

# **LAMPIRAN**

## Lampiran I



INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



---

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

### KUISIONER

PENGARUH *MEDIA INFLUENCER* DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW*  
TERHADAP *DIGITAL TRUST* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN GENERASI Z PADA PRODUK *SKINCARE* DI INDONESIA

#### Identitas Penelitian

Nama : Niluh Mona Banowati

NPM : 2112110198

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Alamat : Jl. Palapa 5A, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung

Email : [niluhmonabanowati@gmail.com](mailto:niluhmonabanowati@gmail.com)

Bandar Lampung, 21 Desember 2024

Peneliti

**Niluh Mona Banowati**

**NPM.2112110198**



INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



---

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

Perihal : Permohonan bantuan pengisian kuisioner penelitian

Kepada Yth : Bapak/Ibu Saudara/i

Dengan Hormat,

Berkaitan dengan kegiatan penyusunan skripsi yang diajukan sebagai salah satu persyaratan kelulusan pendidikan Strata 1 Manajemen IIB Darmajaya, saya :

Nama : Niluh Mona Banowati

NPM : 2112110198

Melaksanakan penelitian dengan judul **“PENGARUH *MEDIA INFLUENCER* DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP *DIGITAL TRUST* DAN *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z* PADA *PRODUK SKINCARE* DI INDONESIA”** dengan segenap hati memohon kebersediaan Bapak/Ibu Saudara/i dalam mengisi kuisioner berikut ini dengan jujur. Data informasi yang anda berikan adalah sebenar-benarnya digunakan sebagai kepentingan penyusunan skripsi semata. Atas perhatian dan kebersediaan Bapak/Ibu Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 21 Desember 2024

Peneliti

**Niluh Mona Banowati**

**NPM. 2112110198**

**Panduan pengisian pernyataan:**

1. Jawablah pernyataan yang diajukan berikut dengan benar dan jujur.
2. Dimohon agar menjawab semua pernyataan tanpa ada yang terlewat.
3. Berilah tanda (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.
4. Keterangan:

	Skala Interval					
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Sangat Setuju</b>

**SCREENING RESPONDEN**

**Apakah anda pernah membeli produk skincare?**

- Ya, jika Ya maka silahkan berlanjut ke pertanyaan berikutnya.**
- Tidak, jika Tidak maka silahkan berhenti sampai disini. Terimakasih.**

**Pernah membeli jenis produk *Skincare*:**

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pembersih wajah | <input type="checkbox"/> Toner     |
| <input type="checkbox"/> Exfoliator      | <input type="checkbox"/> Serum     |
| <input type="checkbox"/> Pelembab        | <input type="checkbox"/> Sunscreen |
| <input type="checkbox"/> Spot Treatment  | <input type="checkbox"/> Eye cream |
| <input type="checkbox"/> Lainnya         |                                    |

**IDENTITAS RESPONDEN**

- Jenis Kelamin** :  Laki-Laki  
 Perempuan
- Umur** : \_\_\_\_\_
- Daerah Asal** : \_\_\_\_\_  
**(Nama Kota/Kabupaten)**
- Pendidikan Terakhir** :  SMP  
 SMA/SMK/MAN Sederajat  
 Vokasi  
 Strata 1  
 Strata 2
- Pekerjaan** :  Pelajar  
 Mahasiswa  
 Wiraswasta  
 Karyawan swasta  
 Karyawan BUMN  
 PNS/ASN  
 Ibu Rumah Tangga
- Media Sosial yang digunakan** :  WhatsApp  
 Instagram  
 FaceBook  
 Tiktok  
 Lainnya
- Media Influencer dikenali** :  Tasya Farasya  
 Jovi Adhiguna  
 Rachel Goddard  
 Gendhis Momo  
 Suhay Salim

- Jharna Bhagwani  
 Aghnia Punjabi  
 Tyna Kanna Mirdad  
 Lainnya

TABEL PERNYATAAN KUISIONER

No.	Kuisisioner Penelitian							
	Instrumen Skala							
	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
<b><i>Online Consumer Review (OCR)</i></b>								
1.	Saya mempercayai ulasan orang lain berkaitan dengan produk <i>skincare</i> secara <i>online</i> selalu dapat diandalkan.							
2.	Kualitas dari ulasan konsumen mengenai produk <i>skincare</i> yang saya beli sangat objektif.							
3.	Terdapat banyak ulasan konsumen terhadap produk <i>skincare</i> yang saya beli.							
4.	Banyak ulasan positif dari konsumen produk <i>skincare</i> yang saya beli.							
<b><i>Media Influencer (MI)</i></b>								
5.	<i>Media influencer</i> yang mengulas produk <i>skincare</i> yang saya beli dikenal banyak orang.							

6.	<i>Media influencer</i> yang membahas produk <i>skincare</i> yang saya pakai menarik perhatian banyak orang.						
7.	<i>Media influencer</i> yang membahas produk <i>skincare</i> yang saya pakai disukai banyak orang.						
8.	Pendapat dari <i>media influencer</i> mengenai produk <i>skincare</i> dapat mempengaruhi saya dan penonton lain.						
<b><i>Digital Trust (DT)</i></b>							
9.	Saya percaya bahwa produk <i>skincare</i> yang saya beli dapat dipercaya kualitasnya.						
10.	Saya percaya bahwa produk <i>skincare</i> yang saya gunakan tidak melakukan <i>overclaim</i> .						
11.	Saya percaya bahwa produk tersebut berdampak baik sesuai dengan yang dijanjikan.						
12.	Saya meyakini setiap penjelasan dan deskripsi produk sesuai dengan keadaan sebenarnya.						
13.	Saya percaya bahwa produk <i>skincare</i> yang saya gunakan aman dalam pemakaian jangka panjang.						
<b>Keputusan Pembelian (KP)</b>							
14.	Saya pasti akan membeli produk <i>skincare</i> yang saya pilih untuk						

	jangka panjang.						
15.	Saya pasti akan membeli produk <i>skincare</i> berdasarkan merek yang disukai.						
16.	Saya akan membeli lagi produk <i>skincare</i> yang saya pilih dalam waktu dekat.						
17.	Saya bersedia melakukan pembayaran dengan metode yang tersedia dalam pembelian produk <i>skincare</i> .						

## Lampiran II

Hasil Jawaban Responden

### Tabulasi Data

#### *Media Influencer (MI)*

<i>MI1</i>	<i>MI2</i>	<i>MI3</i>	<i>MI4</i>	TOTAL MI
4	5	4	5	18
4	4	4	5	17
5	4	5	3	17
4	4	5	5	18
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
3	3	2	2	10
5	5	4	4	18
5	5	3	5	18
5	4	5	5	19
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20



5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	4	3	4	14
4	4	4	5	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	3	16
1	1	1	1	4
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
3	4	3	2	12
5	5	4	3	17
3	4	4	4	15
3	3	3	3	12
4	4	5	5	18
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
3	4	3	5	15
5	4	4	4	17
5	4	5	5	19
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
2	2	3	3	10
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	2	4	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
1	1	1	1	4
3	4	4	4	15
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	1	2	2	7
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	3	3	16
5	5	5	5	20
4	3	4	3	14
5	5	5	5	20
3	3	5	5	16
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16

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

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
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

### Tabulasi Data

#### *Online Consumer Review (OCR)*

OCR1	OCR2	OCR3	OCR4	TOTAL OCR
2	3	4	3	12
3	3	4	3	13
5	5	4	4	18
4	5	5	5	19
2	3	5	5	15
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
3	3	5	5	16
4	3	5	5	17
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	3	5	3	15
3	3	3	3	12
2	3	4	4	13
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

4	4	4	3	15
1	3	1	1	6
4	4	5	4	17
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
2	3	4	4	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
5	5	4	5	19
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
2	3	4	4	13
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
3	4	4	4	15
4	3	4	5	16
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
2	1	4	3	10
2	2	4	4	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	3	4	4	13
3	4	4	4	15
4	4	5	5	18
2	3	3	2	10
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16

2	2	1	1	6
4	4	2	5	15
4	4	5	5	18
3	3	4	4	14
3	4	5	5	17
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	4	3	13
2	3	2	2	9
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
3	4	4	4	15
4	4	5	4	17
4	4	3	4	15
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
3	4	3	3	13
3	4	5	4	16
2	4	5	5	16
4	4	3	5	16
4	3	4	5	16
3	3	3	3	12
2	2	2	3	9
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
3	5	5	5	18
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	4	5	4	17
4	3	5	5	17
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18

5	5	5	5	20
2	3	4	4	13
3	3	4	3	13

### Tabulasi Data

#### *Digital Trust (DT)*

DT1	DT2	DT3	DT4	DT5	TOTAL DT
3	5	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
3	2	3	2	3	13
5	5	4	4	4	22
5	5	5	3	5	23
4	3	4	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
4	5	3	4	4	20
1	1	1	1	1	5
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25



5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20
3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
4	3	3	3	4	17
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	3	4	19
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	2	3	3	4	16
4	3	3	3	3	16
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
2	3	2	3	2	12
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18
1	2	1	1	1	6
5	4	5	4	5	23
5	5	4	5	5	24
4	4	3	4	4	19
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	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
2	3	1	5	2	13
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
5	4	4	5	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	4	5	22
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15
3	2	2	2	4	13
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19
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	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	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	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	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	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	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	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	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
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	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	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
3	4	3	3	3	16
3	4	4	3	4	18

**Tabulasi Data****Keputusan Pembelian (KP)**

<b>KP1</b>	<b>KP2</b>	<b>KP3</b>	<b>KP4</b>	<b>TOTAL KP</b>
4	5	4	3	16
4	5	4	3	16
4	5	5	5	19
5	5	4	4	18
5	4	1	5	15
3	3	3	4	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	2	3	4	13
4	4	4	4	16
2	4	3	3	12
4	4	4	4	16
5	3	3	5	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	3	3	3	14
5	5	5	4	19
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	5	4	4	17
1	1	1	1	4
4	4	4	4	16
5	4	3	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	2	5	17
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	5	5	5	18

4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	2	2	3	11
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	1	4	13
5	5	5	5	20
1	2	2	4	9
4	4	4	4	16
5	4	3	4	16
3	5	4	3	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	2	3	1	9
4	3	2	4	13
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	1	5	5	14
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
3	2	3	2	10
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
2	1	1	1	5
5	1	2	3	11
4	4	4	5	17
4	3	4	4	15
5	5	4	4	18
4	5	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
1	3	3	4	11

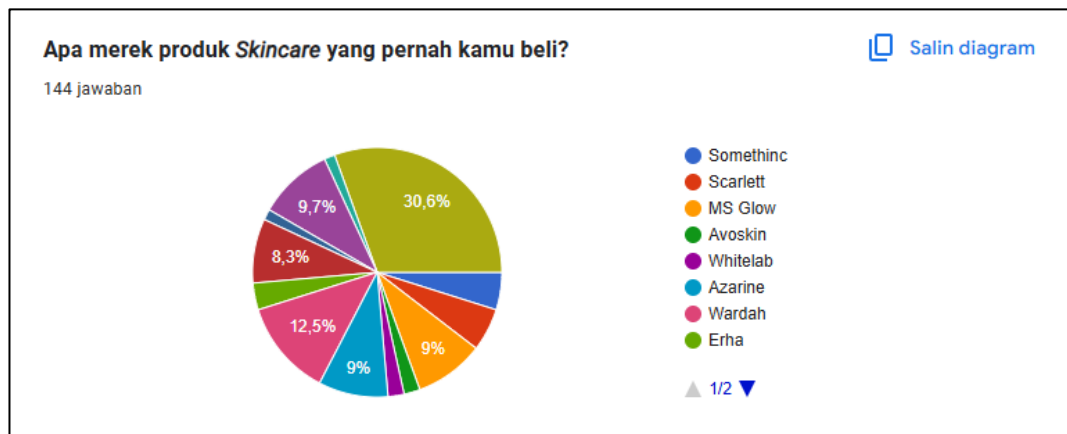
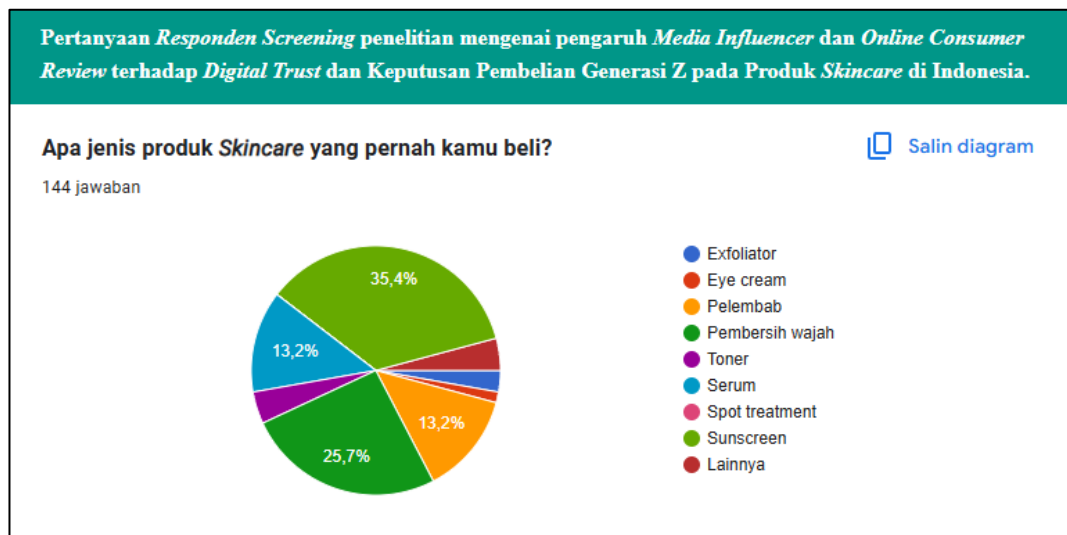


5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
3	3	3	2	11
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
3	3	3	3	12

### Lampiran III

#### Hasil Jawaban Kuisisioner

#### Identitas Responden/*Responden Screening*

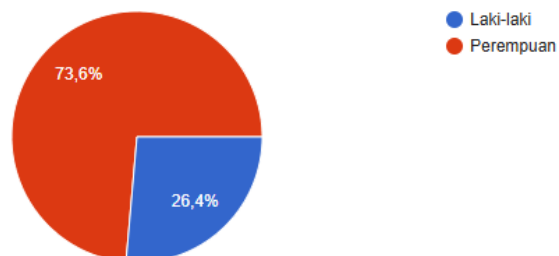




### Jenis Kelamin

144 jawaban

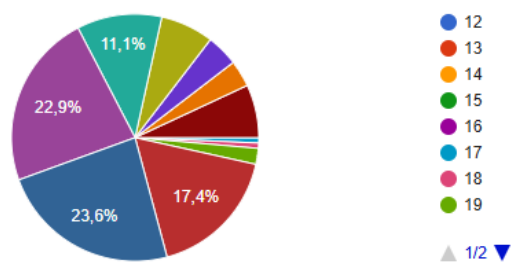
[Salin diagram](#)



### Berapa usia kamu?

144 jawaban

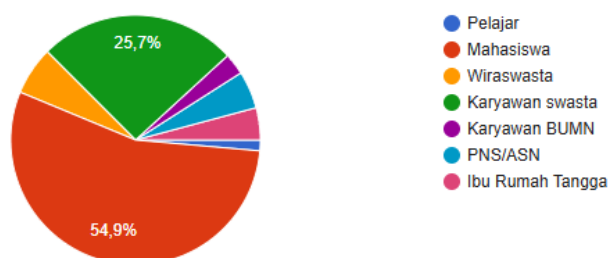
[Salin diagram](#)



### Silahkan mengisi status/pekerjaan kamu dengan memilih opsi berikut ini.

144 jawaban

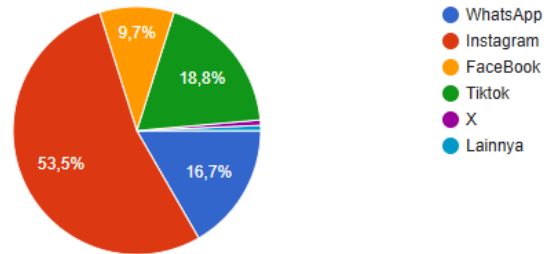
[Salin diagram](#)



### Apa media sosial yang kamu gunakan?

144 jawaban

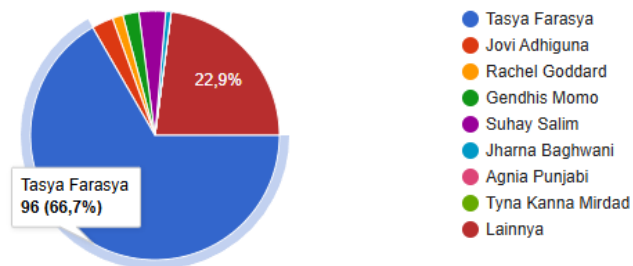
[Salin diagram](#)



### Siapa *Media Influencer* yang kamu kenali?

144 jawaban

[Salin diagram](#)

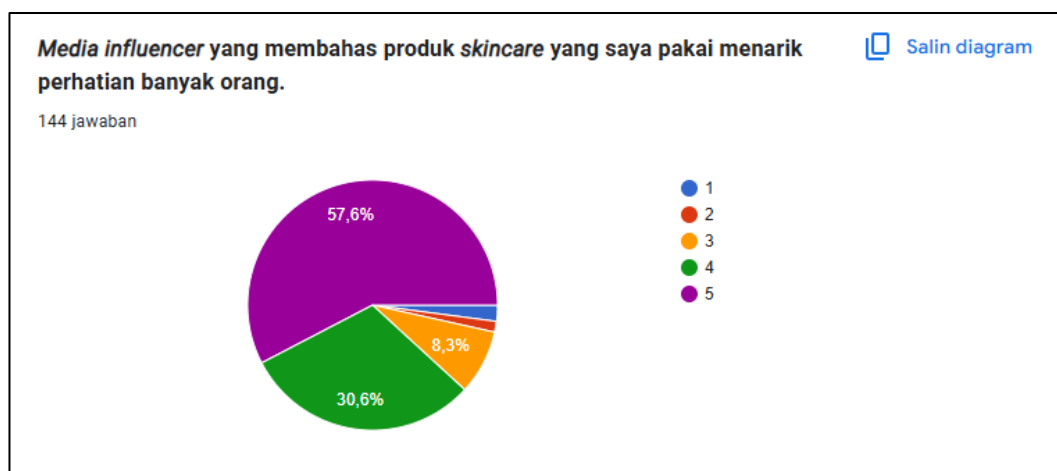
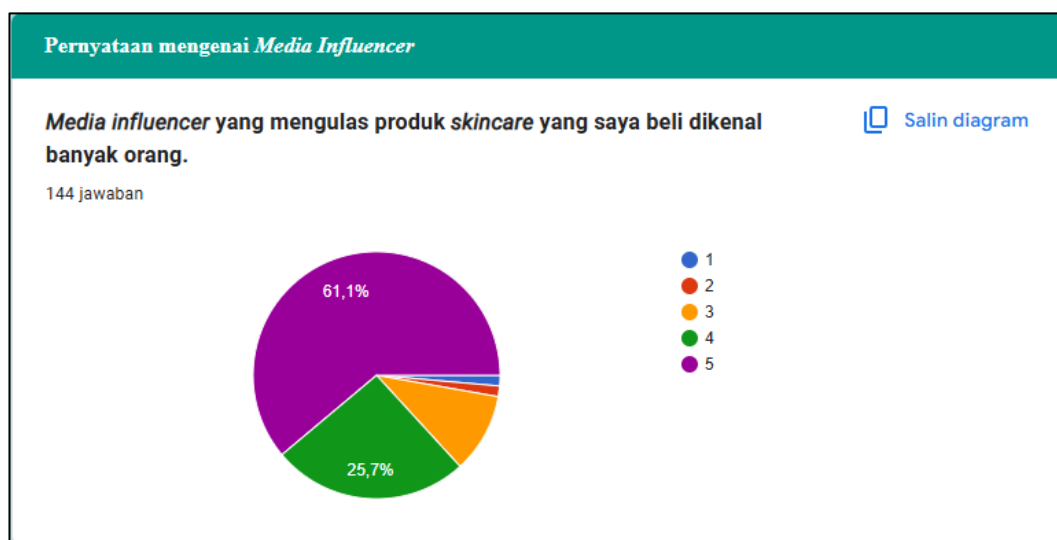


## Lampiran IV

Hasil Jawaban Responden

### Instrumen Pernyataan

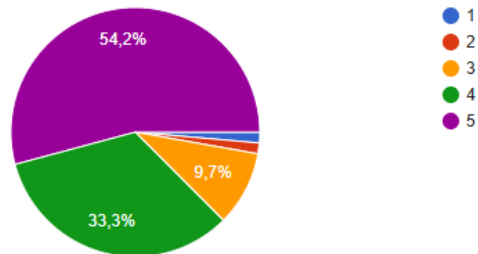
#### *Media Influencer*



**Media influencer yang membahas produk *skincare* yang saya pakai disukai banyak orang.**

[Salin diagram](#)

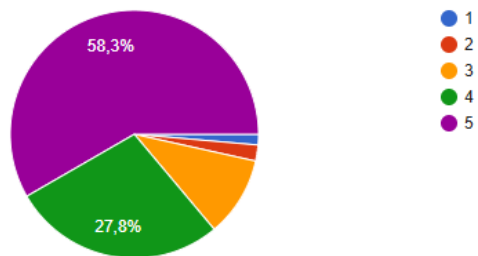
144 jawaban



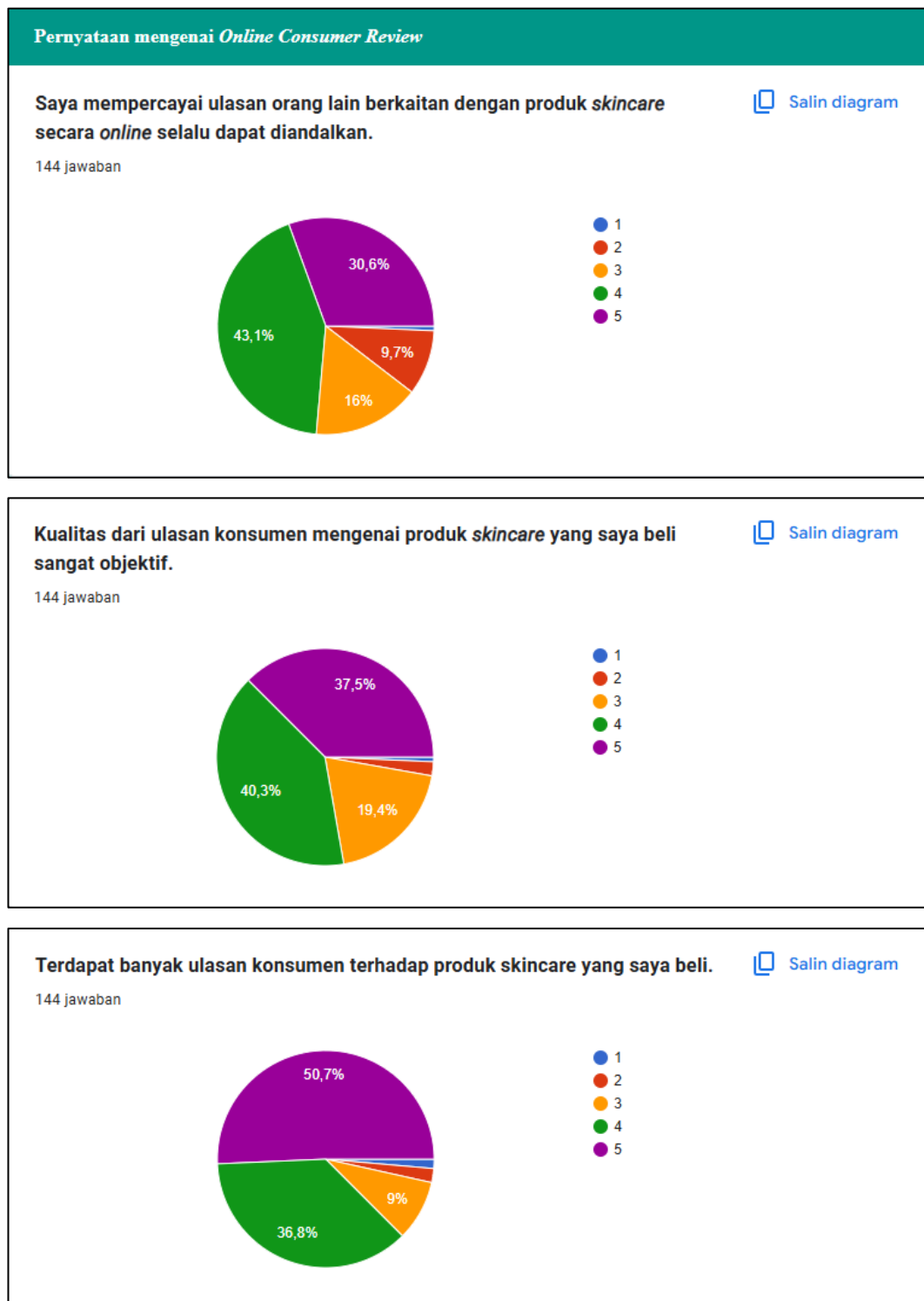
**Pendapat dari *media influencer* mengenai produk *skincare* dapat mempengaruhi saya dan penonton lain.**

[Salin diagram](#)

144 jawaban



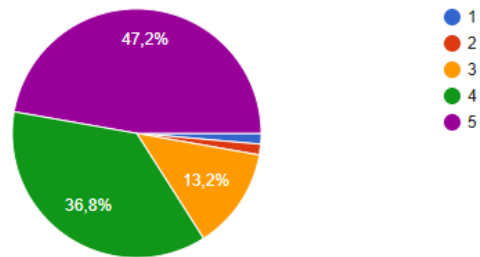
## Online Consumer Review



Banyak ulasan positif dari konsumen produk *skincare* yang saya beli.

[Salin diagram](#)

144 jawaban



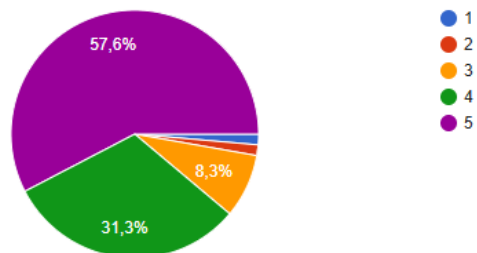
### Digital Trust

Pernyataan mengenai *Digital Trust* (Kepercayaan Digital)

Saya percaya bahwa produk *skincare* yang saya beli dapat dipercaya kualitasnya.

[Salin diagram](#)

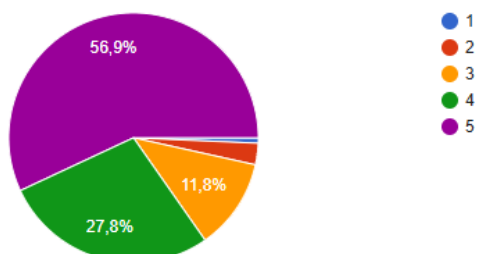
144 jawaban



Saya percaya bahwa produk *skincare* yang saya gunakan tidak melakukan *overclaim*.

[Salin diagram](#)

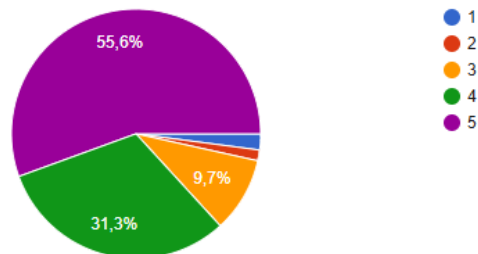
144 jawaban



Saya percaya bahwa produk tersebut berdampak baik sesuai dengan yang dijanjikan.

[Salin diagram](#)

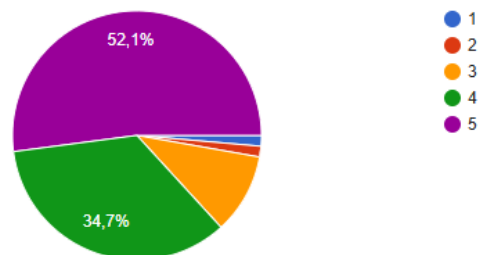
144 jawaban



Saya meyakini setiap penjelasan dan deskripsi produk sesuai dengan keadaan sebenarnya.

[Salin diagram](#)

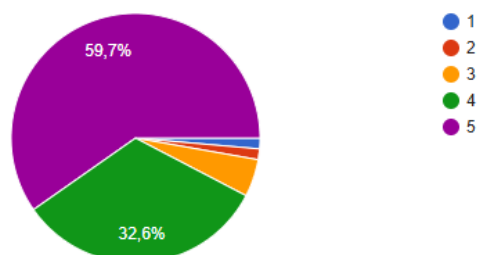
144 jawaban



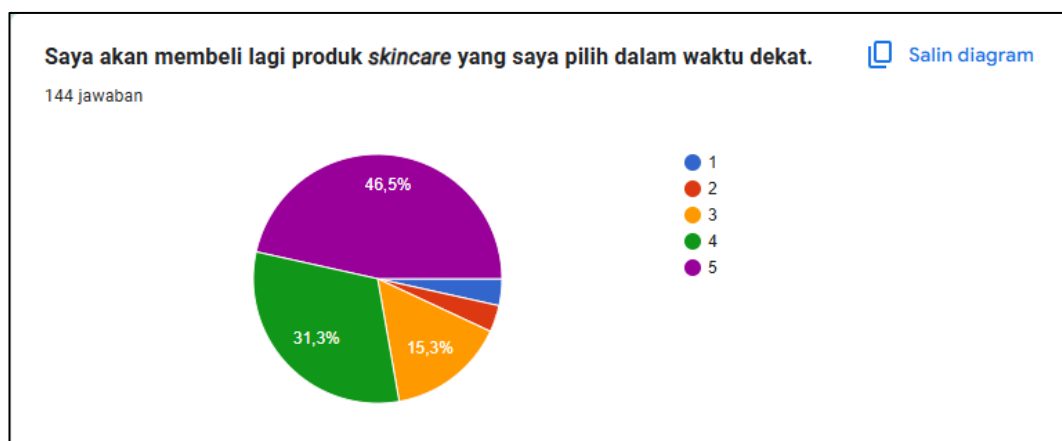
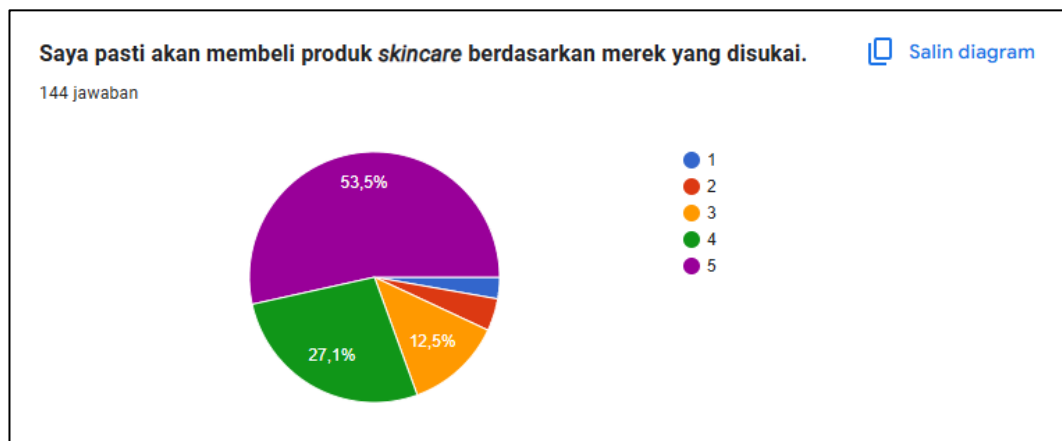
Saya percaya bahwa produk *skincare* yang saya gunakan aman dalam pemakaian jangka panjang.

[Salin diagram](#)

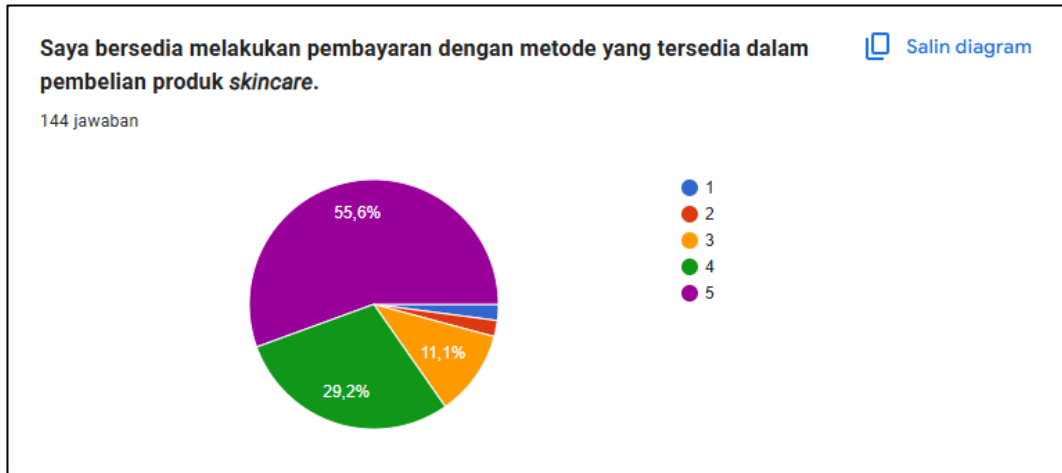
144 jawaban



## Keputusan Pembelian



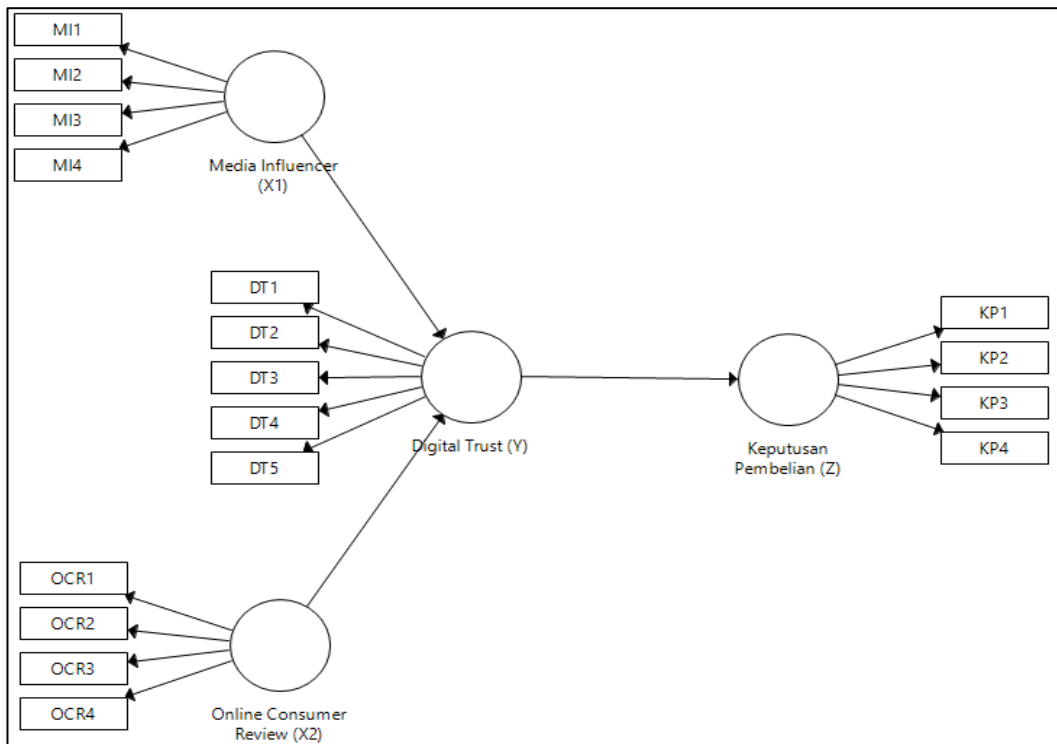




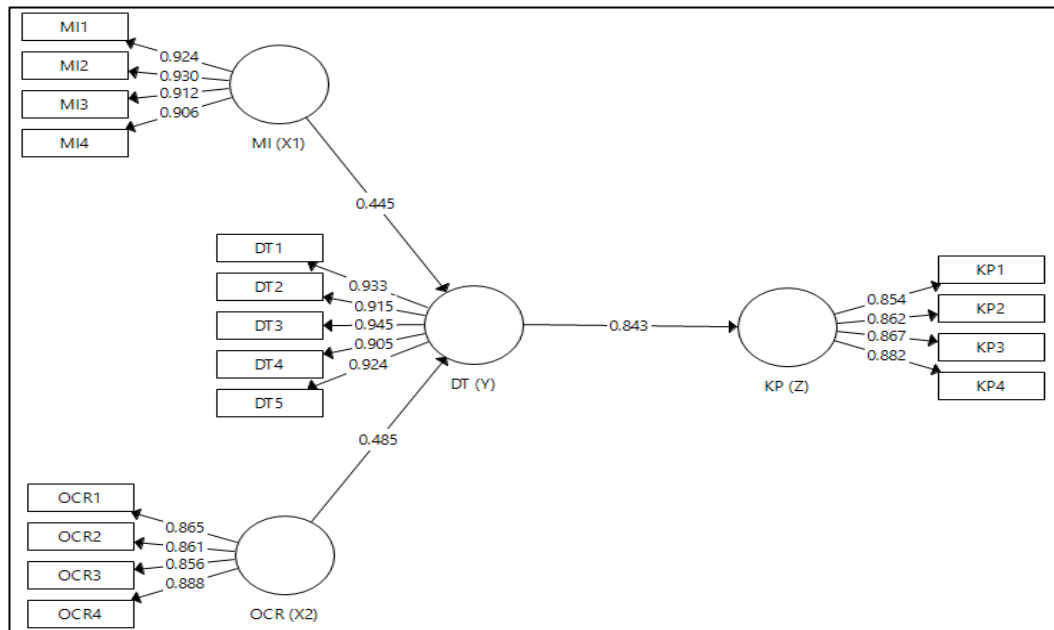
**Lampiran V**

Hasil Uji SEM-PLS (SmartPLS)

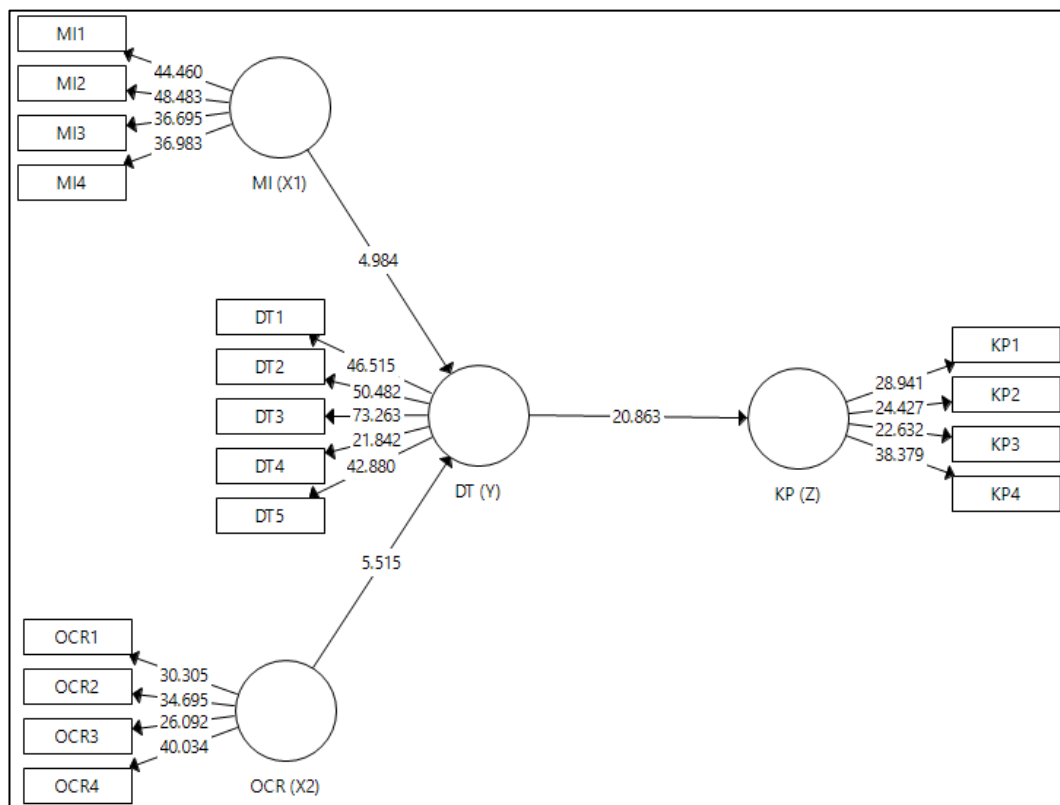
**Skema PLS**



**PLS SEM Algorithm Result Outer Model**



**PLS SEM Bootstrapping Result Inner Model**



### *Construct Reliability and Validity*

Construct Reliability and Validity				
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Digital Trust	0,958	0,958	0,967	0,855
Keputusan Pembelian	0,889	0,892	0,923	0,750
Media Influencer	0,938	0,938	0,955	0,843
Online Consumer Review	0,891	0,895	0,924	0,753

### *Discriminant Validity*

Fornell-Larcker Criterion				
	Digital Trust	Keputusan Pembelian	Media Influencer	Online Consumer Review
Digital Trust	0,925			
Keputusan Pembelian	0,843	0,866		
Media Influencer	0,817	0,747	0,918	
Online Consumer Review	0,826	0,841	0,767	0,868

Cross Loadings				
	Digital Trust	Keputusan Pembelian	Media Influencer	Online Consumer Review
DT1	0,933	0,764	0,772	0,768
DT2	0,915	0,765	0,705	0,720
DT3	0,945	0,769	0,780	0,793
DT4	0,905	0,814	0,746	0,777
DT5	0,924	0,784	0,772	0,760
KP1	0,757	0,854	0,646	0,707
KP2	0,685	0,862	0,611	0,685
KP3	0,685	0,867	0,656	0,719
KP4	0,785	0,882	0,672	0,795
MI1	0,731	0,672	0,924	0,684
MI2	0,757	0,668	0,930	0,684
MI3	0,737	0,708	0,912	0,727
MI4	0,773	0,695	0,906	0,721
OCR1	0,673	0,715	0,655	0,865
OCR2	0,645	0,669	0,551	0,861
OCR3	0,766	0,789	0,746	0,856
OCR4	0,767	0,734	0,691	0,888

**Path Coefficient**

<b>Final Results</b>				
Path Coefficients				
	Digital Trust	Keputusan Pembelian	Media Influencer	Online Consumer Review
Digital Trust		0,843		
Keputusan Pembelian				
Media Influencer	0,445			
Online Consumer Review	0,485			

**Colinearity Statistics**

Inner VIF Values				
	Digital Trust	Keputusan Pembelian	Media Influencer	Online Consumer Review
Digital Trust		1,000		
Keputusan Pembelian				
Media Influencer	2,429			
Online Consumer Review	2,429			

**R-Square and Adjusted R-Square**

<b>Quality Criteria</b>		
R Square		
	R Square	R Square Adjusted
Digital Trust	0,764	0,761
Keputusan Pembelian	0,711	0,709

**F-Square Value**

f Square				
	Digital Trust	Keputusan Pembelian	Media Influencer	Online Consumer Review
Digital Trust		2,459		
Keputusan Pembelian				
Media Influencer	0,346			
Online Consumer Review	0,410			

## Lampiran VI

### Dokumentasi Penyebaran Kuisioner

