

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823–2841. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.906>
- Akbar, M. J. C., & Sunarti. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(3), 45–51.
- Amanatus Solikhah, S., Crusma Fradani, A., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 122–134. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.473>
- Anggreani, A., Puspita, V., & Markoni, M. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) pada Media Sosial Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Generasi Z Kota Bengkulu. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 725–733. <https://doi.org/10.54373/ifiheb.v4i3.1368>
- Aninditya, S., Setiadarma, A., & Irawatie, A. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(2), 154–162. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i2.3471>
- Arikunto suharsimi. (2019). Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah di Bidang Pendidikan Matematika. *Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika*, 1, 50. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/22566/6/BAB III.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/22566/6/BAB%III.pdf)
- Bahari, F. R., & Sutono, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor dan Tingkat Pendapatan Terhadap Gaya Hidup Berdasarkan Perspektif Syariah. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(3), 105–113. <https://doi.org/10.57096/hawalah.v2i1.15>
- Elsa Rizki Yulindasari, K. F. (2022). Journal of Islamic Economics and Finance Studies-Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies Volume*, 3(1), 55–69. https://ejournal.upnvj.ac.id/JIEFeS/article/view/4293%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+e-WoM+%28Electronic+Word+of+Mouth%29+terhadap+Keputusan+Pembelian+Kosmetik+Halal+di+Shopee&btnG=

- Ferdyana, L. A., Nurhajati, & Basalamah, M. R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare MS GLOW (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 12(02), 2133–2140.
- Fina, A., Rohmah, A., Crusma Fradani, A., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(2), 110–117. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/index>
- Ghozali. (2013). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 3(17), 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Ginting, N. M., & Bangun, R. B. (2022). Pengaruh Gaya hidup dan Persepsi konsumen Terhadap Keputusan pembelian Pada Store Urban Traffic Medan. *Value*, 3(1), 114–125. <https://doi.org/10.36490/value.v3i1.381>
- Gunawan, I. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. *At-Taqaddum*, 8(1), 29.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2019). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Hidayat, A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. 1–23.
- Kanda S, A. S. & A. N. H. K. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dari Sistem Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 198–208.
- Kotler. (2018). *strukrut keputusan pembelian*. 10.
- Kusuma, J. H., & Mandey, S. L. (2024). Analisis Gaya Hidup, Country of the Product Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Perempuan Generasi Z Di Kota Manado (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Soepeno 441 Jurnal EMBA*, 12(01), 441–452.
- Lintang Sukma Ningrum, Ambar Lukitaningsih, & Diansepti Maharani, B. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word oF Mouth, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc di Kota Yogyakarta. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3463–3479. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.1201>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan

- Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mahardika, R. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian*. <http://lib.unnes.ac.id/30683/1/7311413135.pdf>
- Maratus, S. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pelatihan di LPP Patriot Bangsa Aviation Training Center*. 4(1), 1–23. <https://repository.stimykpn.ac.id/362/>
- Masruroh, S., Dwi Wahyono, Muhaimin, Husnah Katjina, & Loso Judijanto. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2464–2471. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1728>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Mirdzan, M., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1094–1102.
- Mokoagouw, M. L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 493–502. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10913>
- Mokoagow, R., Jan, A. B. H., & Soepeno, D. (2024). Pengaruh Beauty Vlogger , Electronic Word Of Mouth , Dan Product Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Platform Tiktok Di Kota Manado. 12(4), 120–130.
- Mustary, R., Silalahi, M., Hartati, R., Tinggi, S., & Manajemen, I. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse” (Kasus pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta). *Rahmad Mustary Moeda Silalahi Retno Hartati*, 2(2), 139. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/261>
- Ni Made Dwi Apriastuti, N. P. N. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *Jurnal EMAS*, 3.

- Novita Sari, Saputra, M., & Husein, J. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136–140. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>
- Nur, D. S., & Octavia, A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Marketplace Shopee Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(2), 387–399. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i2.17960>
- Nurhalisah, Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Melalui Lifestyle (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan Tahun 2020). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 355–364. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Pamungkas, A. R., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Ambassador Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Skintific. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 362–369. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2162>
- Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 519–530.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Putri Yolandha, D., Eko Setianingsih, W., dan Bisnis, E., & Muhammadiyah Jember, U. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word Of Mouth dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Pia Gandrung Glenmore. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 440–453. <https://journal.unimma.ac.id>
- Rahayu, S. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Garnier Di Tanjungpinang*.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>

- Sahir, S. H., Ramadhani, A., Dewi, E., Tarigan, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–15. www.pom.go.id
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gede. *E-Jurnal Manajemen*, 27(2), 635–637.
- Sugiharti. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian iPhone di DKI Jakarta. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi Penelitian*. 1–23.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. 1–781.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian*. Alfabeta, Bandung, 27–44. <https://repository.unsri.ac.id/106058/>
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 1(1), 17–28. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb>
- Viani, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop Indonesia. *Business and Management Journal*, 1.
- Viedy E, S. L. (2022). *pengaruh digitalmarketing terhadap keputusan pembelian*. 2020, 6–18.
- Wicaksono, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari). *Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia Jakarta.*, 2004, 6–25.
- Yonata, C. F., Ediyanto, & Tulhusnah, L. (2022). Pengaruh Budaya Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Asn Dengan Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Moderasi Pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 20(1), 22–36.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE GLAD2GLOW PADA TOKO MY LOVA BENGKULU”

Responden Yang Terhormat,

Perkenalkan.

Nama : RES INDRIYANI

Npm : 2161201134

Prodi : Manajemen

Dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Saya menyebarkan Kuesioner ini bertujuan untuk menguji kevalidan dan reliabilitas dari judul Skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2glow Pada Toko My Lova Bengkulu”**

Maka dengan itu saya mohon bantuan dan kesediaan saudara/i untuk menjawab dan memberi penilaian dari beberapa pernyataan pada kuesioner berikut ini dengan sebenar – benarnya berdasarkan atas apa yang saudara/i rasakan.

Jawaban yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu atas kesediaan dan bantuan dari saudara/i Saya ucapkan Terima Kasih.

A. Identitas Responden

1. Konsumen Produk Skincare Glad2glow Toko My Lova Bengkulu:

☐ IYA

☐ TIDAK

2. Usia saat ini : (pilih salah satu dibawah ini)

☐ 17-20 tahun

☐ 21-25 tahun

☐ 26-30 tahun

☐ 31-35 tahun

☐ 36-40 tahun

☐ Lain-lain....

3. Pendidikan terakhir : (pilih salah satu dibawah ini)

☐ SMP

☐ Diploma

☐ S2

☐ SMA

☐ S1

B. Petunjuk Pengisian

Mohon kesediaan anda untuk menjawab pernyataan sesuai dengan keadaan anda dengan memberilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang tersedia dengan kriteria pengukuran yaitu:

1 Sangat Setuju (SS)

2 Setuju (S)

3 Netral (N)

4 Tidak Setuju (TS)

5 Sangat Tidak Setuju (STS)

C. Pernyataan Penelitian

1. Pernyataan Digital Marketing (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Toko melakukan pemasaran produk melalui marketplace, instagram, facebook, dan lain-lain.					
2.	Saya mudah menemukan informasi produk dan layanan Toko melalui platform online atau media sosial.					
3.	Promosi produk baru di Instagram oleh Toko sering kali menarik minat saya untuk membeli					

4.	Saya sering berinteraksi dengan staf Toko saat berbelanja, baik secara langsung maupun melalui saluran komunikasi digital.					
5.	Toko menawarkan banyak bonus menarik yang didapat saat membeli produk skincare Glad2glow satu paket.					
6.	Saya puas dengan besaran diskon yang ditawarkan oleh Toko pada produk-produk pilihan.					
7.	Saya memutuskan untuk membeli produk skincare Glad2glow karna sesuai dengan apa yang di iklankan.					
8.	Saya percaya terhadap kualitas produk skincare Glad2Glow yang dijual.					
9.	Banyaknya produk baru yang ditawarkan oleh karyawan Toko kepada saya membuat saya semakin termotivasi untuk membeli.					
10.	Saya mudah mendapatkan informasi terkait manfaat, bahan, dan cara penggunaan produk skincare Glad2Glow.					

2. Pernyataan Electronic Word Of Mouth (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mendapatkan informasi mengenai produk skincare Glad2glow melalui media sosial.					
2.	Saya mudah menemukan informasi yang butuhkan tentang produk skincare Glad2Glow, baik melalui staf toko maupun platform online.					
3.	Saya dapat mengetahui bagaimana cara memesan produk skincare Glad2glow melalui media sosial.					
4.	Saya puas dengan pemahaman yang diberikan oleh Toko mengenai produk skincare Glad2Glow, baik secara langsung maupun melalui informasi online.					
5.	Saya dapat bertanya tentang keunggulan produk skincare Glad2glow melalui media sosial.					
6.	Saya merasa puas dengan respons yang diberikan oleh Toko ketika bertanya tentang produk skincare Glad2Glow melalui media					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	sosial.					
7.	Saya mendapatkan informasi yang akurat tentang kualitas produk skincare Glad2glow.					
8.	Saya merasa yakin dengan keandalan informasi yang diberikan mengenai produk skincare Glad2Glow.					

3. Pernyataan Gaya Hidup (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya rutin menggunakan produk skincare dari Glad2Glow untuk merawat kulit saya setiap hari.					
2.	Saya aktif mencari informasi tentang produk skincare Glad2Glow di Toko sebelum memutuskan untuk membeli.					
3.	Saya tertarik untuk mencoba produk-produk skincare terbaru dari Glad2Glow yang sudah tersedia.					
4.	Saya memiliki minat untuk membeli lebih banyak produk skincare Glad2Glow di Toko karena hasil yang memuaskan dari produk yang sudah saya gunakan.					
5.	Saya percaya bahwa penggunaan produk skincare Glad2Glow dapat membantu menjaga kesehatan dan kecantikan kulit saya.					
6.	Menurut saya, produk skincare Glad2Glow memiliki kualitas yang sangat baik dibandingkan dengan merek lain yang pernah saya coba.					

4. Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih produk skincare Glad2Glow karena manfaat yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan kulit saya.					
2.	Saya memilih produk skincare Glad2Glow karena cocok dengan kebutuhan perawatan kulit saya.					
3.	Merek Glad2Glow memberikan keyakinan kepada saya bahwa produk yang digunakan aman dan efektif.					
4.	Saya lebih memilih merek Glad2Glow dibandingkan merek lain karena produk-produk mereka efektif dalam merawat kulit.					
5.	Saya memilih Toko ini karena mereka selalu menyediakan stok produk skincare Glad2Glow yang lengkap.					
6.	Saya lebih memilih membeli produk skincare Glad2Glow melalui Toko ini karena pelayanan yang baik dan terpercaya.					
7.	Saya lebih sering membeli produk skincare Glad2Glow pada saat promo atau diskon yang selalu diadakan.					
8.	Saya membeli produk skincare Glad2Glow secara rutin setiap bulan untuk memastikan perawatan kulit saya tetap terjaga.					
9.	Saya membeli produk skincare Glad2Glow dalam jumlah banyak jika sedang ada promo atau diskon.					
10.	Saya cenderung membeli produk skincare Glad2Glow dalam jumlah banyak untuk persediaan jangka panjang.					

Lampiran 2.

TABULASI SAMPEL AWAL

PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE GLAD2GLOW PADA TOKO NADIA STORE KOTA BENGKULU”

Respon	DIGITAL MARKETING										TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	5	5	5	4	4	4	4	2	5	42
2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	40
4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46
5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	45
6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
7	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	35
8	3	4	4	2	5	5	5	4	5	5	42
9	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
10	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
11	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
13	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	41
14	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	41
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	42
17	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
18	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	42
19	4	3	3	4	2	2	2	2	2	4	28
20	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	42

Respon	ELECTRONIC WORD OF MOUTH								TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	4	5	5	5	4	5	5	5	38
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	5	5	5	3	5	4	4	5	36
5	5	5	5	4	5	4	4	5	37
6	5	5	4	5	5	4	4	5	37
7	4	4	5	5	5	4	4	4	35
8	4	4	5	4	3	4	4	2	30
9	4	4	3	3	3	4	4	4	29
10	4	3	3	4	4	3	3	4	28
11	4	4	4	4	4	5	5	5	35
12	4	5	3	4	4	3	4	4	31
13	4	4	5	5	4	4	4	3	33
14	5	4	5	4	5	5	4	3	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	5	4	5	4	5	4	4	36
17	5	4	3	4	5	4	5	4	34
18	4	4	4	4	4	5	5	5	35
19	5	5	5	5	4	3	3	4	34
20	3	3	3	3	4	4	4	3	27

Respon	GAYA HIDUP						TOTAL
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	4	4	5	5	4	4	26
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	5	4	5	26
4	4	4	5	5	5	4	27
5	4	4	5	5	4	5	27
6	4	5	5	3	5	5	27
7	5	5	4	3	3	5	25
8	4	5	5	4	4	5	27
9	3	2	4	3	2	3	17
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	3	3	4	5	23
13	5	4	4	4	4	5	26
14	5	3	5	5	4	4	26
15	4	5	4	4	4	4	25
16	5	4	5	4	5	5	28
17	4	4	4	5	4	5	26
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	5	5	4	5	27
20	4	3	3	3	3	4	20

Respon	KEPUTUSAN PEMBELIAN										TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	39
5	3	4	4	5	3	5	3	3	3	3	36
6	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
7	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
8	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	32
9	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
10	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
11	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	41
12	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	33
13	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	38
14	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	36
15	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	44
16	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	37
17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
18	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
19	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
20	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	36

Lampiran 3.

Hasil Uji Instrumen Validitas Dan Reliabilitas Variabel Digital Marketing

Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Digital Marketing
X1.1	Pearson Correlation	,291	,491*	,281	,005	,088	,221	,310	,298	,251	,068	,650**
	Sig. (1-tailed)		,014	,115	,492	,356	,174	,092	,101	,143	,389	,008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.2	Pearson Correlation	,491*	1	,658**	,189	,189	,033	,206	,206	,000	,145	,503*
	Sig. (1-tailed)	,014		,001	,212	,212	,445	,192	,192	,500	,271	,012
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.3	Pearson Correlation	,281	,658**	1	,309	,092	,054	,212	,100	,098	,105	,469*
	Sig. (1-tailed)	,115	,001		,092	,349	,410	,185	,337	,341	,329	,018
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.4	Pearson Correlation	,005	,189	,309	1	-,004	-,073	-,009	,080	,000	-,037	,564**
	Sig. (1-tailed)	,492	,212	,092		,494	,380	,485	,369	,500	,438	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.5	Pearson Correlation	-,088	,189	,092	-,004	1	,868**	,701**	,500*	,486*	,337	,752**
	Sig. (1-tailed)	,356	,212	,349	,494		,000	,000	,012	,015	,073	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.6	Pearson Correlation	-,221	,033	,054	-,073	,868**	1	,718**	,572**	,539**	,332	,711**
	Sig. (1-tailed)	,174	,445	,410	,380	,000		,000	,004	,007	,076	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.7	Pearson Correlation	-,310	,206	,212	-,009	,701**	,718**	1	,859**	,639**	,560**	,834**

	Sig. (1-tailed)	,092	,192	,185	,485	,000	,000		,000	,001	,005	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.8	Pearson Correlation	-,298	,206	,100	,080	,500*	,572**	,859**	1	,604**	,570**	,768**
	Sig. (1-tailed)	,101	,192	,337	,369	,012	,004	,000		,002	,004	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.9	Pearson Correlation	-,251	,000	,098	,000	,486*	,539**	,639**	,604**	1	,337	,658**
	Sig. (1-tailed)	,143	,500	,341	,500	,015	,007	,001	,002		,073	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.10	Pearson Correlation	-,068	,145	,105	-,037	,337	,332	,560**	,570**	,337	1	,581**
	Sig. (1-tailed)	,389	,271	,329	,438	,073	,076	,005	,004	,073		,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Digital Marketing	Pearson Correlation	,650**	,503*	,469*	,564**	,752**	,711**	,834**	,768**	,658**	,581**	1
	Sig. (1-tailed)	,008	,012	,018	,001	,000	,000	,000	,000	,001	,004	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed)												

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,759	10

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Electronic Word Of Mouth

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	E-WOM
X2.1	Pearson Correlation	1	,589**	,351	,238	,569**	,058	-,141	,301	,629**
	Sig. (1-tailed)		,003	,064	,156	,004	,405	,276	,098	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.2	Pearson Correlation	,589**	1	,404*	,438*	,234	,050	,150	,456*	,727**
	Sig. (1-tailed)	,003		,039	,027	,160	,417	,264	,022	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.3	Pearson Correlation	,351	,404*	1	,409*	,252	,273	-,050	-,012	,595**
	Sig. (1-tailed)	,064	,039		,036	,141	,122	,418	,480	,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.4	Pearson Correlation	,238	,438*	,409*	1	,147	,071	,052	,073	,538**
	Sig. (1-tailed)	,156	,027	,036		,268	,383	,415	,379	,007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.5	Pearson Correlation	,569**	,234	,252	,147	1	,080	,058	,394*	,581**
	Sig. (1-tailed)	,004	,160	,141	,268		,369	,404	,043	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.6	Pearson Correlation	,058	,050	,273	,071	,080	1	,658**	,189	,503*
	Sig. (1-tailed)	,405	,417	,122	,383	,369		,001	,212	,012
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.7	Pearson Correlation	-,141	,150	-,050	,052	,058	,658**	1	,309	,521**
	Sig. (1-tailed)	,276	,264	,418	,415	,404	,001		,092	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.8	Pearson Correlation	,301	,456*	-,012	,073	,394*	,189	,309	1	,604**
	Sig. (1-tailed)	,098	,022	,480	,379	,043	,212	,092		,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
E-WOM	Pearson Correlation	,629**	,727**	,595**	,538**	,581**	,503*	,521**	,604**	1

	Sig. (1-tailed)	,001	,000	,003	,007	,004	,012	,002	,002	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).										

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,706	8

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Gaya Hidup

Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Gaya Hidup
X3.1	Pearson Correlation	1	,425*	,281	,230	,473*	,514*	,642**
	Sig. (1-tailed)		,031	,115	,165	,018	,010	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.2	Pearson Correlation	,425*	1	,314	,128	,607**	,652**	,728**
	Sig. (1-tailed)	,031		,089	,295	,002	,001	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.3	Pearson Correlation	,281	,314	1	,594**	,570**	,205	,707**
	Sig. (1-tailed)	,115	,089		,003	,004	,193	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.4	Pearson Correlation	,230	,128	,594**	1	,482*	,188	,645**
	Sig. (1-tailed)	,165	,295	,003		,016	,214	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.5	Pearson Correlation	,473*	,607**	,570**	,482*	1	,510*	,861**
	Sig. (1-tailed)	,018	,002	,004	,016		,011	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.6	Pearson Correlation	,514*	,652**	,205	,188	,510*	1	,691**
	Sig. (1-tailed)	,010	,001	,193	,214	,011		,000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Gaya Hidup	Pearson Correlation	,642**	,728**	,707**	,645**	,861**	,691**	1
	Sig. (1-tailed)	,001	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Y.6	Pearson Correlation	-,017	,159	,327	,584**	,178	1	,394*	,345	,311	,271	,550**
	Sig. (1-tailed)	,471	,251	,079	,003	,226		,043	,068	,091	,124	,006
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.7	Pearson Correlation	,085	,098	,313	,255	,524**	,394*	1	,742**	,788**	,721**	,742**
	Sig. (1-tailed)	,361	,341	,090	,139	,009	,043		,000	,000	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.8	Pearson Correlation	,074	,208	,408*	,508*	,459*	,345	,742**	1	,900**	,857**	,845**
	Sig. (1-tailed)	,378	,189	,037	,011	,021	,068	,000		,000	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.9	Pearson Correlation	,067	,187	,367	,458*	,528**	,311	,788**	,900**	1	,873**	,840**
	Sig. (1-tailed)	,390	,214	,056	,021	,008	,091	,000	,000		,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.10	Pearson Correlation	,309	,283	,464*	,476*	,516**	,271	,721**	,857**	,873**	1	,884**
	Sig. (1-tailed)	,093	,113	,020	,017	,010	,124	,000	,000	,000		,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,676**	,534**	,651**	,582**	,554**	,550**	,742**	,845**	,840**	,884**	1
	Sig. (1-tailed)	,001	,008	,001	,004	,006	,006	,000	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).												

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,851	10

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Total Pearson Correlation	R.tabel	Keterangan
Digital Marketing (X1)	1	0,650	0,444	Valid
	2	0,503	0,444	Valid
	3	0,469	0,444	Valid
	4	0,564	0,444	Valid
	5	0,752	0,444	Valid
	6	0,711	0,444	Valid
	7	0,834	0,444	Valid
	8	0,768	0,444	Valid
	9	0,658	0,444	Valid
	10	0,581	0,444	Valid
Electronic Word Of Mouth (X2)	1	0,629	0,444	Valid
	2	0,727	0,444	Valid
	3	0,595	0,444	Valid
	4	0,538	0,444	Valid
	5	0,581	0,444	Valid
	6	0,503	0,444	Valid
	7	0,521	0,444	Valid
	8	0,604	0,444	Valid
Gaya Hidup (X3)	1	0,642	0,444	Valid
	2	0,728	0,444	Valid
	3	0,707	0,444	Valid
	4	0,645	0,444	Valid
	5	0,861	0,444	Valid
	6	0,691	0,444	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,676	0,444	Valid
	2	0,534	0,444	Valid
	3	0,651	0,444	Valid
	4	0,582	0,444	Valid
	5	0,554	0,444	Valid
	6	0,550	0,444	Valid
	7	0,742	0,444	Valid
	8	0,845	0,444	Valid
	9	0,840	0,444	Valid
	10	0,884	0,444	Valid

Berdasarkan hasil Uji Validitas dengan menggunakan Correlation Product maka dari 34 butir pernyataan yang diuji dan N=20 (konsumen produk skincare glad2glow pada Toko Nadia Store Kota Bengkulu), ternyata semua item pernyataan sah (Valid), sebab memiliki nilai korelasi lebih dari 0.444.

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Digital Marketing	0,759	Reliabel
2.	Electronic Word Of Mouth	0,706	Reliabel
3.	Gaya Hidup	0,801	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian	0,851	Reliabel

Dari hasil Uji Reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS maka diperoleh Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60. Maka semua item pernyataan kuesioner dikatakan reliabel.

Lampiran 4.

TABULASI DATA PENELITIAN
PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
GLAD2GLOW PADA TOKO MY LOVA BENGKULU

Res po n	DIGITAL MARKETING										TO TA L	ELECTRONIC WORD OF MOUTH								TO TA L
	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 1. 6	X 1. 7	X 1. 8	X 1. 9	X1 .10		X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	
1	4	3	3	3	5	5	3	5	3	4	38	3	5	5	4	5	4	5	4	35
2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37	4	3	3	3	4	4	4	4	29
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	40	4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	5	41	3	4	4	4	4	4	4	5	32
5	3	4	4	5	3	5	3	3	5	5	40	3	3	3	3	3	4	4	5	28
6	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44	5	4	4	4	4	4	4	5	34
7	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	3	4	4	2	4	3	3	3	2	5	33	5	3	3	3	3	4	4	2	27
9	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	34	4	3	3	3	3	3	3	4	26
11	5	5	5	5	3	4	3	4	5	4	43	5	3	4	3	4	5	5	5	34
12	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	35	3	3	3	3	3	3	4	4	26
13	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	38	4	4	3	3	1	4	4	3	26
14	5	5	4	3	4	3	3	3	3	5	38	5	3	3	3	3	5	4	3	29
15	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42	4	4	5	5	5	4	4	4	35
16	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	38	5	3	3	3	3	5	4	4	30
17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	5	4	33
18	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45	5	4	4	5	5	5	5	5	38
19	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	36	5	4	4	4	4	3	3	4	31
20	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	37	3	4	3	3	3	4	4	3	27
21	5	4	5	5	4	5	4	5	2	5	44	4	4	5	5	5	4	4	4	35
22	3	4	4	5	4	3	4	3	4	3	37	4	4	3	4	3	4	4	4	30
23	3	4	3	5	4	4	5	5	4	5	42	5	5	5	4	4	4	4	4	35
24	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	37	4	4	4	3	4	4	4	4	31
25	4	3	3	4	3	5	3	3	5	5	38	3	3	3	3	5	4	4	4	29
26	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48	5	5	4	4	5	5	5	5	38
27	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	36	4	4	5	4	3	4	4	4	32
28	4	3	4	3	4	3	5	3	5	5	39	3	5	3	4	3	3	4	5	30
29	3	5	3	3	4	4	3	3	4	5	37	3	3	3	3	3	3	5	5	28
30	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	32	3	3	3	3	3	4	4	4	27
31	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	40	5	5	5	3	4	3	4	5	34
32	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	33	3	3	3	3	4	5	4	5	30
33	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	38	4	4	3	4	4	5	5	5	34
34	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36	3	3	4	4	3	4	4	4	29

35	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	40	4	4	3	5	2	5	4	5	32
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	4	4	4	4	5	4	5	34
37	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	40	4	4	5	4	4	5	5	5	36
38	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	5	33
39	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	35	4	4	4	4	4	5	4	4	33
40	3	3	3	3	4	4	4	3	4	5	36	4	4	3	4	4	5	4	4	32
41	1	4	4	2	4	3	4	3	5	4	34	4	4	3	4	4	4	4	4	31
42	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44	5	5	5	4	5	4	4	4	36
43	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	38	4	4	3	3	4	4	4	4	30
44	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	40	4	4	4	5	4	4	4	4	33
45	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37	4	4	4	3	3	4	4	4	30
46	3	3	3	5	5	5	3	4	5	4	40	3	3	4	5	5	5	5	5	35
47	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	35	4	4	3	3	3	4	4	4	29
48	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	43	5	5	5	5	4	5	4	5	38
49	5	4	3	4	5	4	4	4	3	3	39	4	4	4	5	4	5	5	5	36
50	3	4	4	3	4	4	4	5	2	3	36	4	4	5	4	4	4	4	4	33
51	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43	5	5	5	4	5	3	4	5	36
52	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36	4	4	3	4	4	5	4	5	33
53	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	37	4	4	3	4	4	5	5	5	34
54	4	5	3	4	5	2	3	4	4	4	38	3	3	4	5	5	4	4	4	32
55	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	34	3	3	3	3	4	5	4	5	30
56	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	40	5	5	5	3	4	5	4	5	36
57	3	5	5	3	3	3	3	3	3	4	35	3	3	3	3	3	5	5	5	30
58	4	3	3	3	4	3	5	3	4	4	36	5	5	3	4	3	4	4	5	33
59	5	5	5	5	4	2	5	4	4	4	43	5	5	4	4	5	3	4	4	34
60	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34	4	4	4	3	4	3	4	4	30
61	4	4	5	5	5	3	5	5	2	3	41	5	5	5	5	3	4	4	4	35
62	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	40	4	4	2	4	4	4	4	4	30
63	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	34	4	4	3	3	4	4	4	4	30
64	4	4	5	5	5	4	5	5	4	2	43	5	5	5	5	4	4	4	4	36
65	3	4	3	5	4	4	5	5	3	4	40	5	5	5	4	4	4	4	4	35
66	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	36	4	4	4	3	4	5	5	5	34
67	4	3	3	4	3	2	3	2	4	5	33	3	3	2	4	4	4	4	4	28
68	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45	5	5	4	4	5	5	4	5	37
69	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	35	4	4	4	4	3	5	5	5	34
70	4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	37	3	3	4	4	3	4	4	4	29
71	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4	35	4	4	3	3	3	3	4	5	29
72	3	3	3	2	5	4	5	5	3	4	37	5	5	5	3	3	5	4	5	35
73	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	5	5	5	34
74	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	38	4	4	5	3	4	4	4	4	32
75	3	4	4	3	4	5	5	5	3	4	40	5	5	5	4	4	5	4	5	37
76	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34	4	4	3	4	4	5	4	5	33

77	1	4	4	2	4	4	4	3	3	4	33	4	4	3	4	4	5	5	5	34
78	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	41	3	3	4	4	5	4	4	5	32
79	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	37	3	3	3	3	4	5	4	4	29
80	5	4	3	4	3	4	5	5	3	5	41	5	5	5	5	4	5	4	4	37
81	4	4	4	3	3	3	4	3	5	2	35	4	4	3	3	3	4	4	3	28
82	3	3	3	5	3	4	4	4	4	5	38	4	4	4	5	5	5	3	4	34
83	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	36	4	4	4	3	3	3	3	3	27
84	4	4	5	5	4	4	3	3	5	3	40	3	3	3	5	4	4	3	4	29
85	5	4	3	4	2	3	3	3	5	3	35	3	3	3	5	4	5	5	3	31
86	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	34	4	4	3	4	4	3	3	3	28
87	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	41	5	5	5	4	5	5	5	5	39
88	4	4	3	3	5	3	5	4	4	3	38	5	5	4	4	4	3	3	3	31
89	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	4	4	4	4	4	4	5	5	34
90	4	5	3	4	2	4	4	4	3	4	37	4	4	4	5	5	5	4	4	35
91	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	33	3	3	4	3	4	4	2	3	26
92	3	4	3	4	5	4	4	4	2	2	35	4	4	4	3	4	4	5	3	31
93	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	41	4	4	4	3	3	4	3	3	28
94	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	36	3	3	3	3	4	3	3	3	25
95	4	3	4	3	4	3	5	3	3	3	35	5	5	3	4	3	3	3	4	30
96	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	34	3	3	3	4	4	4	5	4	30
97	4	5	3	2	4	5	5	4	2	2	36	5	5	4	2	3	3	3	4	29
98	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	44	5	5	5	4	3	3	4	3	32
99	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	39	4	4	5	3	5	5	3	3	32
100	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	36	3	3	4	5	3	3	3	3	27
101	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	37	4	4	4	3	4	4	3	4	30
102	3	3	3	5	5	3	4	3	5	5	39	4	4	3	5	4	3	3	3	29
103	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	35	3	3	4	3	3	4	4	3	27
104	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46	4	4	4	5	4	3	3	3	30
105	3	5	3	4	5	3	4	4	4	2	37	4	4	4	5	3	4	4	2	30
106	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	36	3	3	3	4	3	4	4	4	28
107	4	4	3	4	4	3	5	3	4	3	37	5	5	3	4	3	4	4	4	32
108	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32	3	3	3	4	4	4	3	4	28
109	4	4	3	3	4	5	5	4	3	3	38	5	5	4	4	5	4	4	3	34
110	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	41	5	5	5	5	4	3	3	5	35
111	3	3	5	3	3	4	4	5	3	3	36	4	4	5	3	4	4	3	4	31
112	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	33	3	3	4	3	3	4	5	5	30
113	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	39	4	4	4	3	4	4	3	4	30
114	5	5	4	5	5	3	4	3	3	4	41	4	4	3	5	3	4	4	3	30
115	4	5	5	4	5	4	5	3	3	4	42	5	5	3	5	4	4	4	4	34
116	5	2	3	4	5	5	5	5	3	4	41	5	5	5	5	5	4	3	3	35
117	4	3	3	4	4	3	4	3	2	4	34	4	4	3	4	3	4	4	3	29
118	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	40	5	5	5	4	4	5	3	4	35

119	4	4	5	4	3	4	4	4	4	2	38	4	4	4	3	4	3	3	3	28
120	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42	5	5	4	4	5	4	3	4	34
121	4	4	3	3	4	3	4	5	3	3	36	4	4	5	4	3	4	4	4	32
122	4	4	5	4	4	3	5	3	5	5	42	5	3	3	4	3	4	5	3	30
123	4	4	2	4	3	5	4	4	4	3	37	4	3	4	3	5	3	4	3	29
124	5	5	5	4	3	3	3	3	5	4	40	3	3	3	3	3	3	4	3	25
125	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	39	3	5	5	3	4	3	3	2	28
126	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	36	3	3	3	3	4	5	4	4	29
127	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	39	4	4	3	4	4	4	3	4	30
128	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	35	3	3	4	4	3	4	3	3	27
129	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	41	4	4	3	5	4	3	5	3	31
130	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	41	4	3	4	4	4	3	3	5	30
131	5	5	3	5	4	4	4	5	3	3	41	3	4	5	4	4	4	4	4	32
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	4	4	5	4	5	34
133	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42	4	3	4	4	4	5	3	4	31
134	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	42	4	4	4	4	4	4	4	3	31
135	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	39	3	3	3	4	5	4	3	4	29
136	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42	3	5	4	4	4	3	3	3	29
137	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	39	4	4	3	3	3	4	3	3	27
138	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45	5	3	5	5	5	4	4	4	35
139	5	2	3	3	3	3	3	3	5	4	34	3	3	3	4	4	3	5	3	28
140	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	46	3	4	5	5	5	2	4	4	32
141	4	5	4	3	3	3	3	3	5	4	37	3	3	3	3	3	3	4	4	26
142	4	3	5	3	5	5	4	5	3	4	41	4	4	5	5	5	5	4	5	37
143	3	4	3	4	3	3	5	3	4	2	34	5	5	3	4	4	5	5	4	35
144	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42	4	4	4	4	4	2	3	4	29
145	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	40	5	5	4	4	4	3	3	4	32
146	4	3	4	4	3	3	4	3	3	5	36	4	4	3	3	3	3	4	4	28
147	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	37	4	3	4	4	4	4	4	3	30
148	3	2	4	3	5	3	5	5	2	4	36	5	3	5	5	5	4	4	4	35
149	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	3	31
150	5	3	4	3	4	4	5	4	3	3	38	5	5	4	4	4	4	4	4	34
151	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	33	4	4	3	3	3	4	4	3	28
152	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42	4	4	4	4	4	3	5	3	31
153	3	4	3	4	5	3	5	5	4	4	40	3	3	5	5	5	4	5	5	35
154	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	3	3	3	29
155	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	37	4	3	4	4	4	5	4	3	31
156	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34	3	4	3	4	4	4	4	4	30
157	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	38	3	4	4	4	4	3	3	3	28
158	4	3	5	3	5	5	5	5	3	2	40	3	5	5	5	5	5	4	5	37
159	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	36	4	4	4	4	4	3	5	5	33
160	2	4	3	4	4	4	5	4	4	3	37	3	3	4	4	4	4	4	3	29

161	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4	3	4	4	4	5	4	4	32
162	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	40	3	4	4	4	4	3	3	5	30
163	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37	4	4	4	4	4	3	4	4	31
164	3	5	5	3	4	4	4	4	5	4	41	4	4	4	4	4	4	5	3	32
165	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38	4	4	4	4	4	3	4	3	30
166	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	43	4	4	4	4	4	3	4	3	30
167	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	39	3	3	4	4	4	3	3	4	28
168	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	36	4	4	4	4	4	3	4	3	30
169	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	42	5	3	5	5	2	3	5	4	32
170	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	36	4	4	4	4	4	3	3	3	29
JM	64	66	63	63	66	64	68	65	64			67	66	65	65	65	67	67	67	
LH	7	0	5	4	2	8	2	4	1	650		6	6	4	9	7	6	1	5	
RA	3,8	3,8	3,7	3,7	3,8	3,8	4,0	3,8	3,7	3,8		3,9	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,9	3,9	
TA	0	8	3	2	9	1	1	4	7	2		7	1	4	7	6	7	4	7	

Sumber: Data Penelitian 2025

TABULASI DATA PENELITIAN
PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
GLAD2GLOW PADA TOKO MY LOVA BENGKULU

Resp on	GAYA HIDUP						TOT AL	KEPUTUSAN PEMBELIAN										TOT AL
	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6		Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y.1 0	
1	4	4	3	5	4	4	24	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3	35
2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
3	4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	3	5	5	4	25	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	39
5	4	4	3	5	4	5	25	3	4	4	5	3	5	3	3	3	3	36
6	4	5	5	3	5	5	27	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
7	5	5	4	3	3	5	25	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
8	4	5	5	4	4	5	27	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	32
9	3	2	4	3	2	3	17	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
10	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
11	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	41
12	4	4	3	3	4	5	23	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	33
13	5	4	4	4	4	5	26	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	38
14	5	3	5	5	4	4	26	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	36
15	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	44
16	5	4	5	4	5	5	28	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	37
17	4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
18	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
19	4	4	5	5	4	5	27	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
20	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	36
21	4	5	4	5	5	5	28	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
22	4	3	4	3	4	3	21	3	4	4	5	4	3	4	3	4	3	37
23	4	4	5	5	4	4	26	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	41
24	3	4	4	4	3	4	22	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34
25	3	5	3	3	3	5	22	4	3	3	4	3	5	3	3	3	5	36
26	4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	47
27	4	3	4	5	4	3	23	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	37
28	4	3	3	3	4	3	20	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	36
29	4	4	3	3	3	3	20	3	5	3	3	4	4	3	3	3	3	34
30	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	30
31	4	4	5	5	3	4	25	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4	39
32	3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32
33	4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
34	4	3	3	4	4	3	21	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	36

35	5	4	4	3	5	4	25	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	41
36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	5	4	4	25	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	39
38	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
39	3	4	4	4	4	4	23	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
40	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
41	4	3	4	3	4	4	22	1	4	4	2	4	3	4	3	4	4	33
42	4	5	5	5	4	5	28	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
43	3	4	4	3	3	4	21	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	37
44	5	4	4	4	5	4	26	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	42
45	3	3	4	4	3	3	20	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	35
46	5	5	3	4	5	5	27	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	41
47	3	3	4	3	3	3	19	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	34
48	5	4	5	5	5	4	28	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
49	5	4	4	4	5	4	26	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	42
50	4	4	4	5	4	4	25	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	39
51	4	5	5	5	4	5	28	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
52	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	37
53	4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
54	5	2	3	4	5	5	24	4	5	3	4	5	2	3	4	5	5	40
55	4	4	3	3	3	4	21	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	33
56	4	4	5	5	3	4	25	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4	39
57	3	3	3	3	3	3	18	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	34
58	4	3	5	3	4	3	22	4	3	3	3	4	3	5	3	4	3	35
59	4	2	5	4	4	5	24	5	5	5	5	4	2	5	4	4	5	44
60	3	4	4	4	3	4	22	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34
61	5	3	5	5	5	3	26	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	44
62	4	4	4	2	4	4	22	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	39
63	3	4	4	3	3	4	21	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	33
64	5	4	5	5	5	4	28	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
65	4	4	5	5	4	4	26	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	41
66	3	4	4	4	3	4	22	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34
67	3	2	3	2	4	4	18	4	3	3	4	3	2	3	2	4	4	32
68	4	5	5	4	4	5	27	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	45
69	3	3	4	4	4	3	21	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	35
70	5	5	3	4	4	3	24	4	3	4	3	5	5	3	4	4	3	38
71	3	3	4	3	3	3	19	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	33
72	5	4	5	5	3	3	25	3	3	3	2	5	4	5	5	3	3	36
73	5	4	4	4	3	4	24	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	38
74	4	4	4	5	3	4	24	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4	36
75	4	5	5	5	4	4	27	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	41
76	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35

77	4	4	4	3	4	4	23	1	4	4	2	4	4	4	3	4	4	34
78	5	5	3	4	4	5	26	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	42
79	3	4	3	3	3	4	20	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
80	3	4	5	5	5	4	26	5	4	3	4	3	4	5	5	5	4	42
81	3	3	4	3	3	3	19	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34
82	3	4	4	4	5	5	25	3	3	3	5	3	4	4	4	5	5	39
83	4	3	4	4	3	3	21	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	36
84	4	4	3	3	5	4	23	4	4	5	5	4	4	3	3	5	4	41
85	2	3	3	3	5	4	20	5	4	3	4	2	3	3	3	5	4	36
86	4	3	4	3	4	4	22	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	36
87	3	5	5	5	4	5	27	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	43
88	5	3	5	4	4	4	25	4	4	3	3	5	3	5	4	4	4	39
89	3	4	4	4	4	4	23	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37
90	2	4	4	4	5	5	24	4	5	3	4	2	4	4	4	5	5	40
91	3	3	3	4	3	4	20	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
92	5	4	4	4	3	4	24	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	38
93	5	3	4	4	3	3	22	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	39
94	4	3	3	3	3	4	20	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	36
95	4	3	5	3	4	3	22	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	36
96	4	4	3	3	4	4	22	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	35
97	4	5	5	4	2	3	23	4	5	3	2	4	5	5	4	2	3	37
98	5	4	5	5	4	3	26	3	5	4	4	5	4	5	5	4	3	42
99	3	4	4	5	3	5	24	4	4	3	4	3	4	4	5	3	5	39
100	3	3	3	4	5	3	21	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3	35
101	3	4	4	4	3	4	22	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	37
102	5	3	4	3	5	4	24	3	3	3	5	5	3	4	3	5	4	38
103	3	3	3	4	3	3	19	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	34
104	5	4	4	4	5	4	26	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	45
105	5	3	4	4	5	3	24	3	5	3	4	5	3	4	4	5	3	39
106	4	3	3	3	4	3	20	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	35
107	4	3	5	3	4	3	22	4	4	3	4	4	3	5	3	4	3	37
108	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	34
109	4	5	5	4	4	5	27	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	41
110	5	4	5	5	5	4	28	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	43
111	3	4	4	5	3	4	23	3	3	5	3	3	4	4	5	3	4	37
112	3	3	3	4	3	3	19	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	32
113	3	4	4	4	3	4	22	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37
114	5	3	4	3	5	3	23	5	5	4	5	5	3	4	3	5	3	42
115	5	4	5	3	5	4	26	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	44
116	5	5	5	5	5	5	30	5	2	3	4	5	5	5	5	5	5	44
117	4	3	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	35
118	4	4	5	5	4	4	26	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	40

119	3	4	4	4	3	4	22	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	39
120	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
121	4	3	4	5	4	3	23	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	37
122	4	3	5	3	4	3	22	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	37
123	3	5	4	4	3	5	24	4	4	2	4	3	5	3	4	3	5	37
124	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	37
125	3	4	3	5	3	4	22	4	4	3	3	3	4	5	5	3	4	38
126	3	4	3	3	3	4	20	5	5	4	3	3	4	3	3	3	4	37
127	4	4	4	3	4	4	23	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	40
128	4	3	3	4	4	3	21	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	35
129	5	4	4	3	5	4	25	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	43
130	4	4	4	4	4	4	24	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	40
131	4	4	3	5	4	4	24	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	43
132	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
133	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	42
134	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
135	3	4	3	3	4	5	22	5	5	4	4	3	4	3	3	4	5	40
136	4	4	3	4	4	4	23	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
137	3	3	4	3	3	3	19	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	36
138	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	45
139	3	3	3	3	4	4	20	5	2	3	3	3	3	3	3	4	4	33
140	5	5	3	5	5	5	28	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	47
141	3	3	3	3	3	3	18	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	34
142	5	5	4	5	5	5	29	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	44
143	3	3	5	3	4	4	22	3	4	3	4	3	3	5	3	4	4	36
144	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
145	4	4	5	4	4	4	25	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	41
146	3	3	4	3	3	3	19	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	34
147	3	4	4	4	4	4	23	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	38
148	4	3	5	5	5	5	27	3	2	4	3	5	3	3	5	5	5	38
149	3	4	4	4	4	4	23	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40
150	3	4	5	4	4	4	24	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	40
151	3	3	4	3	3	3	19	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	33
152	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
153	5	3	3	5	5	5	26	3	4	3	4	5	3	3	5	5	5	40
154	3	4	4	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
155	4	4	4	4	4	4	24	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	37
156	4	3	3	3	4	4	21	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34
157	3	4	3	4	4	4	22	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	38
158	4	5	3	5	5	5	27	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	45
159	3	4	4	4	4	4	23	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
160	3	4	3	4	4	4	22	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	36

161	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
162	5	4	3	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
163	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
164	4	4	4	4	4	4	24	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	40
165	3	4	4	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
166	3	4	4	4	4	4	23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
167	3	4	3	4	4	4	22	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	39
168	3	4	4	4	4	4	23	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
169	3	5	5	5	5	2	25	3	4	3	4	5	5	3	5	5	2	39
170	3	4	4	4	4	4	23	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
JML H	657	653	676	665	668	677		64 7	66 0	63 7	63 4	66 2	64 6	66 4	65 2	65 8	660	
RAT A	3,8 6	3,8 4	3,9 7	3,9 1	3,9 2	3,9 8		3,8 0	3,8 8	3,7 4	3,7 2	3,8 9	3,8 0	3,9 0	3,8 3	3,8 7	3,8 8	

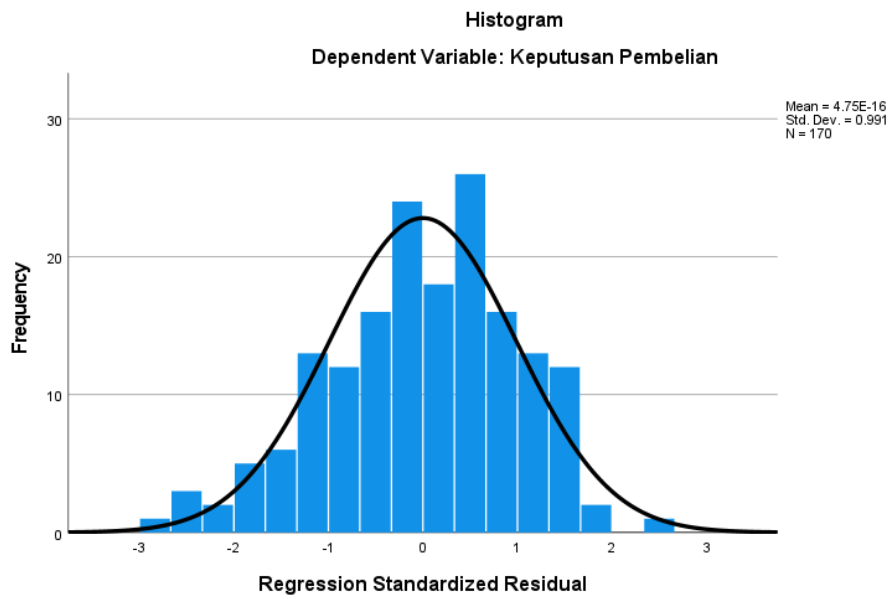
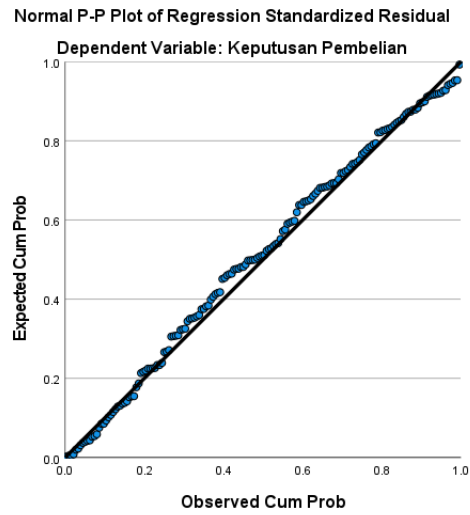
Sumber: Data Penelitian 2025

Lampiran.5

Hasil Uji Olah Data SPSS

Uji Normalitas

1.



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36477780
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.039
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

Hasil Uji Multikoleniaritas, Uji Regresi Dan Uji T

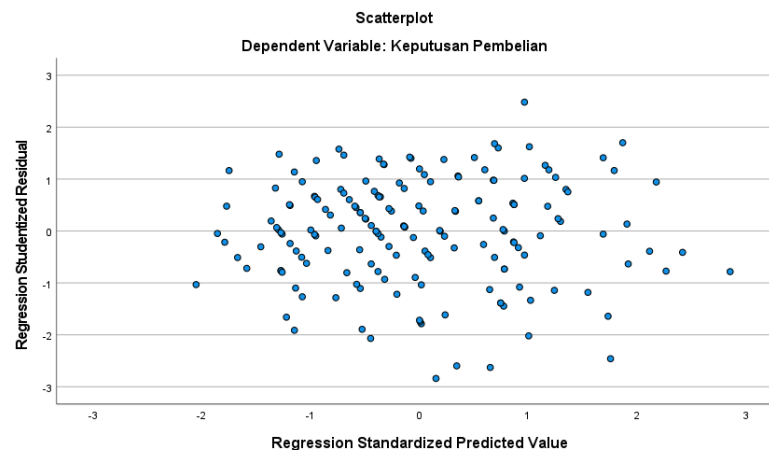
2.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.584	1.395		2.570	.011		
	Digital Marketing	.779	.043	.684	17.989	.000	.581	1.722
	EWOM	.171	.048	.142	3.575	.000	.529	1.889
	Gaya Hidup	.285	.060	.214	4.723	.000	.409	2.442

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Hetrrokedastisitas

3.



4. Hasil Uji Determinasi Koefisien

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.928 ^a	.861	.858	1.37705
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Digital Marketing, EWOM				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1942.041	3	647.347	341.377	.000 ^b
	Residual	314.783	166	1.896		
	Total	2256.824	169			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Digital Marketing, EWOM						

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Digital Marketing	EWOM	Gaya Hidup
1	1	3.987	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.007	24.076	.42	.01	.03	.34
	3	.004	31.511	.01	.34	.70	.10
	4	.002	40.719	.57	.64	.27	.56
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian							

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	31.3989	48.0344	38.3529	3.38989	170
Std. Predicted Value	-2.051	2.856	.000	1.000	170
Standard Error of Predicted Value	.109	.489	.202	.062	170
Adjusted Predicted Value	31.4434	48.1219	38.3575	3.38868	170
Residual	-3.87142	3.37139	.00000	1.36478	170
Std. Residual	-2.811	2.448	.000	.991	170
Stud. Residual	-2.840	2.483	-.002	1.004	170
Deleted Residual	-3.94950	3.46744	-.00453	1.40151	170
Stud. Deleted Residual	-2.902	2.523	-.003	1.010	170
Mahal. Distance	.059	20.299	2.982	2.825	170
Cook's Distance	.000	.132	.007	.014	170
Centered Leverage Value	.000	.120	.018	.017	170

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

TABEL T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

TABEL F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05										
df untuk penyebut(N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90

142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89