

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, D., & Andriani, N. (2023). Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Bakoel Camilan Melalui Gofood. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 3(4).
- Bramantya, Y. B., & Jatra, I. M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University)
- Cholifah, N., Suharyono, S., & Hidayat, K. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Dewi, E., & Mulyanti, D. (2023). Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 49-54.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap perilaku konsumen (studi pada pembelian rumah di perumahan griya utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 1-16.

- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 1-16.
- Novita, W., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Lipstik Merek Wardah di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).
- Putra, D. P., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2021). Celebrity endorser, online customer review, online customer rating terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada marketplace Tokopedia. *Bahtera Inovasi*, 5(1), 57-65.
- Putri, N. K. A. (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSMENT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, PERSEPSI HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA TIUK BALI* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Reka Permata Sari and Islamuddin Islamuddin, 'PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Jaya Rasa Bengkulu)', *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 5.1 (2024)
- Risma, R. M., Girsang, R., & Safitri, A. (2020). Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee. *Jurnal Education and development*, 8(3), 561780.
- RULYAGUSTIN, A., & Prastiwi, S. K. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN E-TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SOCIOLLA PADA GENERASI Z DI SOLO RAYA* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).

- Sihaloho, E. M., Sitorus, D. P. M., & Butar-Butar, I. P. (2023). Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 1(2), 380-390.
- Sugiyono, S. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. *Alfabeta Bandung*, 170-182.
- Syahputra, E. F. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Celebrity Endorse terhadap Loyalitas Konsumen Kecap Abc pada Swalayan 88 Medan.(Universitas Medan Area).
- Widjaja, A. E. (2018). Pengaruh lokasi, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan ojek online. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(02), 169-178.
- Wijaya, S. N. C. (2020). Pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian melalui brand image pada produk sportswear merek Under Armour. *Agora*, 8(2).
- Winarti, T., & Artanti, Y. (2022). PENGARUH CONSUMER REVIEW, EASE OF TRANSACTION, CELEBRITY INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN FOOD DELIVERY. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 6(2), 166-183.
- Yogi Kusnadi and Islamuddin Islamuddin, 'PENGARUH RATING, ULASAN DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu)', *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5.2 (2024)
- Yusuf, D. A., Tumbel, A. L., & Woran, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND AMBASSADOR KPOP NCT DREAM

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MIE LEMONILO DI MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 965-974.

Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 218-225.

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

LAMPIRAN 1 :

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH ENDORSEMENT DAN RATING REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN IBU YATI LINGKAR
BARAT KOTA BENGKULU

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner Penelitian

Lampiran : Kuesioner Penelitian

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Pengaruh Endorsment dan rating review terhadap keputusan pembelian di Rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu”. Saya bermaksud mengajukan permohonan pengisian kuesioner. Tujuan dari kuesioner ini adalah sebagai bahan masukan yang digunakan untuk memperoleh data yang akurat dalam penyusunan skripsi. Maka dari itu, mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan dalam kuesioner dengan sebenar-benarnya.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan, atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat untuk kita semua.

Hormat Saya

Agung Anugrah

I. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda (^) sesuai dengan jawaban yang Bapak/Ibu pilih.

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ 22 tahun ☐ 20 tahun
☐ 21 tahun ☐ 19 tahun

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (^) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Bapak/Ibu. Adapun pendapat yang Bapak/Ibu berikan mempunyai skor atau nilai sebagai berikut:

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Endorsment

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Rumah makan Ibu Yati menggunakan endorser yang memiliki keahlian					
2	Rumah makan Ibu Yati menggunakan endorser yang dipercaya oleh konsumen					
3	Rumah makan Ibu Yati menggunakan endorser yang dapat disukai oleh orang					

Rating Review

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	<i>Review Rating</i> menjadi salah satu informasi yang berkualitas tentang produk.					
2	Semakin banyak konsumen memberikan jumlah <i>rating review</i> menunjukkan kepercayaan penjual yang semakin baik.					
3	Saya percaya <i>rating review</i> yang tinggi menambah kepuasan pelanggan yang baik.					

Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Adanya kemantapan produk yang membuat konsumen untuk melakukan pembelian di Rumah makan Ibu Yati					
2	Konsumen sudah memiliki kebiasaan dalam membeli di Rumah makan Ibu Yati					

3	Konsumen akan memberikan rekomendasi pada orang lain mengenai Rumah makan Ibu Yati					
4	Konsumen Melakukan pembelian ulang di Rumah makan Ibu Yati					

LAMPIRAN 2:Lampiran Tabulasi Data (X_1)

No. Responden	Pernyataan			Jumlah
	1	2	3	
1	5	5	4	14
2	2	2	2	6
3	3	5	4	12
4	3	4	3	10
5	4	2	4	10
6	5	4	5	14
7	3	5	3	11
8	3	3	4	10
9	3	4	2	9
10	4	3	3	10
11	3	3	3	9
12	4	5	3	12
13	3	3	3	9
14	4	3	3	10
15	4	3	4	11
16	5	4	4	13
17	4	4	4	12
18	4	5	3	12
19	4	4	3	11
20	4	4	3	11
21	3	3	3	9
22	5	2	2	9
23	4	5	3	12
24	4	3	4	11
25	4	4	5	13
26	3	4	4	11
27	4	4	3	11
28	4	3	4	11
29	5	5	4	14
30	5	4	5	14
31	5	3	5	13
32	5	3	5	13
33	2	2	2	6
34	3	3	3	9
35	5	3	5	13
36	3	4	3	10
37	2	2	2	6
38	5	3	5	13
39	3	4	3	10
40	3	4	3	10
41	2	2	2	6
42	3	4	3	10
43	4	5	3	12
44	4	3	4	11
45	4	4	5	13

46	3	4	4	11
47	4	4	3	11
48	5	5	4	14
49	2	2	2	6
50	3	5	4	12
51	3	4	3	10
52	4	2	4	10
53	5	4	5	14
54	3	5	3	11
55	3	3	4	10
56	3	4	2	9
57	4	3	3	10
58	3	3	3	9
59	4	5	3	12
60	3	3	3	9
61	4	3	3	10
62	4	3	4	11
63	5	4	4	13
64	4	4	4	12
65	4	5	3	12
66	4	4	3	11
67	4	4	3	11
68	3	3	3	9
69	5	2	2	9
70	4	5	3	12
71	4	3	4	11
72	4	4	5	13
73	3	4	4	11
74	4	4	3	11
75	4	3	4	11
76	5	5	4	14
77	5	4	5	14
78	5	3	5	13
79	5	3	5	13
80	2	2	2	6
81	3	3	3	9
82	5	3	5	13
83	3	4	3	10
84	2	2	2	6
85	5	3	5	13
86	3	4	3	10
87	3	4	3	10
88	2	2	2	6
89	3	4	3	10
90	4	5	3	12
91	4	3	4	11
92	4	4	5	13
93	3	4	4	11
94	4	4	3	11
95	5	4	5	14
96	3	5	3	11

97	3	3	4	10
98	3	4	2	9
99	4	3	3	10
100	3	3	3	9
Rata-rata	3.71	3.6	3.48	3.59
Jumah	371	360	348	

Lampiran Tabulasi Data (X₂)

No. Responden	Pernyataan			
	1	2	3	Jumlah
1	4	4	5	13
2	4	4	2	10
3	5	4	5	14
4	3	4	3	10
5	4	4	4	12
6	5	4	4	13
7	4	4	5	13
8	5	4	3	12
9	3	3	2	8
10	5	4	3	12
11	3	5	2	10
12	5	4	3	12
13	5	4	3	12
14	4	5	4	13
15	4	4	3	11
16	5	5	4	14
17	5	4	3	12
18	2	5	3	10
19	2	5	3	10
20	5	3	2	10
21	5	3	5	13
22	4	4	5	13
23	5	2	4	11
24	4	4	4	12
25	5	4	5	14
26	4	5	4	13
27	5	3	4	12
28	4	4	5	13
29	4	4	5	13
30	4	5	4	13
31	4	4	4	12
32	3	4	3	10
33	4	4	4	12
34	4	5	4	13
35	4	3	5	12

36	3	3	3	9
37	4	3	4	11
38	4	5	4	13
39	4	5	4	13
40	3	5	3	11
41	3	4	2	9
42	4	4	4	12
43	4	4	5	13
44	5	5	4	14
45	4	4	4	12
46	5	4	5	14
47	4	5	4	13
48	4	4	5	13
49	4	4	5	13
50	5	4	5	14
51	3	4	3	10
52	4	4	4	12
53	5	4	4	13
54	4	4	5	13
55	5	4	3	12
56	3	3	5	11
57	5	4	3	12
58	3	5	2	10
59	5	4	3	12
60	5	4	3	12
61	4	5	4	13
62	4	4	3	11
63	5	5	4	14
64	5	4	3	12
65	5	5	3	13
66	5	5	3	13
67	5	3	5	13
68	5	3	5	13
69	4	4	5	13
70	5	5	4	14
71	4	4	4	12
72	5	4	5	14
73	4	5	4	13
74	5	3	4	12
75	4	4	5	13
76	4	4	5	13
77	4	5	4	13
78	4	4	4	12
79	3	4	3	10
80	2	4	4	10
81	4	2	4	10
82	4	3	5	12
83	3	3	3	9
84	4	3	4	11
85	4	5	4	13
86	4	5	4	13

87	3	5	3	11
88	3	4	2	9
89	4	4	4	12
90	4	4	5	13
91	5	5	4	14
92	4	4	4	12
93	5	4	5	14
94	4	2	4	10
95	4	4	5	13
96	4	4	2	10
97	2	2	5	9
98	3	4	3	10
99	4	4	4	12
100	2	4	4	10
Jumlah	4.07	4.03	3.86	3.98
Rata-rata	407	403	386	

Lampiran Tabulasi Data (Y)

No. Responden	Pernyataan				Jumlah
	1	2	3	4	
1	5	5	4	5	19
2	2	4	3	3	12
3	4	4	5	5	18
4	3	3	5	4	15
5	4	3	2	5	14
6	5	4	5	5	19
7	4	3	3	5	15
8	3	4	3	3	13
9	3	3	3	3	12
10	4	4	3	3	14
11	2	3	3	3	11
12	3	4	4	4	15
13	3	3	3	4	13
14	3	4	3	4	14
15	4	4	4	3	15
16	5	5	4	4	18
17	4	4	4	4	16
18	3	4	4	4	15
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	3	3	4	14
22	2	2	2	2	8
23	5	4	3	4	16
24	4	3	4	4	15
25	4	5	5	4	18
26	3	3	3	3	12

27	4	5	5	4	18
28	4	3	3	3	13
29	5	5	4	4	18
30	4	5	5	4	18
31	2	3	2	3	10
32	4	3	4	3	14
33	3	3	3	3	12
34	3	4	3	4	14
35	4	4	4	4	16
36	3	4	3	4	14
37	4	4	4	4	16
38	3	4	3	4	14
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	2	2	2	2	8
42	4	5	4	5	18
43	4	3	4	4	15
44	4	5	5	4	18
45	3	3	3	3	12
46	4	5	5	4	18
47	4	3	3	3	13
48	5	5	4	5	19
49	2	4	3	3	12
50	4	4	5	5	18
51	3	3	5	4	15
52	4	3	2	5	14
53	5	4	5	5	19
54	4	3	3	5	15
55	3	4	3	3	13
56	3	3	3	3	12
57	4	4	3	3	14
58	2	3	3	3	11
59	3	4	4	4	15
60	3	3	3	4	13
61	3	4	3	4	14
62	4	4	4	3	15
63	5	5	4	4	18
64	4	4	4	4	16
65	3	4	4	4	15
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	3	3	4	14
69	2	2	2	2	8
70	5	4	3	4	16
71	4	3	4	4	15
72	4	5	5	4	18
73	3	3	3	3	12
74	4	5	5	4	18
75	4	3	3	3	13
76	5	5	4	4	18
77	4	5	5	4	18
78	2	3	2	3	10
79	4	3	4	3	14

80	3	3	3	3	12
81	3	4	3	4	14
82	4	4	4	4	16
83	3	4	3	4	14
84	4	4	4	4	16
85	3	4	3	4	14
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	2	2	2	2	8
89	4	5	4	5	18
90	4	3	4	4	15
91	4	5	5	4	18
92	3	3	3	3	12
93	4	5	5	4	18
94	4	3	3	3	13
95	5	5	4	5	19
96	2	4	3	3	12
97	4	4	5	5	18
98	3	3	5	4	15
99	4	3	2	5	14
100	5	4	5	5	19
Jumlah	3.63	3.77	3.64	3.81	3.71
Rata-rata	363	377	364	381	

LAMPIRAN 3:

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 3989 days.

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) .
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Y			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.708	.700	2.288
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199.003	2	99.502	19.009	.000 ^b
	Residual	507.747	97	5.235		
	Total	706.750	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.883	1.948		2.507	.014		
	X1	.549	.124	.423	4.422	.000	.808	1.238

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.22	16.96	14.85	1.418	100
Std. Predicted Value	-2.560	1.491	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.230	.731	.380	.112	100
Adjusted Predicted Value	11.49	16.93	14.85	1.416	100
Residual	-6.219	5.795	.000	2.265	100
Std. Residual	-2.718	2.533	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.764	2.571	.001	1.006	100
Deleted Residual	-6.429	5.970	.002	2.340	100
Stud. Deleted Residual	-2.865	2.649	-.002	1.022	100
Mahal. Distance	.011	9.115	1.980	1.856	100
Cook's Distance	.000	.086	.011	.021	100
Centered Leverage Value	.000	.092	.020	.019	100
a. Dependent Variable: Y					

Charts



