

LAMPIRAN

Lampiran I

(Kuesioner Penelitian)

KUESIONER PENELITIAN

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i responden,

Dalam rangka penyelesaian penelitian, saya Alivia Rizky mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Angkatan 2020 di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.

Bermaksud untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul "**Pengaruh *Push Digital Marketing* dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung**". Untuk itu saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner ini dengan lengkap, jujur dan tanpa adanya pengaruh dari siapapun untuk kepentingan penelitian. Data yang saya kumpulkan melalui kuesioner ini murni digunakan untuk tujuan penelitian dan diperlakukan secara konfidensial. Atas segala partisipasi dan meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam penelitian ini, saya ucapkan banyak terimakasih.

Bandar Lampung 25 Januari 2024

Alivia Rizky

Panduan Pengisian Kuesioner

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 diolah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.
4. Dengan keterangan berikut :

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

SCREENING RESPONDEN:

1. Darimana anda mengetahui produk Spaghetti Tulang Lampung? : Digital Marketing (Tiktok, FB, Instagram, WA dan Google)
 Influencer
 Lainnya
2. Apakah anda mengkonsumsi produk Spaghetti Tulang Lampung lebih dari 3 kali? : Ya, jika Ya lanjut ke halaman berikutnya
 Tidak, jika Tidak stop disini.
Terimakasih

IDENTITAS RESPONDEN:

1. Nama :
2. Email :
3. Gender :
4. Umur :

5. Asal Kota

DAFTAR PERNYATAAN

<i>1. Push Digital Marketing</i>						
No.	Pernyataan	STS	Skala Interval			SS
		1	2	3	4	5
Tiktok Ads						
1.	Informasi tentang produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung yang disampaikan melalui Tik Tok sangat menarik					
2.	UMKM Spaghetti Tulang Lampung selalu terbuka dalam menanggapi komentar dan pertanyaan dari konsumen melalui Tiktoknya					
3.	Informasi mengenai produk melalui Tiktok UMKM Spaghetti Tulang Lampung memudahkan saya dalam memilih produk sesuai kebutuhan saya					
Meta Ads						
4.	Melalui Instagram UMKM Spaghetti Tulang Lampung membuat saya tidak ketinggalan dengan informasi produk terbarunya					
5.	Informasi yang disampaikan melalui Instagram UMKM Spaghetti Tulang Lampung mengenai produknya membuat saya tertarik untuk					

	memberikan like, comment, dan share ke teman					
6.	saya merasa nyaman ketika berinteraksi langsung saat membeli produk melalui Whatsapp UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
Google Ads						
7.	Produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung yang ada di google membuat saya tertarik untuk menelusuri informasi terbarunya					
8.	Sangat mudah menemukan informasi tentang produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung di Google					
9.	Produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung yang terdapat di google membuat saya ingin repeat order					

2. Influencer						
No.	Pernyataan	STS		Skala Interval		SS
		1	2	3	4	5
Kepercayaan (Trustworthiness)						
1.	Saya percaya kepada infuencer yang jasa nya digunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung sehingga membuat saya menjadi yakin dengan kualitas yang terdapat pada produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					

2.	Saya dapat mempercayai kredibilitas yang dimiliki oleh influencer ketika mengiklankan produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
3.	Saya percaya kepada influencer yang jasanya digunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung sehingga mempengaruhi saya untuk mencoba salah satu produk yang dijual oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
Keahlian (Expertise)						
4.	Influencer memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara mendeskripsikan cita rasa pada produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
5.	Pesan-pesan yang disampaikan oleh influencer pada saat mereview produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung dapat tersampaikan dengan jelas					
6.	Seorang influencer dapat Diandalkan dalam mempromosikan produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
Daya Tarik Fisik (Attractiveness)						
7.	Menurut saya influencer pada saat mempromosikan produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung memiliki penampilan yang menarik					

8.	Saya merasa influencer yang bekerja sama dengan UMKM Spaghetti Tulang Lampung sangat ekspresif, pada saat mempromosikan produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
9.	Menurut saya para influencer yang bekerja sama dengan UMKM Spaghetti Tulang Lampung memiliki gaya bicara yang menarik dan meyakinkan					
Kualitas Dihargai (Respect)						
10.	Influencer yang digunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung dikenal baik oleh masyarakat luas					
11.,	Influencer yang di gunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung memiliki prestasi sehingga dapat menarik perhatian konsumen					
12.	Influencer yang digunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung memiliki popularitas yang baik dan dikenali konsumen					
Kesamaan (Similarity)						
13.	Saya memiliki kesamaan karakter dengan influencer yang digunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
14.	Saya memiliki kebutuhan yang sama dengan influencer yang digunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung					

15.	Saya memiliki kesamaan selera dengan influencer yang digunakan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
-----	---	--	--	--	--	--

3. Keputusan Pembelian						
No.	Pernyataan	STS	Skala Interval			SS
		1	2	3	4	5
Pengenalan Masalah						
1.	Saya membeli produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung karena saya membutuhkannya untuk menunjang aktifitas saya					
2.	Saya memutuskan membeli produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung diawali dengan adanya kebutuhan					
3.	Saya memutuskan membeli produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung karena butuh untuk mencoba kuliner baru					
Pencarian Informasi						
4.	Informasi tentang produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung dari teman, keluarga mempengaruhi saya mengambil keputusan untuk membeli					
5.	Informasi melalui sosial media (facebook, instagram, twitter dll) tentang produk UMKM Spaghetti Tulang					

	Lampung dapat mempengaruhi saya menentukan keputusan pembelian					
6.	Informasi melalui influencer tentang produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung dapat mempengaruhi saya menentukan keputusan pembelian					
Evaluasi Alternatif						
7.	Harga akan menjadi pertimbangan saya dalam menentukan keputusan pembelian produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
8.	Kualitas produk akan menjadi pertimbangan saya dalam menentukan keputusan pembelian produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
9.	Pelayanan yang baik akan menjadi pertimbangan saya dalam menentukan keputusan pembelian produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
Keputusan Pembelian						
10.	Saya membeli produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung karena kualitas produk yang baik					
11.	Saya membeli produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung karena rasanya enak dan unik					
12.	Saya membeli produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung karena service yang diberikan sangat baik					
Perilaku Setelah Pembelian						

13.	Saya merasa puas dengan produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					
14.	Informasi dan pengalaman yang di berikan oleh UMKM Spaghetti Tulang Lampung mendorong saya melakukan pembelian ulang					
15.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung					

Lampiran II

(Hasil Jawaban Responden)

Tabulasi Data

Push Digital Marketing (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total (X1)
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
2	3	4	5	5	3	4	3	5	4	36
3	4	5	5	5	5	4	5	5	3	41
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	4	3	2	3	3	2	4	3	28
7	3	3	4	3	5	5	5	5	3	36
8	5	5	3	5	4	5	5	5	4	41
9	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
10	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
11	3	4	5	4	3	3	4	3	4	33
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
14	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	5	5	5	5	3	3	4	38
17	3	5	5	5	5	5	5	5	5	43
18	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
19	5	5	5	5	3	5	4	5	4	41
20	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40
21	4	5	5	5	5	5	4	5	4	42
22	5	4	4	5	3	4	5	5	3	38
23	4	3	4	5	4	5	3	5	5	38
24	4	4	3	4	5	5	5	4	3	37
25	5	4	4	5	4	5	4	4	4	39
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

28	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
29	5	4	3	4	4	4	4	3	5	36
30	5	5	5	4	4	5	4	4	4	40
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
32	5	4	5	4	5	4	4	5	3	39
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
35	5	4	5	4	5	5	5	4	5	42
36	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
37	4	5	5	5	4	5	4	5	4	41
38	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
41	5	4	3	4	5	5	4	5	4	39
42	4	4	5	5	5	5	5	4	4	41
43	5	4	5	4	5	4	3	4	4	38
44	5	3	3	3	3	3	3	3	3	29
45	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
49	5	4	4	3	5	5	3	3	3	35
50	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
52	4	4	4	4	5	3	4	4	3	35
53	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
57	5	5	5	3	4	5	5	3	3	38
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
61	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37

62	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39
63	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
64	3	4	5	5	3	5	4	4	5	38
65	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
66	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
67	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
68	5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
70	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
71	5	5	4	4	4	4	3	3	4	36
72	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40
73	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39
74	5	4	4	5	5	3	3	3	3	35
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
76	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
77	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41
78	4	5	5	5	4	5	2	1	3	34
79	3	5	5	3	3	3	3	4	4	33
80	4	5	5	5	4	4	4	4	5	40
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
82	5	4	5	3	5	5	4	5	4	40
83	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
84	3	5	4	4	5	5	4	4	4	38
85	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42
86	4	5	5	5	3	3	4	5	4	38
87	4	4	3	5	5	3	2	2	3	31
88	5	3	4	5	4	3	2	4	3	33
89	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
91	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
93	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
94	4	4	3	4	5	5	3	4	3	35
95	4	4	4	5	4	3	3	4	3	34

96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
97	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
98	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	36
99	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	36
100	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	37
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
104	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	36
105	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	38
106	5	4	3	4	4	4	4	5	3	2	34
107	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	35

Influencer (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	To tal (X 2) _
1	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	2	4	56
2	4	5	3	2	5	4	4	5	3	5	4	3	5	4	3	59
3	2	3	5	4	4	5	5	4	5	3	3	3	4	2	2	54
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
6	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	3	3	3	3	54
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
8	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	67
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
10	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	67
11	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	57
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	58
13	3	4	5	5	4	5	4	5	4	3	2	3	1	1	3	52
14	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	70
15	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	60
16	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	67
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	3	4	3	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	65
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	69
21	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	64
22	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	3	2	4	5	4	58
23	3	3	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	65
24	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	3	61
25	4	5	5	3	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	4	57
26	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	68
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
28	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	69
29	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	2	4	56
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
31	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	68
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
35	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	72
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	70
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
41	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	70
42	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	64
43	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	62
44	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	47
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

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

73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	57
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
77	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	66
78	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	51
79	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3	52
80	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	71
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
82	5	4	3	3	4	5	4	3	4	5	4	3	3	4	3	57
83	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	53
84	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	57
85	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	70
86	5	4	3	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	65
87	2	3	3	2	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	45
88	1	2	3	4	5	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	45
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	72
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
92	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
93	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68
94	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	3	2	3	5	57
95	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	55
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	57
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	59
99	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59

100	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	48
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
103	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	46
104	5	4	4	5	3	4	5	5	3	3	3	5	3	2	5	59
105	5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	5	57
106	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	5	3	60
107	4	4	4	2	2	5	4	5	3	3	4	4	4	5	3	56

Keputusan Pembelian (Y)

No	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Y. 11	Y. 12	Y. 13	Y. 14	Y. 15	Total (Y)
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
2	2	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	5	62
3	2	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	63
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
6	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	62
7	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63
8	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	68
9	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	71
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
11	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	56
12	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	63
13	3	2	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	64
14	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	71
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
16	4	5	5	4	4	5	2	5	5	4	5	5	5	4	5	67

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	3	3	5	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	5	5	62
20	2	2	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
21	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	62
22	2	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	60
23	3	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	66
24	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	68
25	2	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	62
26	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	70
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
28	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
29	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	66
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
35	3	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	58
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
39	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	69
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
41	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	65
42	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	63
43	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	62
44	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	52
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
47	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	50
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
51	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
52	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	59
53	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	59
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75

55	1	1	4	1	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
57	4	2	2	4	5	5	3	3	5	3	4	4	5	5	4	58
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
62	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	70
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
64	5	4	5	3	5	5	5	4	4	3	5	5	3	3	5	64
65	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66
66	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66
67	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	62
68	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	62
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
70	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	69
71	2	2	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	62
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
74	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	64
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
76	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
77	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	68
78	2	4	3	4	5	2	3	3	3	3	3	3	3	5	3	49
79	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
80	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	74
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
82	3	5	5	3	4	5	5	4	3	5	4	3	4	3	3	59
83	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
84	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
85	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
86	4	4	4	2	2	5	4	4	1	4	5	3	4	4	5	55
87	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	5	3	2	46
88	3	4	3	1	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	50
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
92	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74

93	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	62
94	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	65
95	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
97	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	50
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
99	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59
100	2	2	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	55
101	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	62
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
103	3	2	4	3	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	58
104	2	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	68
105	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	68
106	3	2	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	58
107	3	2	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	58

Lampiran III

Hasil Uji Validitas Push Digital Marketing (X1)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.287**	.061	.155	.322**	.237*	.309**	.237*	.235*	.470**
	Sig. (2-tailed)		.003	.535	.111	.001	.014	.001	.014	.015	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.2	Pearson Correlation	.287**	1	.504**	.348**	.250**	.357**	.409**	.313**	.431**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.009	.000	.000	.001	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.3	Pearson Correlation	.061	.504**	1	.505**	.279**	.409**	.360**	.343**	.485**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.535	.000		.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.4	Pearson Correlation	.155	.348**	.505**	1	.306**	.347**	.337**	.315**	.439**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.111	.000	.000		.001	.000	.000	.001	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.5	Pearson Correlation	.322**	.250**	.279**	.306**	1	.492**	.383**	.260**	.277**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.001	.009	.004	.001		.000	.000	.007	.004	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.6	Pearson Correlation	.237*	.357**	.409**	.347**	.492**	1	.478**	.335**	.435**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.7	Pearson Correlation	.309**	.409**	.360**	.337**	.383**	.478**	1	.618**	.520**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.8	Pearson Correlation	.237*	.313**	.343**	.315**	.260**	.335**	.618**	1	.562**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.000	.001	.007	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
X1.9	Pearson Correlation	.235*	.431**	.485**	.439**	.277**	.435**	.520**	.562**	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
Total_X1	Pearson Correlation	.470**	.648**	.663**	.630**	.595**	.690**	.764**	.695**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107

Hasil Uji Validitas Influencer (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.702**	.505**	.433**	.391**	.519**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.2	Pearson Correlation	.702**	1	.557**	.474**	.509**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.3	Pearson Correlation	.505**	.557**	1	.516**	.428**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.4	Pearson Correlation	.433**	.474**	.516**	1	.614**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.5	Pearson Correlation	.391**	.509**	.428**	.614**	1	.508**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.6	Pearson Correlation	.519**	.543**	.478**	.532**	.508**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107	107
X2.7	Pearson Correlation	.471**	.548**	.356**	.523**	.440**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.8	Pearson Correlation	.494**	.560**	.564**	.498**	.505**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.9	Pearson Correlation	.484**	.459**	.585**	.589**	.571**	.514**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.10	Pearson Correlation	.443**	.553**	.394**	.477**	.633**	.470**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.11	Pearson Correlation	.388**	.378**	.440**	.425**	.542**	.331**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107

Correlations

		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
X2.1	Pearson Correlation	.471**	.494**	.484**	.443**	.388**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.2	Pearson Correlation	.548**	.560**	.459**	.553**	.378**	.430**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.3	Pearson Correlation	.356**	.564**	.585**	.394**	.440**	.472**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.4	Pearson Correlation	.523**	.498**	.589**	.477**	.425**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.5	Pearson Correlation	.440**	.505**	.571**	.633**	.542**	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.6	Pearson Correlation	.502**	.657**	.514**	.470**	.331**	.475**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.7	Pearson Correlation	1	.527**	.540**	.431**	.441**	.482**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.8	Pearson Correlation	.527**	1	.480**	.503**	.468**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.9	Pearson Correlation	.540**	.480**	1	.506**	.511**	.457**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.10	Pearson Correlation	.431**	.503**	.506**	1	.620**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.11	Pearson Correlation	.441**	.468**	.511**	.620**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107

Correlations

		X2.13	X2.14	X2.15	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	.449**	.452**	.506**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.2	Pearson Correlation	.461**	.498**	.452**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.3	Pearson Correlation	.352**	.310**	.439**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.4	Pearson Correlation	.317**	.265**	.570**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.5	Pearson Correlation	.535**	.383**	.439**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.6	Pearson Correlation	.272**	.347**	.351**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.7	Pearson Correlation	.423**	.380**	.410**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.8	Pearson Correlation	.403**	.408**	.381**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.9	Pearson Correlation	.341**	.348**	.493**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.10	Pearson Correlation	.454**	.489**	.485**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
X2.11	Pearson Correlation	.600**	.600**	.538**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y12	Pearson Correlation	.304**	.130	.468**	.274**	.436**	.271**
	Sig. (2-tailed)	.001	.181	.000	.004	.000	.005
	N	107	107	107	107	107	107
Y13	Pearson Correlation	.404**	.255**	.244*	.339**	.313**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.011	.000	.001	.000
	N	107	107	107	107	107	107
Y14	Pearson Correlation	.226*	.148	.292**	.385**	.495**	.269**
	Sig. (2-tailed)	.019	.129	.002	.000	.000	.005
	N	107	107	107	107	107	107
Y15	Pearson Correlation	.318**	.213*	.386**	.282**	.315**	.438**
	Sig. (2-tailed)	.001	.028	.000	.003	.001	.000
	N	107	107	107	107	107	107
Total_Y	Pearson Correlation	.645**	.556**	.642**	.628**	.663**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107

		Correlations					
		Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
Y12	Pearson Correlation	.410**	.578**	.614**	.657**	.587**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107	107
Y13	Pearson Correlation	.347**	.479**	.504**	.527**	.589**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
Y14	Pearson Correlation	.439**	.504**	.516**	.521**	.533**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
Y15	Pearson Correlation	.442**	.529**	.515**	.548**	.687**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
Total_Y	Pearson Correlation	.670**	.738**	.654**	.686**	.743**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107

Correlations

		Y13	Y14	Y15	Total_Y
Y12	Pearson Correlation	.500**	.548**	.654**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
Y13	Pearson Correlation	1	.604**	.555**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107
Y14	Pearson Correlation	.604**	1	.670**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107
Y15	Pearson Correlation	.555**	.670**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107
Total_Y	Pearson Correlation	.685**	.680**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107

Lampiran IV

Hasil Uji Reliabilitas Push Digital Marketing (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.837	.835	9

Hasi Uji Reliabilitas Influencer (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.933	.934	15

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.906	.914	15

Lampiran V

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	INFLUENCE R, PUSH DIGITAL MARKETING ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.564	.555	4.63566

a. Predictors: (Constant), INFLUENCER, PUSH DIGITAL MARKETING

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2885.405	2	1442.702	67.136	.000 ^b
	Residual	2234.894	104	21.489		
	Total	5120.299	106			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), INFLUENCER, PUSH DIGITAL MARKETING

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.964	4.381		3.872	.000
	PUSH DIGITAL MARKETING	.458	.165	.267	2.771	.007
	INFLUENCER	.468	.085	.531	5.514	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN