

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

Kepada YTH
Bapak/Saudara
Responden
Di Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka penyelesaian penelitian untuk keperluan skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KOPI KETJE PANGLIMA POLIM DI BANDAR
LAMPUNG**

Bersama ini saya :

Nama	: Aria Badaruddin
NPM	: 2112110032
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Dosen Pembimbing	: Novita Sari, S.Sos., M.M

Bermaksud untuk mengajukan kuesioner dalam rangka pengumpulan data yang selanjutnya akan dianalisis untuk kepentingan penyusunan skripsi. Kuesioner dalam penelitian ini hanya bersifat akademik dan bukan untuk dipublikasikan. Mohon kesediaan saudara/i untuk bisa meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner ini. Atas partisipasi dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Aria Badaruddin

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur : ☐ < 17 tahun ☐ 17 - 25 tahun
☐ 26 - 35 tahun ☐ 36 - 45 tahun
☐ > 45 tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki- Laki ☐ Perempuan
4. Pendidikan Terakhir : ☐ SMA/SMK/Sederajat ☐ Diploma
☐ S1 ☐ S2
☐ S3
5. Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Karyawan Swasta
☐ Pegawai Negeri
☐ Wiraswasta

***Petunjuk Pengisian Kuesioner :**

Isilah semua nomor dalam angket ini dan sebaiknya jangan ada yang terlewatkan. Pengisian jawaban cukup dengan memberi tanda (X atau √) pada pernyataan yang dianggap sesuai dengan pendapat responden (satu jawaban dalam setiap nomor pernyataan).

Pilihlah jawaban :

- SS** : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

(*) Kuesioner ini di isi oleh konsumen kopi ketje panglima polim di bandar lampung

KUESIONER VARIABEL PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya pertama kali tahu tentang Kopi Ketje Panglima polim karena melihat postingan mereka di Instagram.					
2	Konten Instagram Kopi Ketje Panglima polim menurut saya cukup menarik dan membuat saya penasaran untuk coba.					
3	Saya merasa tertarik untuk membeli setelah melihat promosi di Instagram Kopi Ketje Panglima polim.					
4	Instagram Kopi Ketje Panglima polim sering memposting informasi produk terbaru.					
5	Promosi berupa diskon atau Event di Instagram mendorong saya membeli.					
6	Tampilan visual (foto/video) di Instagram Kopi Ketje Panglima polim menarik.					
7	Caption dan deskripsi produk di Instagram membantu saya mengenal produk lebih baik.					
8	Saya sering melihat postingan Instagram Kopi Ketje Panglima polim di beranda saya.					
9	Interaksi di komentar Instagram memengaruhi pandangan saya terhadap produk.					
10	Saya mengikuti akun Instagram Kopi Ketje Panglima polim untuk mendapatkan informasi promo.					

KUESIONER VARIABEL ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM)

No.	Pernyataan	SS	S	N	CS	TS
1	Saya pernah membaca ulasan tentang Kopi Ketje Panglima polim di media sosial atau platform online.					
2	Pendapat konsumen lain di media sosial memengaruhi keputusan saya.					
3	Saya mempercayai rekomendasi orang lain di internet tentang Kopi Ketje Panglima polim.					
4	Saya Tertarik membeli produk Kopi Ketje Panglima polim karena membaca review positif.					
5	Saya merasa lebih yakin membeli jika produk banyak direkomendasikan secara online.					
6	Komentar dan ulasan pengguna lain memberi gambaran yang jelas tentang Kopi Ketje Panglima polim.					
7	Saya mencari informasi dari media sosial atau ulasan sebelum membeli.					
8	Saya juga berbagi pengalaman saya tentang Kopi Ketje Panglima polim di media sosial.					
9	Jumlah komentar/review positif di media sosial menjadi pertimbangan saya.					
10	Saya lebih percaya rekomendasi pengguna daripada iklan langsung dari Kopi Ketje Panglima polim.					

KUESIONER VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan membeli Kopi Ketje Panglima polim berdasarkan informasi yang saya lihat di media sosial.					
2	Saya merasa yakin untuk membeli setelah melihat ulasan/rekomendasi online.					
3	Saya memilih Kopi Ketje Panglima polim dibandingkan merek lain setelah melihat promosi atau ulasan.					
4	Saya merasa keputusan membeli Kopi Ketje Panglima polim adalah pilihan yang tepat.					
5	Saya mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan saya sebelum membeli Kopi Ketje Panglima polim.					
6	Saya mencari informasi produk secara aktif sebelum membeli.					
7	Saya merasa puas dengan pembelian saya di Kopi Ketje Panglima polim.					

LAMPIRAN II

UMUR

		UMUR			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Tahun	116	82,9	82,9	82,9
	26-35 Tahun	24	17,1	17,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

JENIS KELAMIN

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	100	71,4	71,4	71,4
	Perempuan	40	28,6	28,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PENDIDIKAN TERAKHIR

		PENDIDIKAN TERAKHIR			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK/S	65	46,4	46,4	46,4
	EDERAJAT				
	DIPLOMA	4	2,9	2,9	49,3
	S1	65	46,4	46,4	95,7
	S2	6	4,3	4,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PEKERJAAN

		PEKERJAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PELAJAR/MAHASISWA	84	60,0	60,0	60,0
	KARYAWAN SWASTA	25	17,9	17,9	77,9
	PEGAWAI NEGERI	17	12,1	12,1	90,0
	WIRASWASTA	14	10,0	10,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 1**PROMOSI INSTAGRAM 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	4,3	4,3	4,3
	NETRAL	39	27,9	27,9	32,1
	SETUJU	19	13,6	13,6	45,7
	SANGAT SETUJU	76	54,3	54,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 2**PROMOSI INSTAGRAM 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	2,1	2,1	2,1
	NETRAL	57	40,7	40,7	42,9
	SETUJU	5	3,6	3,6	46,4
	SANGAT SETUJU	75	53,6	53,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 3**PROMOSI INSTAGRAM 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1,4	1,4	1,4
	NETRAL	48	34,3	34,3	35,7
	SETUJU	1	,7	,7	36,4
	SANGAT SETUJU	89	63,6	63,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 4**PROMOSI INSTAGRAM 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	4,3	4,3	4,3
	NETRAL	52	37,1	37,1	41,4
	SETUJU	5	3,6	3,6	45,0
	SANGAT SETUJU	77	55,0	55,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 5

PROMOSI INSTAGRAM 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	4,3	4,3	4,3
	NETRAL	24	17,1	17,1	21,4
	SETUJU	13	9,3	9,3	30,7
	SANGAT SETUJU	97	69,3	69,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 6

PROMOSI INSTAGRAM 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	5	3,6	3,6	3,6
	NETRAL	48	34,3	34,3	37,9
	SETUJU	13	9,3	9,3	47,1
	SANGAT SETUJU	74	52,9	52,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 7

PROMOSI INSTAGRAM 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	10	7,1	7,1	7,1
	NETRAL	42	30,0	30,0	37,1
	SETUJU	10	7,1	7,1	44,3
	SANGAT SETUJU	78	55,7	55,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 8

PROMOSI INSTAGRAM 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	,7	,7	,7
	TIDAK SETUJU	6	4,3	4,3	5,0
	NETRAL	36	25,7	25,7	30,7
	SETUJU	27	19,3	19,3	50,0
	SANGAT SETUJU	70	50,0	50,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 9

PROMOSI INSTAGRAM 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	4,3	4,3	4,3
	NETRAL	44	31,4	31,4	35,7
	SETUJU	11	7,9	7,9	43,6
	SANGAT SETUJU	79	56,4	56,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

PROMOSI INSTAGRAM 10

PROMOSI INSTAGRAM 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	2,1	2,1	2,1
	TIDAK SETUJU	9	6,4	6,4	8,6
	NETRAL	39	27,9	27,9	36,4
	SETUJU	13	9,3	9,3	45,7
	SANGAT SETUJU	76	54,3	54,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 1

EWOM 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	1,4	1,4	1,4
	TIDAK SETUJU	7	5,0	5,0	6,4
	NETRAL	44	31,4	31,4	37,9
	SANGAT SETUJU	87	62,1	62,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 2

EWOM 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	2,1	2,1	2,1
	TIDAK SETUJU	7	5,0	5,0	7,1
	NETRAL	50	35,7	35,7	42,9
	SANGAT SETUJU	80	57,1	57,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 3

EWOM 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	,7	,7	,7
	TIDAK SETUJU	4	2,9	2,9	3,6
	NETRAL	46	32,9	32,9	36,4
	SANGAT SETUJU	89	63,6	63,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 4

EWOM 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	5	3,6	3,6	3,6
	NETRAL	44	31,4	31,4	35,0
	SANGAT SETUJU	91	65,0	65,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 5

EWOM 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	10	7,1	7,1	7,1
	NETRAL	34	24,3	24,3	31,4
	SANGAT SETUJU	96	68,6	68,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 6

EWOM 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	4,3	4,3	4,3
	NETRAL	46	32,9	32,9	37,1
	SETUJU	2	1,4	1,4	38,6
	SANGAT SETUJU	86	61,4	61,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 7

EWOM 7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	10	7,1	7,1	7,1
	NETRAL	45	32,1	32,1	39,3
	SANGAT SETUJU	85	60,7	60,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 8

EWOM 8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	,7	,7	,7
	TIDAK SETUJU	18	12,9	12,9	13,6
	NETRAL	51	36,4	36,4	50,0
	SANGAT SETUJU	70	50,0	50,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 9

EWOM 9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	11	7,9	7,9	7,9
	NETRAL	38	27,1	27,1	35,0
	SANGAT SETUJU	91	65,0	65,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

EWOM 10

EWOM 10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	5	3,6	3,6	3,6
	NETRAL	38	27,1	27,1	30,7
	SANGAT SETUJU	97	69,3	69,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 1**KEPUTUSAN PEMBELIAN 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	1,4	1,4	1,4
	TIDAK SETUJU	11	7,9	7,9	9,3
	NETRAL	33	23,6	23,6	32,9
	SETUJU	1	,7	,7	33,6
	SANGAT SETUJU	93	66,4	66,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 2**KEPUTUSAN PEMBELIAN 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	4,3	4,3	4,3
	NETRAL	49	35,0	35,0	39,3
	SANGAT SETUJU	85	60,7	60,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 3**KEPUTUSAN PEMBELIAN 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	14	10,0	10,0	10,0
	NETRAL	48	34,3	34,3	44,3
	SANGAT SETUJU	78	55,7	55,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 4**KEPUTUSAN PEMBELIAN 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	12	8,6	8,6	8,6
	NETRAL	41	29,3	29,3	37,9
	SANGAT SETUJU	87	62,1	62,1	100,0

Total	140	100,0	100,0
--------------	------------	--------------	--------------

KEPUTUSAN PEMBELIAN 5**KEPUTUSAN PEMBELIAN 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	10	7,1	7,1	7,1
	NETRAL	44	31,4	31,4	38,6
	SANGAT SETUJU	86	61,4	61,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 6**KEPUTUSAN PEMBELIAN 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	,7	,7	,7
	TIDAK SETUJU	5	3,6	3,6	4,3
	NETRAL	42	30,0	30,0	34,3
	SANGAT SETUJU	92	65,7	65,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 7**KEPUTUSAN PEMBELIAN 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1,4	1,4	1,4
	NETRAL	29	20,7	20,7	22,1
	SETUJU	1	,7	,7	22,9
	SANGAT SETUJU	108	77,1	77,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS X1

[illegible]

	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
PRO MOSI INST AGRA M 8	Pearson Correlation	,315**	,268**	,184*	,196*	,187*	,172*	,203*	1	,071	,326**	,552**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,030	,020	,027	,042	,016		,407	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
PRO MOSI INST AGRA M 9	Pearson Correlation	,086	,308**	,294**	,203*	,238**	,228**	,095	,071	1	,184*	,512**
	Sig. (2-tailed)	,314	,000	,000	,016	,005	,007	,262	,407		,029	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
PRO MOSI INST AGRA M 10	Pearson Correlation	,370**	,227**	,183*	,177*	,363**	,088	,136	,326**	,184*	1	,591**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,030	,036	,000	,302	,108	,000	,029		,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
TOTAL PRO MOSI INST	Pearson Correlation	,527**	,539**	,582**	,510**	,458**	,484**	,510**	,552**	,512**	,591**	1

EWO M 5	Pearson	,303**	,222**	,035	,224**	1	,192*	,173*	,169*	,184*	,090	,506**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,683	,008		,023	,041	,045	,030	,289	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
EWO M 6	Pearson	,164	,202*	,149	,227**	,192*	1	,252**	,191*	,043	,106	,487**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,053	,017	,079	,007	,023		,003	,024	,614	,214	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
EWO M 7	Pearson	,210*	,279**	,259**	,255**	,173*	,252**	1	,164	,231**	,138	,579**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,013	,001	,002	,002	,041	,003		,053	,006	,103	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
EWO M 8	Pearson	,152	,219**	,164	,049	,169*	,191*	,164	1	,140	,091	,476**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,072	,009	,053	,568	,045	,024	,053		,099	,287	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
EWO M 9	Pearson	,341**	,145	,182*	,153	,184*	,043	,231**	,140	1	,173*	,508**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,087	,032	,071	,030	,614	,006	,099		,041	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
EWO M 10	Pearson	,187*	,179*	,088	,113	,090	,106	,138	,091	,173*	1	,410**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,027	,034	,300	,182	,289	,214	,103	,287	,041		,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
TOTAL EWO	Pearson Correlation	,618**	,542**	,461**	,530**	,506**	,487**	,579**	,476**	,508**	,410**	1

	Sig. (2-tailed)	,032	,378	,000		,002	,379	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140
KEPUTU SAN PEMBE LIAN 5	Pearson	,115	,258**	,102	,263**	1	,126	,259**	,538**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,176	,002	,232	,002		,137	,002	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140
KEPUTU SAN PEMBE LIAN 6	Pearson	,292**	,128	,266**	,075	,126	1	,214*	,530**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,132	,001	,379	,137		,011	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140
KEPUTU SAN PEMBE LIAN 7	Pearson	,239**	,300**	,369**	,299**	,259**	,214*	1	,647**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,002	,011		,000
	N	140	140	140	140	140	140	140	140
TOTAL KEPUTU SAN PEMBE LIAN	Pearson	,568**	,512**	,587**	,576**	,538**	,530**	,647**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140	140	140	140

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

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

UJI REABILITAS X1

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,711	10

UJI REABILITAS X2**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,688	10

UJI REABILITAS Y**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,728	8

UJI NORMALITAS**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Predicted Value
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	29,5285714
	Std. Deviation	3,37124741
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,048
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

UJI LINIERITAS**X1****ANOVA Table**

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN * TOTAL PROMOSI INSTAGRAM	Between Groups	(Combined)	1358,349	22	61,743	6,552	,000
		Linearity	1178,445	1	1178,445	125,055	,000
		Deviation from Linearity	179,904	21	8,567	,909	,580
	Within Groups		1102,537	117	9,423		

Total		2460,886	139			
--------------	--	-----------------	------------	--	--	--

X2

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN * TOTAL EWOM	Between Groups	(Combined)	1528,279	21	72,775	9,208	,000
		Linearity	1397,459	1	1397,459	176,816	,000
		Deviation from Linearity	130,820	20	6,541	,828	,676
	Within Groups		932,607	118	7,903		
	Total		2460,886	139			

UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t		
	B	Std. Error	Beta				Tolerance
1 (Constant)	1,273	1,830			,696	,488	
TOTAL PROMOSI INSTAGRAM	,278	,052	,355	5,324	,000	,589	1,698
TOTAL EWOM	,399	,050	,526	7,899	,000	,589	1,698

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t		
	B	Std. Error	Beta				Tolerance
1 (Constant)	1,273	1,830			,696	,488	
TOTAL PROMOSI INSTAGRAM	,278	,052	,355	5,324	,000	,589	1,698
TOTAL EWOM	,399	,050	,526	7,899	,000	,589	1,698

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

MODEL SUMMARY**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,801 ^a	,642	,637	2,536

a. Predictors: (Constant), TOTAL EWOM, TOTAL PROMOSI INSTAGRAM

b. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI PARSIAL (UJI-T)

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t		
	B	Std. Error	Beta				Tolerance
1 (Constant)	1,273	1,830			,696	,488	
TOTAL PROMOSI INSTAGRAM	,278	,052	,355	5,324	,000	,589	1,698
TOTAL EWOM	,399	,050	,526	7,899	,000	,589	1,698

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI SIMULTAN (UJI-F)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1579,778	2	789,889	122,817	,000 ^b
	Residual	881,108	137	6,431		
	Total	2460,886	139			

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), TOTAL EWOM, TOTAL PROMOSI INSTAGRAM