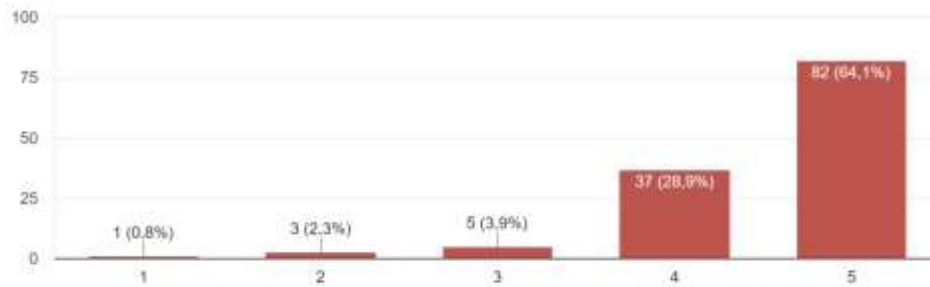
Produk Lafiye sudah banyak dikenal orang

129 jawaban



Produk hijab Lafiye dikenal dengan kenyamanan menggunakannya, stylist, fashionable.

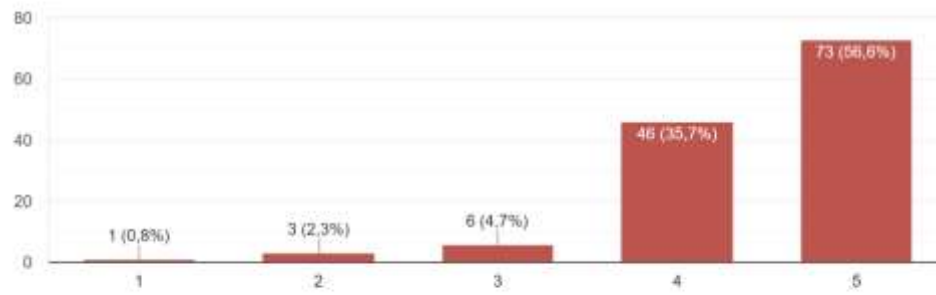
128 jawaban



Minat Beli

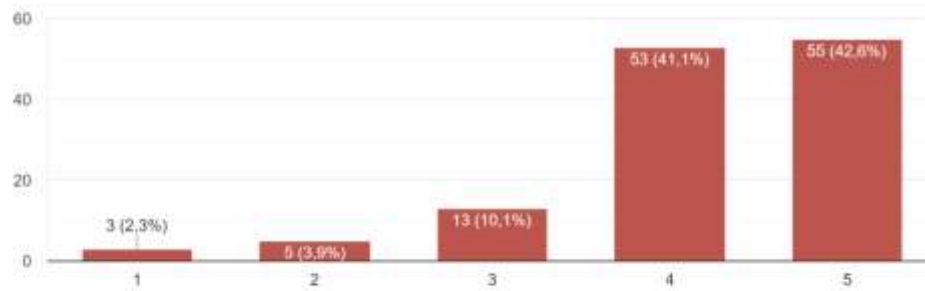
Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk Lafiye melalui TikTok

129 jawaban



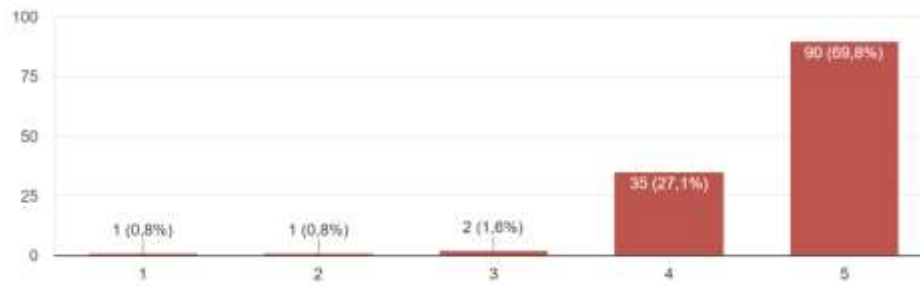
Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk Lafiye

129 jawaban



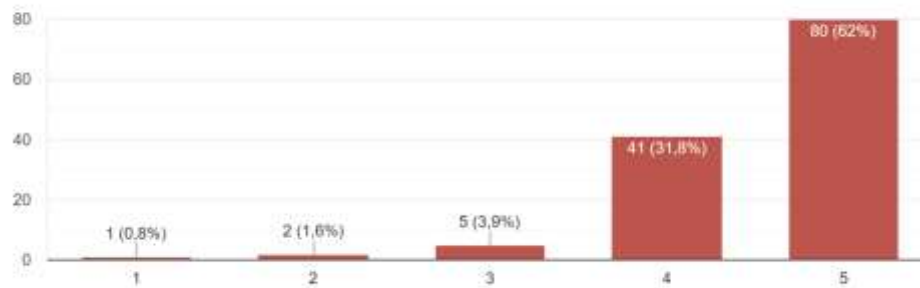
Saya tertarik untuk mencoba produk Lafiye

129 jawaban



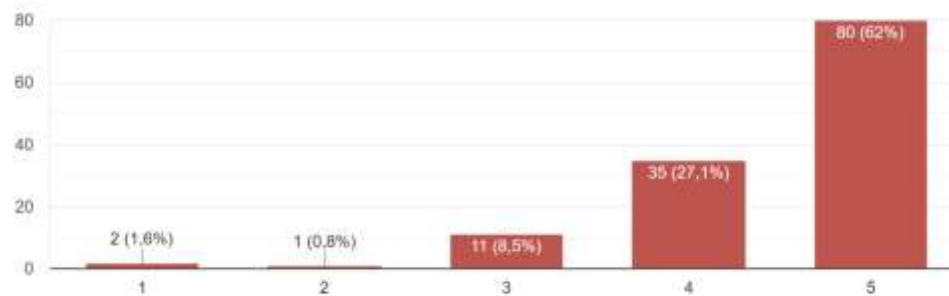
Saya tertarik untuk mengetahui mengenai produk Lafiye

129 jawaban



Saya akan membeli produk Lafiye

129 jawaban



Lampiran V

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

SPSS 26

Uji Validitas

		SMM1	SMM2	SMM3	SMM4	TOTAL
SMM1	Pearson Correlation	1	.367**	.404**	.406**	.719**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N		129	129	129	129
		129				
SMM2	Pearson Correlation	.367**	1	.401**	.342**	.698**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	129		129	129	129
			129			
SMM3	Pearson Correlation	.404**	.401**	1	.384**	.768**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	129	129		129	129
				129		
SMM4	Pearson Correlation	.406**	.342**	.384**	1	.745**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	129	129	129		129
					129	

TOTAL	Pearson Correlation	.719**	.698**	.768**	.745**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	129	129	129	129	
						129

		EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4	TOTAL
EWOM1	Pearson Correlation	1	.365*	.382*	.070	.624**
	Sig. (1-tailed)		.024	.019	.356	.000
	N		30	30	30	30
		30				
EWOM2	Pearson Correlation	.365*	1	.583**	-.169	.510**
	Sig. (1-tailed)	.024		.000	.186	.002
	N	30		30	30	30
			30			
EWOM3	Pearson Correlation	.382*	.583**	1	.225	.766**
	Sig. (1-tailed)	.019	.000		.116	.000
	N	30	30		30	30
				30		
EWOM4	Pearson Correlation	.070	-.169	.225	1	.643**
	Sig. (1-tailed)	.356	.186	.116		.000
	N	30	30	30		30
					30	

TOTAL	Pearson Correlation	.624**	.510**	.766**	.643**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	
						30

		CM1	CM2	CM3	CM4	TOTAL
CM1	Pearson Correlation	1	.511**	.556**	.823**	.879**
	Sig. (1-tailed)		.002	.001	.000	.000
	N		30	30	30	30
		30				
CM2	Pearson Correlation	.511**	1	.695**	.592**	.763**
	Sig. (1-tailed)	.002		.000	.000	.000
	N	30		30	30	30
			30			
CM3	Pearson Correlation	.556**	.695**	1	.667**	.841**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	30	30		30	30
				30		
CM4	Pearson Correlation	.823**	.592**	.667**	1	.920**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30		30
					30	

TOTAL	Pearson Correlation	.879**	.763**	.841**	.920**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	
						30

		MB1	MB.2	MB.3	MB.4	MB.5
MB1	Pearson Correlation	1	.408*	.358*	.541**	.528**
	Sig. (1-tailed)		.014	.028	.001	.002
	N		29	29	29	29
		29				
MB.2	Pearson Correlation	.408*	1	.361*	.589**	.298
	Sig. (1-tailed)	.014		.027	.000	.058
	N	29	29	29	29	29
MB.3	Pearson Correlation	.358*	.361*	1	.350*	.483**
	Sig. (1-tailed)	.028	.027		.031	.004
	N	29	29	29	29	29
				29		
MB.4	Pearson Correlation	.541**	.589**	.350*	1	.754**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.031		.000
	N	29	29	29	29	29
					29	

MB.5	Pearson Correlation	.528**	.298	.483**	.754**	1
------	---------------------	--------	------	--------	--------	---

UJI RELIABILITAS

1. SMM

Cronbach's Alpha	
	N of Items
.792	5

2. EWOM

Cronbach's Alpha	
	N of Items
.722	5

3. CM

Cronbach's Alpha	
	N of Items
.826	5

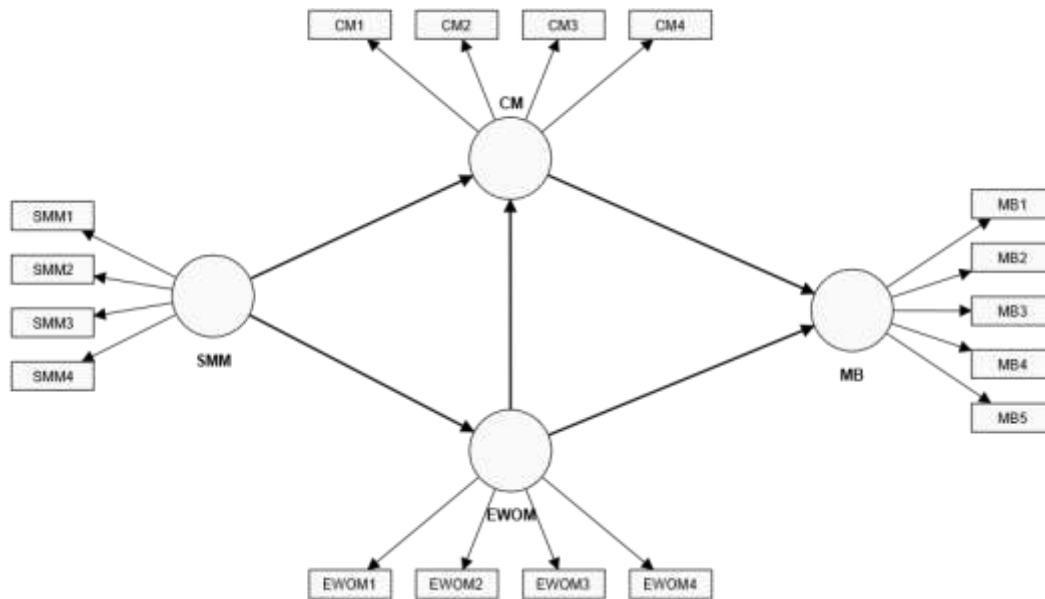
4. MB

Cronbach'sAlpha	N of Items
.796	6

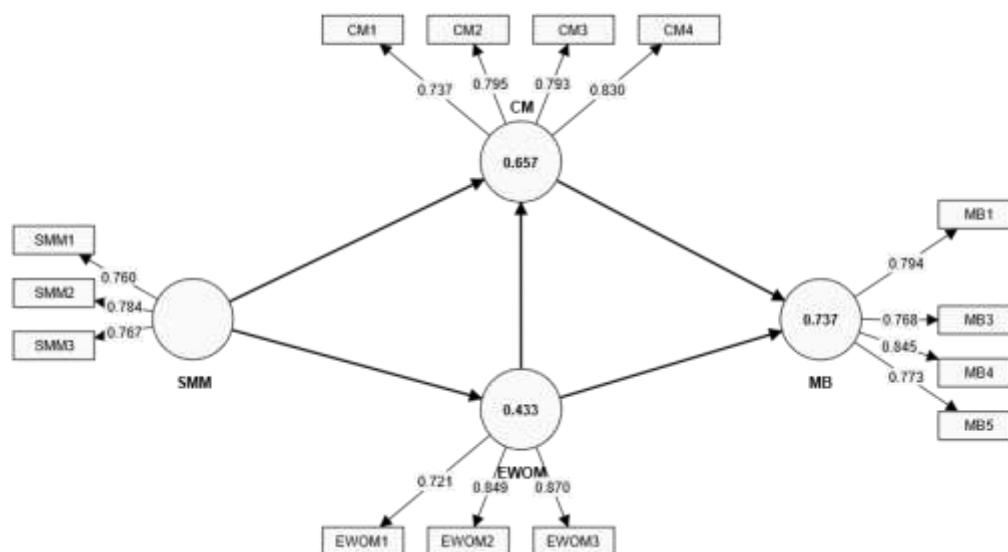
Lampiran VI

Hasil Uji SEM PLS (SMART PLS 4.0)

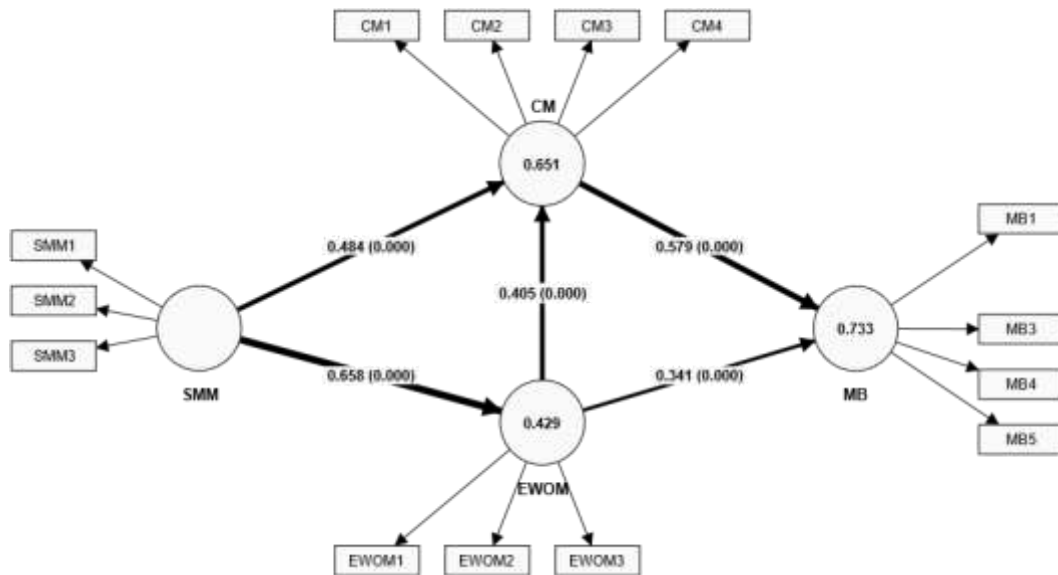
Skema PLS



PLS SEM ALGORITHM-Result Outer Model



PLS SEM Bootstrapping-Result Inner Model



Construct reliability and validity

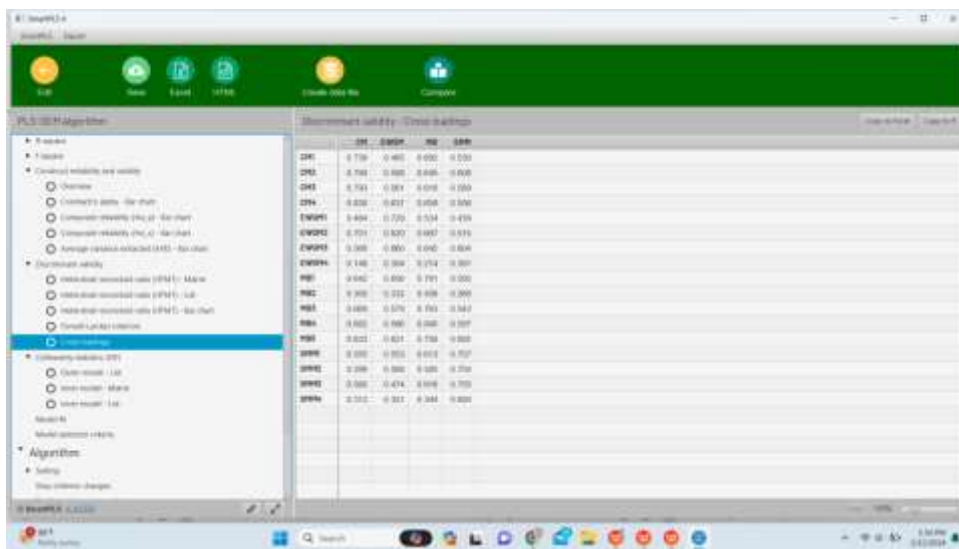
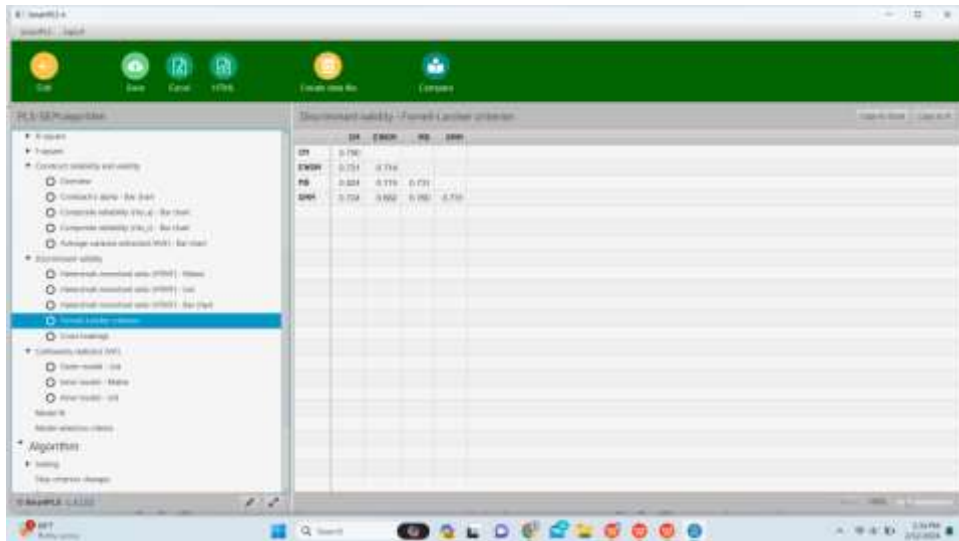
The screenshot displays the 'Construct reliability and validity - Overview' window in SmartPLS. The table below shows the results for four constructs: CR, ENWP, MB, and SPM.

Construct	Construct's alpha	Composite reliability (rho_c)	Composite reliability (rho_a)	Average variance extracted (AVE)
CR	0.937	0.938	0.938	0.624
ENWP	0.847	0.742	0.708	0.595
MB	0.771	0.808	0.807	0.632
SPM	0.734	0.705	0.628	0.594

Discriminant Validity (HTMT, Fornell Lacker, Cross Loading)

The screenshot displays the 'Discriminant validity - Heterotrait-monomethod ratio (HTMT) - Matrix' window in SmartPLS. The table below shows the HTMT values for the four constructs: CR, ENWP, MB, and SPM.

	CR	ENWP	MB	SPM
CR	0.000			
ENWP	0.000	0.000		
MB	0.000	0.000	0.000	
SPM	0.000	0.000	0.000	0.000



Path Coefficients

StatCrunch - Fitted Effects Model - Mean DTDCX

	Original sample (N)	Sample mean (PS)	Standard deviation (STDEV)	T-statistic (DTDCX)	P-value
DM ~ RB	0.934	0.952	0.011	2.827	0.006
EWOR ~ DM	0.624	0.612	0.007	-2.896	0.006
EWOR ~ RB	0.717	0.709	0.008	-4.674	0.000
DM ~ DM	0.634	0.626	0.008	-3.090	0.003
DM ~ EWOR	0.652	0.646	0.012	-5.018	0.000

Colinearity Statistics

StatCrunch - PLS-SEM algorithm

Colinearity statistics (VIF) - base model - Matrix

	DM	EWOR	RB	DMR
DM			2.000	
EWOR	1.000		2.000	
RB				1.000
DMR	1.000	1.000		

R Square and Adjusted R Square

R-square - Overview

	R square	R square adjusted
CR	0.600	0.514
EWOR	0.484	0.400
ER	0.747	0.742

F Square

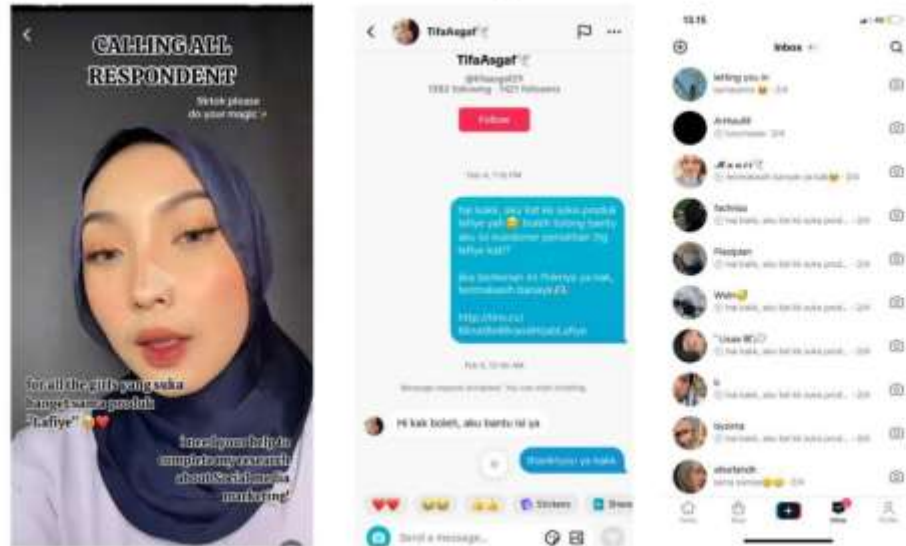
F-square - List

	F square
CR → ER	0.204
EWOR → CR	0.204
EWOR → ER	0.200
ER → CR	0.200
ER → EWOR	0.207

Lampiran VII

Dokumentasi Penyebaran Kuisoner

Sebar Kuesioner di platform TikTok



Sebar Kuesioner di platform X(Twitter)

