

LAMPIRAN

Lampiran 1



KUESIONER

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG

Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Bandar Lampung 35141

Perihal : Permohonan Bantuan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth:

Ibu/saudari

Di Bandar Lampung

Dengan hormat

Sehubungan dengan dilaksanakannya penelitian untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH YOUTUBE VLOGGER INFLUENCE DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z PADA PRODUK KECANTIKAN EMINA DI BANDAR LAMPUNG”**. Saya Nisa Nada Destia, memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia menjadi responden dan memberikan pendapatnya dengan menjawab pertanyaan pada kuesioner ini. Atas perhatian dan kesediaan waktunya, saya ucapkan terima kasih

Bandar Lampung, Januari 2020

Hormat saya

Nisa Nada Destia

1612110489

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Youtube Vlogger Influence dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Generasi Z Pada Produk Kecantikan Emina di Bandar Lampung ”

No. Responden :

1. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa

Sudah pernah melihat/menonton Beauty Vlogger

Ya Tidak

Sudah pernah melihat/mengetahui produk Emina

Ya Tidak

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah dengan teliti dan pahami terlebih dahulu pernyataan yang diajukan serta pilihlah satu jawaban yang paling sesuai
2. Jawablah masing-masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan Anda rasakan dan wajib mengisi semua pernyataan
3. Berilah tanda (√) pada kotak untuk masing-masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan apa yang Anda rasakan. Berikut adalah alternatif jawabannya
 - 1 : Sangat Tidak Setuju
 - 2 : Tidak Setuju
 - 3 : Kurang Setuju
 - 4 : Setuju
 - 5 : Sangat Setuju

Kuesioner Penelitian

1. Youtube Vlogger Influence

a. Attractiveness (Daya Tarik Fisik)

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya tertarik dengan penampilan para Beauty Vlogger					
2	Saya menyukai gaya makeup dari Beauty Vlogger					

b. Trustworthiness (Dapat Dipercaya)

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Tips yang diberikan oleh Beauty Vlogger dapat dimengerti dan diterima dengan baik					
2	Tips yang diberikan oleh Beauty Vlogger sangat bermanfaat					

C. Ekspertize (Keahlian)

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Menurut saya Beauty Vlogger adalah orang yang pintar dalam menggunakan makeup					
2	Saya merasa senang dengan hasil makeup yang ditampilkan oleh Beauty Vlogger					

d. Respect (Kualitas Dihargai)

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	saya merasa saya ingin mengikuti gaya makeup dari para beauty vlogger					
2	Saya merasa para Beauty Vlogger memiliki banyak subscribers karena keahliannya dalam bidang makeup					

e. Similarity (Kesamaan dengan Audience yang di Tuju)

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya adalah orang yang memperhatikan penampilan dan menyukai hal-hal tentang kecantikan.					
2	Saya merasa memiliki kesamaan kebutuhan dengan Beauty Vlogger					

2. Persepsi Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Setelah melihat review produk Emina saya merasa Emina merupakan produk yang saya butuhkan.					
2	Setelah saya melihat review produk Emina saya merasa Emina merupakan produk yang saya harapkan sejak dulu					
3	Setelah melihat review					

	produk Emina saya merasa produk Emina memiliki keunikan dibandingkan produk sejenis					
4	Saya merasa produk Emina merupakan produk yang cocok bagi pemula dalam memakai makeup					

3. Minat Beli

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Setelah melihat review produk Emina saya tertarik untuk membeli produk Emina					
2	Setelah melihat review produk Emina saya akan merekomendasikan produk Emina kepada kerabat saya					
3	Setelah melihat review produk Emina saya merasa mulai menyukai produk Emina daripada produk yang sebelumnya saya gunakan					
4	Setelah melihat review produk Emina saya ingin mengetahui lebih banyak tentang produk Emina					

Lampiran 2

Hasil Pengumpulan 100 Data Kuesioner.

Jawaban Responden

No	Youtube Vlogger Influence										Total X1
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	
1	4	4	3	4	3	3	3	5	5	4	38
2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	35
3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5	38
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
6	4	4	4	4	5	4	2	3	4	4	38
7	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	39
10	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
12	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	36
13	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	14
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	13
16	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	38
17	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	42
20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	38
25	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	34
28	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	44
29	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	45
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	3	5	3	4	4	5	3	3	4	3	37
32	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	46
33	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
34	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	42
35	5	3	5	4	5	4	4	5	4	3	42

36	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	40
37	4	4	3	5	3	4	5	4	5	5	42
38	5	4	3	3	5	4	3	5	3	5	40
39	5	3	5	4	5	4	5	3	3	5	42
40	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
41	5	4	3	4	4	5	5	5	3	3	41
42	5	4	5	3	5	4	5	4	3	5	43
43	4	3	4	5	4	3	3	5	3	5	39
44	5	5	4	5	3	4	3	3	4	4	40
45	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	42
46	3	5	4	4	5	3	5	3	4	5	41
47	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
48	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	44
49	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	43
50	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	38
51	4	5	4	5	3	3	3	4	3	4	38
52	3	4	5	4	3	3	3	4	3	4	36
53	5	5	5	5	3	5	3	4	4	3	42
54	3	3	4	4	3	3	4	5	4	3	36
55	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	41
56	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	35
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	43
59	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	44
60	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	34
61	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	39
62	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44
63	5	4	5	5	3	4	4	5	3	4	42
64	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	38
65	5	4	3	3	4	5	4	4	3	3	38
66	5	4	5	3	5	3	4	3	3	4	39
67	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
68	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	41
69	4	3	5	4	3	4	3	3	4	4	37
70	5	4	5	3	5	4	4	5	3	5	43
71	5	4	5	4	5	3	3	4	5	4	42
72	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	41
73	4	3	5	4	5	3	5	4	4	5	42
74	4	5	3	4	5	3	4	3	5	4	40
75	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	43
76	3	5	4	5	3	4	4	5	4	5	42

77	4	5	3	3	4	5	4	4	5	3	40
78	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
79	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	44
80	4	5	4	3	3	5	4	3	5	4	40
81	4	5	5	5	4	4	5	4	3	5	44
82	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
83	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	40
84	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	43
85	4	4	5	3	5	4	5	3	5	4	42
86	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	45
87	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	43
88	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	42
89	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	44
90	4	3	5	3	4	3	4	3	5	5	39
91	5	3	5	4	3	5	4	5	4	5	43
92	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
93	3	4	3	4	3	5	4	5	5	4	40
94	4	5	3	5	3	5	4	3	5	5	42
95	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	41
96	5	4	4	3	4	5	3	3	5	4	40
97	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	45
98	5	3	3	4	4	5	4	5	5	3	41
99	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	41
100	5	4	5	5	3	5	5	3	4	5	44

No	Persepsi Konsumen				Total X2
	p1	p2	p3	p4	
1	4	4	3	5	16
2	4	5	4	4	17
3	1	3	3	3	10
4	4	4	4	4	16
5	4	5	4	5	18
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	4	5	5	18
9	5	4	5	5	19
10	5	4	4	4	17
11	5	5	5	4	19
12	3	3	4	4	14
13	1	1	1	1	4
14	5	4	5	5	19
15	1	1	1	1	4
16	5	4	4	4	17
17	5	4	5	5	19
18	5	4	5	5	19
19	4	4	3	5	16
20	5	5	5	5	20
21	4	5	4	5	18
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	16
26	4	5	3	5	17
27	4	3	3	3	13
28	5	5	5	5	20
29	4	5	3	5	17
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	4	5	4	4	17
33	5	5	5	5	20
34	5	4	4	5	18
35	5	5	5	4	19
36	5	5	4	5	19
37	5	4	4	5	18

38	5	5	5	4	19
39	5	4	5	5	19
40	5	4	5	5	19
41	5	4	5	5	19
42	5	4	5	5	19
43	5	4	5	4	18
44	5	5	4	5	19
45	5	4	5	5	19
46	5	4	5	3	17
47	5	5	5	5	20
48	4	5	5	5	19
49	5	4	5	5	19
50	4	4	5	5	18
51	5	4	5	4	18
52	4	3	5	2	14
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	3	4	4	3	14
56	4	4	4	3	15
57	4	4	4	2	14
58	4	5	5	4	18
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	1	3	5	4	13
62	5	4	5	5	19
63	4	4	4	4	16
64	5	5	5	5	20
65	5	4	5	4	18
66	3	4	4	5	16
67	5	4	4	3	16
68	4	5	5	5	19
69	5	4	5	5	19
70	5	5	4	4	18
71	4	5	5	4	18
72	5	2	3	4	14
73	4	5	5	5	19
74	4	5	5	5	19
75	5	4	5	5	19
76	5	5	4	4	18
77	5	4	4	3	16
78	5	3	4	3	15

79	5	4	4	4	17
80	5	4	4	4	17
81	1	1	1	1	4
82	3	3	3	4	13
83	4	3	3	4	14
84	4	5	4	4	17
85	4	5	4	5	18
86	4	5	5	5	19
87	5	4	4	4	17
88	5	5	4	5	19
89	4	4	4	5	17
90	5	5	5	4	19
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	4	5	4	4	17
96	2	4	4	5	15
97	4	2	3	2	11
98	4	5	5	5	19
99	4	5	5	5	19
100	3	3	4	4	14

No	Minat Beli				
	p1	p2	p3	p4	Total Y
1	4	4	3	5	16
2	4	5	4	4	17
3	1	3	3	3	10
4	4	4	4	4	16
5	4	5	4	5	18
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	4	5	5	18
9	5	4	5	5	19
10	5	4	4	4	17
11	5	5	5	4	19
12	3	3	4	4	14
13	1	1	1	1	4
14	5	4	5	5	19
15	1	1	1	1	4
16	5	4	4	4	17
17	5	3	5	5	18
18	5	4	5	5	19
19	3	4	3	5	15
20	5	5	5	5	20
21	4	5	4	5	18
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	16
26	4	5	3	5	17
27	4	3	3	3	13
28	5	5	5	5	20
29	4	5	3	5	17
30	5	5	5	5	20
31	5	4	5	5	19
32	5	4	5	5	19
33	4	5	5	5	19
34	1	3	2	2	8
35	5	5	5	4	19
36	5	5	5	5	20
37	4	4	4	4	16
38	5	5	5	5	20

39	5	5	5	4	19
40	4	4	5	5	18
41	5	5	4	4	18
42	5	5	4	4	18
43	4	5	4	4	17
44	4	4	5	5	18
45	5	4	5	4	18
46	5	4	5	4	18
47	4	4	5	4	17
48	5	4	4	5	18
49	5	5	5	5	20
50	5	5	4	5	19
51	5	4	5	4	18
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	3	1	4	1	9
56	3	4	3	4	14
57	4	5	5	5	19
58	5	5	5	5	20
59	4	5	4	4	17
60	5	5	5	5	20
61	5	4	4	5	18
62	5	5	5	4	19
63	5	5	4	5	19
64	5	4	4	5	18
65	5	5	5	4	19
66	5	4	5	5	19
67	5	4	5	5	19
68	5	4	5	5	19
69	5	4	5	5	19
70	5	4	5	4	18
71	5	5	4	5	19
72	5	4	5	5	19
73	5	4	5	3	17
74	5	5	5	5	20
75	4	5	5	4	18
76	5	4	5	5	19
77	4	4	5	5	18
78	5	4	5	4	18
79	4	3	5	2	14

80	5	5	5	5	20
81	5	5	5	5	20
82	3	4	4	3	14
83	4	4	4	3	15
84	3	4	3	4	14
85	4	5	4	5	18
86	4	3	3	4	14
87	3	4	4	4	15
88	4	5	4	4	17
89	3	4	2	2	11
90	4	3	4	3	14
91	3	4	3	3	13
92	4	5	4	5	18
93	5	5	5	5	20
94	3	3	4	3	13
95	4	4	5	5	18
96	4	3	3	3	13
97	4	3	3	3	13
98	5	4	5	3	17
99	4	5	4	5	18
100	5	5	4	5	19

Lampiran ke 3

Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Karakteristik Responden

Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
16	14	14.0	14.0	14.0
17	25	25.0	25.0	39.0
18	12	12.0	12.0	51.0
19	8	8.0	8.0	59.0
Valid 20	7	7.0	7.0	66.0
21	19	19.0	19.0	85.0
22	12	12.0	12.0	97.0
23	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MAHASISWA	51	51.0	61.0	61.0
PELAJAR	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

yang pernah melihat beauty vlogger

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ya	100	100.0	100.0	100.0

yang mengetahui produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ya	100	100.0	100.0	100.0

Lampiran 4

Hasil Frekuensi Jawaban Responden

1. Youtube Vlogger Influence (X1)

Pernyataan 1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
Valid 3	17	17.0	17.0	20.0
4	41	41.0	41.0	61.0
5	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
Valid 3	16	16.0	16.0	19.0
4	45	45.0	45.0	64.0
5	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	1	1.0	1.0	2.0
Valid 3	20	20.0	20.0	22.0
4	37	37.0	37.0	59.0
5	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 4

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
3	20	20.0	20.0	22.0
Valid 4	39	39.0	39.0	61.0
5	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 5

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
3	22	22.0	22.0	24.0
Valid 4	36	36.0	36.0	60.0
5	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 6

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	1	1.0	1.0	2.0
3	18	18.0	18.0	20.0
4	43	43.0	43.0	63.0
5	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 7

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
3	26	26.0	26.0	29.0
4	33	33.0	33.0	62.0
5	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 8

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
3	23	23.0	23.0	25.0
4	32	32.0	32.0	57.0
5	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 9

	Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.0	2.0	2.0
3	20	20.0	20.0	22.0
Valid 4	39	39.0	39.0	61.0
5	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 10

	Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
3	19	19.0	19.0	21.0
Valid 4	37	37.0	37.0	58.0
5	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Persepsi Konsumen (X2)

Pernyataan 1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	5	5.0	5.0	5.0
2	1	1.0	1.0	6.0
3	5	5.0	5.0	11.0
4	40	40.0	40.0	51.0
5	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	2	2.0	2.0	5.0
3	9	9.0	9.0	14.0
4	47	47.0	47.0	61.0
5	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
3	10	10.0	10.0	13.0
4	41	41.0	41.0	54.0
5	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 4

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	3	3.0	3.0	6.0
3	8	8.0	8.0	14.0
Valid 4	37	37.0	37.0	51.0
5	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. Minat Beli (Y)

Pernyataan 1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4.0	4.0	4.0
3	10	10.0	10.0	14.0
Valid 4	34	34.0	34.0	48.0
5	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
3	11	11.0	11.0	14.0
Valid 4	44	44.0	44.0	58.0
5	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	2	2.0	2.0	4.0
3	12	12.0	12.0	16.0
4	33	33.0	33.0	49.0
5	51	51.0	51.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 4

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	3	3.0	3.0	6.0
3	11	11.0	11.0	17.0
4	31	31.0	31.0	48.0
5	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas

Youtube Vlogger Influence (X1)

Correlations		
		TOTAL (X1)
X_1	Pearson Correlation	,608 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_2	Pearson Correlation	,594 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_3	Pearson Correlation	,651 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_4	Pearson Correlation	,670 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_5	Pearson Correlation	,638 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_6	Pearson Correlation	,666 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_7	Pearson Correlation	,638 [*]
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_8	Pearson Correlation	,691 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_9	Pearson Correlation	,556 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_10	Pearson Correlation	,722 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100

Persepsi Konsumen (X2)

Correlations		
		TOTAL (X2)
X_1	Pearson Correlation	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_2	Pearson Correlation	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_3	Pearson Correlation	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_4	Pearson Correlation	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100

Minat Beli (Y)

Correlations		
		TOTAL (Y)
X_1	Pearson Correlation	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_2	Pearson Correlation	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_3	Pearson Correlation	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X_4	Pearson Correlation	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100

Lampiran 6

Hasil Uji Reliabilitas

1. Youtube Vlogger Influence (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	10

2. Persepsi Konsumen (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	4

3. Minat Beli

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	4

Lampiran 7

Hasil Uji Normalita

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.45226891
	Absolute	.108
Most Extreme Differences	Positive	.089
	Negative	-.108
Kolmogorov-Smirnov Z		1.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.193

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 8

Hasil Uji Linieritas

1. Youtube Vlogger Influence (X1) dan Minat beli (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
total Y * total X1		(Combined)	409.379	18	22.743	3.159	.000
	Between Groups	Linearity	257.964	1	257.964	35.833	.000
		Deviation from Linearity	151.415	17	8.907	1.237	.256
	Within Groups		583.131	81	7.199		
	Total		992.510	99			

2. Persepsi Konsumen (X2) dan Minat beli (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
total Y * total X2		(Combined)	366.877	10	36.688	5.219	.000
	Between Groups	Linearity	337.180	1	337.180	47.966	.000
		Deviation from Linearity	29.697	9	3.300	.469	.891
	Within Groups		625.633	89	7.030		
	Total		992.510	99			

Lampiran 9

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.786	1.932		1.442	.153
	total X1	.164	.052	.286	3.126	.002
	total X2	.443	.093	.436	4.762	.000

a. Dependent Variable: total Y

Lampiran 10

Hasil Uji Determinasi (R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.400	.388	2.477

a. Predictors: (Constant), total X2, total X1

Lampiran 11**Hasil Uji F****ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.161	2	198.581	32.355	.000 ^t
	Residual	595.349	97	6.138		
	Total	992.510	99			

a. Dependent Variable: total Y

b. Predictors: (Constant), total X2, total X1

Lampiran 12

**Hasil Uji t
Youtube Vlogger Influence**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.028	2.071		2.428	.017
1 YoutubeVlogger	.291	.050	.510	5.867	.000

a. Dependent Variable: minat beli

**Tabel 4.19
Hasil Uji t
Persepsi Konsumen**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.018	1.439		4.876	.000
1 persepsikonsumen	.592	.083	.583	7.101	.000

a. Dependent Variable: minat beli