

DAFTAR PUSTAKA

- Agnia, S., & Oktini, D. R. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing*, Online *Customer review* dan Customer Rating terhadap Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRMB/article/view/2041>
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*. <https://jurnal.uia.ac.id/index.php/Kinerja/article/view/2243>
- Andini, R. I. (2024). Pengaruh Content *Marketing*, *Influencer Marketing*, Online *Customer review* Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Shopee (Studi Pada *Konsumen & Konsumsi*: *Jurnal Manajemen*. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jkkjm/article/view/1184>
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh Content *Marketing* dan Online *Customer review* Terhadap Minat Beli Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau *Journal of Economic Education ...*. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/article/view/1806>
- AZZAHRA, A. (2024). *PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER MARKETING, SOCIAL MEDIA, DAN CO BRANDING TERHADAP MINAT BELIERIGO X JKT48*. eprints.upnyk.ac.id. <http://eprints.upnyk.ac.id/39486/2/COVER.pdf>
- Budiarto, S. (2022) Ulasan Pelanggan Online, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pemesanan Hotel Konsumen Secara Online (Survei Online pada Pengguna Aplikasi *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*). <https://journal-ima.org/index.php/IMA/article/view/2>
- Cahyani, G., & Aulia, P. (2023). Pengaruh *Konten Marketing* media sosial tiktok terhadap Minat Beliproduk masker camille beauty (Studi kasus pada konsumen Camille Beauty di Kota *Jurnal Mirai Management*. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/3871>
- Dewi, N. P. S., Suriani, N. N., & (2024). *PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER MARKETING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO KASYARAA DI and Business Journal* <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj/article/view/10491>
- Dewi, W. A. (2024). *Pengaruh content Marketing, live streaming, dan online Customer review terhadap minat beli: Studi Kasus brand jiniso pada aplikasi Tiktok di Kota Malang*. etheses.uin-malang.ac.id. <http://etheses.uin-malang.ac.id/62813/>
- Dian, A., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh korean wave terhadap minat beli baju bekas. *Prosiding* <http://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/index.php/prosiding/article/view/21>

- Dwita, M. (2022). Pengaruh Customer Relationship *Marketing* Dan Konten *Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital*.
- Eriadisvi, E., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh Content *Marketing*, Social Media *Influencer* Dan Online *Customer review* Terhadap Purchase Intention Produk Parfum H S (Studi Pada Followers Akun *Innovative: Journal Of Social Science* <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/14504>
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Minat Belimelalui minat beli: *Influencer Marketing* dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan* <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/840>
- Febriantari, D. S., Mulyono, L. E. H., & (2023). Pengaruh *Influencer Marketing*, Applicatison Quality dan Online *Customer review* Terhadap Kecepatan Minat Beli Konsumen Gen-Z Melalui *Jurnal Riset* https://www.researchgate.net/profile/Muh-Dakwah/publication/373627238_Vol_2_No3_Sept_PENGARUH_INFLUENCER_MARKETING_APPLICATION_QUALITY_DAN_ONLINE_CUSTOMER_REVIEW_TERHADAP_KECEPATAN_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_KONSUMEN_GEN-Z_MELALUI_SHOPEE_PENGARUH_INFLUENCER_MARKETING_APPLICATION/links/65840af22468df72d3c0da08/Vol-2-No3-Sept-PENGARUH-INFLUENCER-MARKETING-APPLICATION-QUALITY-DAN-ONLINE-CUSTOMER-REVIEW-TERHADAP-KECEPATAN-KEPUTUSAN-PEMBELIAN-KONSUMEN-GEN-Z-MELALUI-SHOPEE-PENGARUH-INFLUENCER-MARKETING-APPLIC.pdf
- Ghozali, Z., Hanifa, R., & Hendrich, M. (2019). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Metode RGEC (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Tbk) Periode 2012-2016. *Mbia*. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/500>
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., & ... (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=DUIyEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=media+sosial+integritas+nasional&ots=qYSJfL9pxk&sig=lpmqeLDehKLwa5_RzROy913YuH0
- Gultom, R., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Customer Review, Customer Rating Dan Konten *Marketing* Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Tiktok Shop Kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*. <https://core.ac.uk/download/pdf/599007213.pdf>

- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media *Influencer* terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi* <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1023>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., & (2023). Peran *Influencer Marketing* Online *Customer review* dan *Content Marketing* dalam Minat Beli Pada Sosial Instagram. *Jesya (Jurnal* <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1059>
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran destinasi pariwisata*. senayan.iain-palangkaraya.ac.id. http://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=13991
- Isnawati, S. I., Pratiwi, M. I., & (2023). Pelatihan *Konten Marketing* Pada Industri Otomotif dengan Media Video *Marketing* di PT Wahana Investasindo Salatiga. *Jurnal Abadimas* [Adihttps://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/abadimas/article/view/6337](https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/abadimas/article/view/6337)
- Ki, C. W. C., Cuevas, L. M., Chong, S. M., & Lim, H. (2020). *Influencer Marketing*: Social media *Influencers* as human brands attaching to followers and yielding positive *Marketing* results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer* <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920300059>
- Kolter, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing planning*. Boston, MA.: Pearson.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh online costumer review dan customer rating terhadap Minat Beliproduk kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/696/403>
- Leung, F. F., Gu, F. F., Li, Y., Zhang, J. Z., & (2022). *Influencer Marketing* effectiveness. *of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429221102889>
- Leung, F. F., Gu, F. F., & Palmatier, R. W. (2022). Online *Influencer Marketing*. *Journal of the Academy of Marketing* <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00829-4>
- Martínez-López, F. J., Anaya-Sánchez, R., & (2020). Behind *Influencer Marketing*: key *Marketing* decisions and their effects on followers' responses. *Journal of Marketing* <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1738525>
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & (2022). Pengaruh *Konten Marketing* dan Customer Review Terhadap Minat Belidengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal* <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/master/article/view/444>
- Muthohar, A. F., & Hartono, B. (2023). Pengaruh Digital *Konten Marketing* Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNTIDAR): Studi Kasus *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan* <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/229>

- Nabilah, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran *Influencer* Dalam *Konten Marketing* Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Maybelline. *Jurnal Economina*.
<https://ejournal.45mataram.or.id/index.php/economina/article/view/904>
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media *Marketing*, online customer review, dan religiusitas terhadap Minat Belikonsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan *of Management and*
<http://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb/article/view/134>
- Pambudi, R., & Permatasari, B. (2024). *Influencer Marketing* dan Online *Customer review* Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/58716>
- Pasaribu, M. S., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). Strategi *Konten Marketing* pada Media Sosial Instagram sebagai Strategi Pemasaran Digital Sate Taichan Senayan. *Journal of Management and Bussines*
- Prabowo, H., Senowarsito, S., Prabowo, A. B., & (2022). Pembuatan *Konten Marketing* produk Bumdes untuk peningkatkan minat dan Minat Beli. *Jurnal Pengabdianmm*
<https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/1991>
- Putri, A. M. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing, Customer Review, dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Produk Skintific*.
 repository.bakrie.ac.id. <https://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/10215>
- Putri, S. M., & Rosmita, R. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *JLABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Dan* <https://journal.uir.ac.id/index.php/jiabis/article/view/17262>
- Rosyadi, A. (2021). Peran *Influencer Marketing* terhadap minat beli melalui brand awareness. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*.
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/7943>
- Sari, A. G., & Aquinia, A. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan Online *Customer review* Terhadap Purchase Intention. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan*
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1532>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan Minat Belipada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4870>
- Setiawan, D., Rahman, (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa. *Mozaic: Islam Nusantara*.
<http://journal.unusia.ac.id/index.php/mozaic/article/view/133>

- Shafira, A., & Tuti, M. (2024). Pemasaran Online: Keputusan Konsumen Dipengaruhi Oleh Diskon dan Ulasan Online. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan* <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur/article/view/9628>
- Siregar, A. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pendidikan. *RILIGIA: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam Dan Keagamaan*. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/eduriligia/article/view/12936>
- Sugiono, S., Noerdjanah, (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterapian* <https://jurnalketerapianfisik.com/index.php/jpt/article/view/167>
- Suwardhana, A. (2023). *ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK*. repository.upnvj.ac.id. <https://repository.upnvj.ac.id/28123/>
- Syaputri, D., Devita, S., & Listyani, U. (2023). Pengaruh *Konten Marketing* Tiktok@ Hazellitaa Terhadap Minat Beli Baju Dishopee. *Jurnal Ilmu Komunikasi*<https://pdfs.semanticscholar.org/b3c4/2183ddff5a1a1fe1200cfafdae9f367ffdf0.pdf>
- Wjaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh *Konten Marketing*, E-WoM, dan Customer Review di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/view/3772>
- Zahra, D. C. A., & Kadunci, E. R. (2022). Pengaruh Online *Customer review* dan *Content Marketing* TikTok@ Azarinecosmetic terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Azarine di Tengah Pandemi *Repository. Pnj. Ac. Id*. <https://repository.pnj.ac.id/9413/1/Text%20%28Judul%2CPendahuluan%2CPenutup%29.pdf>

L

A

M

P

I

R

A

N

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus IV, Jl. Adam Malik KM 8.5, Sido Mulyo, Gading Cempaka, Kota Bengkulu, 38221
febi.umb.ac.id
febi@umb.ac.id

(0736) 22765
(0736) 26161

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
Nomor : 0436/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2025

T E N T A N G
PERPANJANGAN MASA BIMBINGAN SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

- Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan perkuliahan di Program Studi Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Islam mahasiswa wajib menyusun Skripsi
2. Bahwa mahasiswa yang bersangkutan belum dapat menyelesaikan Skripsinya sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan, maka dipandang perlu untuk menggantinya dengan menerbitkan Surat Keputusan Dekan terbaru.
- Mengingat : 1. Undang-undang nomor 12 Tahun 2012, Tentang Perguruan Tinggi
2. Undang-undang nomor 20 Tahun 2012, Tentang SISDIKNAS
3. SK. Mendiknas No. 232/U/2000, Tentang Penyusunan Kurikulum dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa.
4. SK LAMEMBA Perguruan Tinggi No. 390/DE/A.5/AR/10/IV/2023 tentang Status Akreditasi dan Peringkat Terakreditasi Program Studi Akuntansi Pada Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
5. SK LAMEMBA No. 447/DE/A.5/AR.10/V/2023 menyatakan bahwa Program Studi Manajemen Pada Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terakreditasi Baik Sekali.
6. SK Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 11082/SK/BAN-P T/Akred/S/IX/2021 tentang Status Program Studi Ekonomi Islam
7. Peraturan Perguruan Tinggi Muhammadiyah tahun 2012
8. Statuta Universitas Muhammadiyah Bengkulu
9. Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Memperhatikan : Surat permohonan Saudara, Syahcika Aritia Agripina, NPM. 2161201075, Tanggal 23 April 2025 tentang perpanjangan SK bimbingan No : 0729/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2024, pada tanggal 14 April 2024.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Memperpanjang SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis No: 0729/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2024, yang habis tanggal 14 April 2025, selama 6 Bulan berikut, sebagai perpanjangan tahap I (Satu)
- Pertama : Apabila sampai dengan tanggal, 14 Oktober 2025, belum juga dapat menyelesaikan skripsinya, maka dapat diperpanjang setelah mahasiswa yang bersangkutan membayar bimbingan skripsi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- Kedua : Dosen Pembimbing, Tetap Seperti yang Tertera Pada SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis No.0729/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2024 tanggal, 14 April 2024
- Ketiga :

Dosen Pembimbing	Judul Skripsi
Ratnawili, SE., MM	Pengaruh Konten Marketing, Influencer Marketing, Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Makeup dan Skincare Skintific Pada Toko Miss Glam Kota Bengkulu

- K keempat : Mahasiswa tersebut diizinkan mengikuti bimbingan dalam rangka menyelesaikan skripsinya sampai dengan batas yang telah ditentukan pada ketetapan pertama.
- Kelima : Pembimbing berkewajiban membimbing proposal, seminar sampai dengan pengujian dan perbaikan skripsi.
- Keenam : Semua biaya bimbingan skripsi termasuk honor pembimbing di bayar sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
- Ketujuh : Keputusan ini berlaku sejak tanggal, 14 April 2025 s.d 14 Oktober 2025, dengan ketentuan segala sesuatu akan diperbaiki sebagaimana mestinya apa bila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.



Tembusan Yth :
1. Kepala BAAK UMB
2. Arsip

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

● Kampus IV, Jl. Adam Malik KM 8.5, Sido Mulyo, Gading Cempaka, Kota Bengkulu, 38221
● febi.umb.ac.id
● febi@umb.ac.id

☎ (0736) 22765
☎ (0736) 26161

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 106-KET/DF.02-UMB/2024

Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Menerangkan bahwa :

Nama	: Syahcika Aritia Agripina
NPM	: 2161201075
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Konten Marketing, Influencer Marketing, Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam Kota Bengkulu

Dinyatakan sudah memenuhi syarat bebas plagiarisme sebesar 25% (Terlampir) batas maksimal plagiarisme yaitu kurang dari 40% pada setiap naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian skripsi.

Bengkulu, 18 Juni 2025



25% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 19%  Internet sources
- 17%  Publications
- 11%  Submitted works (Student Papers)

IDENTITAS RESPONDEN

- Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan
- Umur : ☐ 20 - 30 tahun
☐ 31 – 50 tahun
☐ > 50 tahun
- Tingkat Pendidikan : ☐ SMP
☐ SMA
☐ Diploma
☐ S1/S2

Petunjuk Pengisian :

- Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang ada di sebelah kanan pernyataan yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.
- Berikan hanya 1 (satu) jawaban saja pada setiap pernyataan.
- Baca dan pahami pernyataan sebelum memberikan jawaban.

Pilihan Jawaban :

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

Konten Marketing (X₁)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	Relevansi					
1.	Konten Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam Relevan dengan kondisi sebenarnya					
2.	Relevansi konten yang ada membuat konsumen tertarik					
	Akurasi					
3.	Konten Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam dibuat dengan akurat					
4.	Konsumen tertarik dengan konten karena konten yang ada sangat akurat					
	Bernilai					
5.	Konten Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam sangat bernilai					
6.	Konten-konten bernilai membuat konsumen tertarik pada produk					
	Mudah dipahami					
7.	Konten Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam mudah dipahami					
8.	Konten yang mudah dipahami dapat langsung dimengerti oleh konsumen					
	Mudah Ditemukan					
9.	Konten Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam mudah ditemukan					
10.	Konten yang mudah di temukan di berbagai sosial media					

	Konsisten					
11.	Konten Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam sangat konsisten					
12.	Miss Glam selalu konsisten dalam menampilkan konten untuk promosi					

Influencer Marketing (X₂)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	Trustworthiness					
1.	Adanya kepercayaan yang dimiliki <i>Influencer</i> dalam mempromosikan Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam					
2.	Adanya kejujuran yang dimiliki <i>Influencer</i> dalam mempromosikan Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam					
	Expertise					
3.	<i>Influencer</i> memiliki keahlian atau pengetahuan yang tinggi dalam mempromosikan Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam					
4.	Keahlian dan pengetahuan yang dimiliki <i>Influencer</i> membuat konsumen tertarik dengan produk Miss Glam					
	Attractiveness					
5.	Adanya daya tarik yang dimiliki oleh <i>Influencer</i> dalam mempromosikan Makeup Dan Skincare Skintific Pada Toko Missglam					
6.	Penggunaan <i>Influencer</i> pada pemasaran Miss Glam memiliki daya tarik tersendiri					

Customer review (X₃)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	Awareness (kesadaran)					
1	Konsumen melakukan <i>Customer review</i> dengan penuh kesadaran					
2	<i>Customer review</i> tidak ada paksaan dari pihak manapun					
	Frequency (frekuensi)					
3	Frekuensi <i>Customer review</i> dari konsumen menjadi bahan pertimbangan untuk calon pembeli					
4	<i>Customer review</i> dari konsumen yang banyak membuat konsumen semakin percaya					
	Comparrison (perbandingan)					
5	Konsumen menjadikan hasil <i>Customer review</i> sebagai perbandingan dengan produk lainnya					
6	Perbandingan <i>Customer review</i> menjadi sangat penting bagi konsumen dalam memilih produk Miss Glam					
	Effect (pengaruh)					
7	Hasil dari <i>Customer review</i> produk berpengaruh dengan pembelian konsumen					
8	Adanya pengaruh yang sangat besar dengan adanya <i>Customer review</i> dari konsumen yang sudah membeli					

Minat Beli (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	Tertarik pada informasi mengenai produk					
1	Konsumen tertarik pada informasi mengenai produk makeup dan skincare skintific pada Toko Missglam					
2	Ketertarikan konsumen pada informasi produk membuat konsumen berminat membeli					
	Mempertimbangkan untuk membeli					
3	Konsumen mempertimbangkan untuk membeli produk makeup dan skincare skintific pada Toko Missglam					
4	Pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian dilihat dari berbagai hal seperti promosi yang menarik					
	Tertarik untuk mencoba					
5	Konsumen tertarik untuk mencoba produk makeup dan skincare skintific pada Toko Missglam					
6	Ketertarikan konsumen untuk mencoba produk menjadikan konsumen makin tertarik					
	Ingin mengetahui produk					
7	Konsumen ingin mengetahui produk produk makeup dan skincare skintific pada Toko Missglam					
8	Iklan yang bagus membuat konsumen tertarik untuk mengetahui produk skintific					
	Jadi ingin memiliki produk					
9	Konsumen jadi ingin memiliki produk makeup dan skincare skintific pada Toko Missglam					
10	Melihat promosi yang bagus maka konsumen jadi					

	ingin memilih produk skintific					
--	--------------------------------	--	--	--	--	--

Lampiran Tabulasi Data

Konten Marketing (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Jumlah X1
1	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	54
2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	53
3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	52
4	5	5	5	3	3	5	4	4	5	4	5	5	53
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	52
6	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	55
7	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	55
8	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	54
9	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	55
10	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	53
11	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	53
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
13	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	55
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
15	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	52
16	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	56
17	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	55
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
20	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	42
21	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	54
22	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
24	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	52
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
26	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54
27	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	54
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	46
29	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	54
30	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	56
31	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	55

32	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	54
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
35	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54
36	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
37	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
38	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	46
39	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	55
40	5	4	3	4	5	3	4	5	4	3	5	4	49
41	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	54
42	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	50
43	4	5	5	3	4	5	4	4	3	5	4	5	51
44	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	55
45	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53
46	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	55
47	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	54
48	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	54
49	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	54
50	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	54
51	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	48
52	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	51
55	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	56
56	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	55
57	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	54
58	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	55
59	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	53
60	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	52
61	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	52
62	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	53
63	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	53
64	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	55
65	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	53
66	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	54
67	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	56
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
69	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	4	4	44
70	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	55

71	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	45
72	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
74	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	54
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
77	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
78	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52
79	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	53
80	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	56
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
82	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	45
83	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
88	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	46
89	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
90	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	56
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
92	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	52
93	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	50
94	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	50
95	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	50
96	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	50
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
101	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
104	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	55
105	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	51
106	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	56
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
108	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	56
109	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	47

110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
111	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	53
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
113	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	52
114	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	55
115	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	53
116	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
119	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	54
120	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	53
121	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	55
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
123	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	53
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
125	5	4	3	3	4	4	4	5	3	5	4	3	47
126	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
127	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	53
128	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
129	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	52
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
134	4	4	4	4	5	3	3	2	2	4	3	2	40
135	4	4	4	2	2	3	2	3	3	1	2	2	32
136	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	41
137	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	42
138	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	49
139	4	4	3	3	3	3	4	4	1	2	3	3	37
140	4	4	1	2	2	2	3	1	2	3	5	3	32
141	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	44
142	3	3	4	4	3	1	1	4	4	3	5	2	37
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
144	5	3	1	2	3	4	4	4	5	4	4	4	43
145	3	3	5	4	4	1	2	3	3	3	3	3	37
146	4	4	3	2	3	1	2	2	3	3	3	4	34
147	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
148	4	4	4	1	4	3	3	2	4	3	3	3	38

149	3	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	29
150	3	3	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	42
151	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
152	4	4	4	1	4	3	3	2	4	3	3	3	38
153	3	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	29
154	3	3	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	42
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
156	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
157	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	57
158	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	53
159	5	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	49
160	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	50
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
162	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
163	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	51
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
165	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3	3	48
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
167	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54
168	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	55
169	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	54
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
171	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	53
172	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
174	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	46
175	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	48
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
177	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
178	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	53
179	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
180	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
Sum	826	775	788	759	766	768	763	760	773	757	758	759	9252
Ave	4.59	4.31	4.38	4.22	4.26	4.27	4.24	4.22	4.29	4.21	4.21	4.22	4.28

Influencer Marketing (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah X2
1	5	4	5	5	5	5	29
2	5	5	5	5	5	4	29
3	5	4	4	4	4	5	26
4	3	5	5	5	5	4	27
5	5	4	4	5	4	5	27
6	5	4	5	5	4	4	27
7	5	4	4	5	5	4	27
8	5	4	5	4	4	5	27
9	5	4	5	5	5	5	29
10	5	4	5	4	5	4	27
11	5	4	5	5	4	4	27
12	4	4	5	5	5	5	28
13	4	5	4	4	5	5	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	4	4	4	5	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	5	5	5	4	28
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	5	5	4	4	26
20	3	5	4	3	4	3	22
21	5	5	4	4	5	4	27
22	5	5	5	5	3	3	26
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	4	5	4	5	4	27
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	5	5	26
27	5	4	4	5	4	4	26
28	3	3	3	3	3	3	18
29	5	4	4	5	4	5	27
30	5	5	4	5	4	5	28
31	5	4	4	5	4	5	27
32	5	5	4	5	4	4	27
33	5	5	4	4	4	4	26

34	4	5	5	4	5	5	28
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	4	4	4	4	5	26
39	4	4	5	4	4	5	26
40	3	4	4	5	3	4	23
41	4	3	4	5	4	3	23
42	3	5	4	3	5	4	24
43	4	4	4	5	5	5	27
44	4	5	4	4	4	5	26
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	4	5	5	5	4	28
47	5	4	4	5	4	5	27
48	4	5	5	4	4	5	27
49	4	4	5	4	5	5	27
50	5	4	4	4	5	4	26
51	5	4	5	3	5	5	27
52	5	4	4	4	4	4	25
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	4	5	4	28
55	5	4	4	4	5	4	26
56	5	4	4	4	5	4	26
57	5	4	5	4	5	4	27
58	5	4	4	5	4	4	26
59	5	4	5	4	4	5	27
60	5	5	5	5	4	5	29
61	5	4	5	4	5	5	28
62	5	4	5	4	5	5	28
63	5	4	5	4	4	5	27
64	5	5	5	4	5	5	29
65	5	4	4	4	4	5	26
66	5	5	4	4	5	4	27
67	5	4	5	5	4	5	28
68	4	4	5	5	4	4	26
69	4	3	3	4	4	3	21
70	5	4	4	4	4	4	25
71	3	4	5	4	4	5	25
72	5	5	5	4	5	5	29

73	5	5	5	4	4	4	27
74	3	3	3	4	4	4	21
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	5	5	5	5	28
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	5	5	4	4	4	26
80	4	5	5	4	5	4	27
81	5	4	5	4	4	4	26
82	4	3	2	3	3	4	19
83	4	5	4	3	4	4	24
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	3	23
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	4	3	3	3	4	22
89	4	3	3	3	3	4	20
90	5	4	5	5	5	5	29
91	4	4	4	4	5	4	25
92	4	5	4	4	5	4	26
93	4	5	4	4	5	4	26
94	4	4	5	5	4	5	27
95	4	4	5	4	3	4	24
96	4	4	4	4	5	3	24
97	4	3	4	3	3	2	19
98	3	3	4	4	3	4	21
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	4	3	3	4	22
101	3	4	5	4	4	4	24
102	4	4	4	4	4	4	24
103	5	5	5	5	5	5	30
104	5	5	5	5	4	4	28
105	5	5	4	5	5	5	29
106	5	5	5	5	5	5	30
107	4	4	4	5	5	5	27
108	5	5	5	5	5	5	30
109	5	5	5	4	4	3	26
110	5	5	5	5	5	5	30
111	5	4	5	5	4	4	27

112	5	5	5	5	5	5	30
113	5	4	5	4	5	4	27
114	5	4	5	4	5	5	28
115	4	4	5	5	5	4	27
116	5	4	4	4	5	4	26
117	5	4	4	4	4	4	25
118	4	4	4	4	4	4	24
119	5	4	4	5	5	4	27
120	5	4	4	4	4	5	26
121	5	4	5	4	5	4	27
122	4	4	4	4	4	4	24
123	5	4	5	4	4	5	27
124	5	5	5	5	5	4	29
125	5	4	4	3	4	4	24
126	5	5	5	5	5	5	30
127	5	4	5	4	5	4	27
128	5	5	4	3	4	5	26
129	5	4	4	5	4	4	26
130	4	4	4	4	5	5	26
131	4	4	5	5	5	5	28
132	4	3	3	4	4	4	22
133	2	4	3	3	3	3	18
134	4	5	3	4	3	3	22
135	4	4	4	4	3	3	22
136	4	4	4	5	4	4	25
137	3	3	4	3	4	2	19
138	4	3	4	4	3	3	21
139	3	2	2	3	3	2	15
140	5	3	4	4	5	5	26
141	4	4	4	4	4	4	24
142	4	3	4	3	4	4	22
143	3	2	1	5	2	4	17
144	4	4	4	4	4	4	24
145	4	2	3	4	1	1	15
146	5	3	3	4	4	4	23
147	4	4	4	4	4	3	23
148	4	3	5	3	2	4	21
149	4	3	3	1	2	2	15
150	4	3	3	2	1	3	16

151	4	4	4	4	4	3	23
152	4	3	5	3	2	4	21
153	4	3	3	1	2	2	15
154	4	3	3	2	1	3	16
155	4	4	5	4	4	3	24
156	4	4	4	4	4	4	24
157	4	4	4	4	4	4	24
158	5	5	4	4	4	4	26
159	4	4	4	4	4	4	24
160	3	4	4	4	5	5	25
161	4	4	4	4	4	4	24
162	5	4	4	4	4	4	25
163	4	5	5	5	5	5	29
164	4	4	4	4	4	4	24
165	4	4	4	4	4	4	24
166	4	4	4	4	4	4	24
167	5	5	5	5	5	5	30
168	4	4	4	4	4	3	23
169	4	4	4	4	4	5	25
170	4	4	4	4	4	5	25
171	5	5	4	5	5	5	29
172	4	4	4	4	5	5	26
173	5	5	5	5	5	5	30
174	5	5	5	5	5	5	30
175	4	4	4	4	4	4	24
176	4	4	4	5	5	4	26
177	4	4	4	5	5	4	26
178	4	4	5	4	4	4	25
179	5	4	4	4	4	5	26
180	5	5	5	4	4	4	27
	790	745	771	751	755	754	4566
	4.39	4.14	4.28	4.17	4.19	4.19	4.00

Customer Review (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Jumlah X3
1	4	4	5	5	5	4	5	5	37
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	5	5	4	5	5	4	3	36
4	5	5	4	4	4	3	5	4	34
5	5	4	5	4	5	4	5	4	36
6	5	4	4	5	5	4	5	5	37
7	5	5	4	5	4	5	4	5	37
8	5	4	4	5	4	4	5	4	35
9	4	4	3	5	5	5	5	5	36
10	5	5	4	4	5	5	4	5	37
11	5	5	4	4	5	5	4	5	37
12	3	4	5	5	5	5	3	4	34
13	5	4	4	4	5	4	4	5	35
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	4	4	4	5	5	4	4	35
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	5	4	4	4	4	5	36
18	4	5	4	5	5	5	5	5	38
19	5	5	5	5	5	5	5	4	39
20	4	3	3	3	4	3	3	3	26
21	5	4	5	4	4	4	4	5	35
22	3	3	3	4	4	4	4	4	29
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	5	4	4	5	5	4	5	4	36
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	5	33
27	5	4	4	5	4	5	4	5	36
28	4	4	4	4	4	3	4	5	32
29	5	4	4	4	5	4	4	4	34
30	5	5	4	5	4	5	4	5	37
31	5	5	4	5	5	4	5	5	38
32	5	5	5	4	5	5	4	5	38
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	4	4	4	5	5	4	5	36

74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	5	5	5	5	5	3	3	4	35
76	4	5	5	5	5	5	5	5	39
77	4	5	5	5	5	5	5	5	39
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	5	5	4	4	4	5	5	36
80	4	5	4	5	4	4	4	4	34
81	5	4	4	4	4	4	4	4	33
82	4	4	4	4	4	4	3	4	31
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	4	4	4	4	5	4	33
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	3	4	4	4	4	4	4	4	31
87	4	4	3	4	4	4	4	4	31
88	4	4	4	3	4	4	4	4	31
89	4	3	4	3	3	3	4	4	28
90	4	5	5	4	5	4	5	4	36
91	4	4	4	4	4	4	4	5	33
92	4	4	5	4	5	4	4	5	35
93	3	3	5	4	4	5	4	4	32
94	5	4	4	5	4	4	5	4	35
95	4	3	5	5	4	5	4	4	34
96	4	5	4	4	4	5	3	5	34
97	3	2	3	1	3	3	5	4	24
98	4	4	3	4	3	3	4	4	29
99	4	4	3	4	4	3	4	2	28
100	4	3	3	3	1	2	4	4	24
101	2	4	4	3	5	4	4	4	30
102	5	5	5	5	5	5	5	5	40
103	4	4	4	4	4	4	4	4	32
104	5	4	5	5	5	5	5	5	39
105	4	4	3	3	4	4	5	5	32
106	4	4	4	5	5	3	3	3	31
107	5	5	5	5	5	5	5	5	40
108	5	5	5	4	4	5	5	4	37
109	5	5	5	5	5	5	5	5	40
110	5	4	4	4	4	4	4	4	33
111	5	4	5	4	4	5	5	4	36
112	4	4	4	5	5	5	5	5	37

113	5	4	4	5	5	4	4	5	36
114	5	5	4	4	5	4	4	5	36
115	5	5	5	4	4	4	4	4	35
116	5	4	5	4	5	4	4	5	36
117	5	5	5	4	4	4	4	4	35
118	5	5	5	5	5	5	5	5	40
119	5	4	4	5	5	4	5	5	37
120	5	4	4	5	4	4	5	4	35
121	5	4	5	4	5	5	4	5	37
122	4	4	4	5	5	5	5	3	35
123	5	4	3	4	4	5	5	5	35
124	5	5	5	5	4	4	4	4	36
125	5	4	4	5	5	5	4	4	36
126	5	5	5	5	5	5	5	5	40
127	4	4	5	5	4	5	5	5	37
128	4	4	4	5	5	5	5	5	37
129	4	4	5	4	4	4	5	4	34
130	5	5	5	5	5	5	5	5	40
131	5	5	5	5	5	5	5	5	40
132	3	4	3	3	2	4	4	1	24
133	2	3	3	4	4	4	4	3	27
134	4	4	3	3	3	1	3	3	24
135	3	2	2	2	3	5	5	5	27
136	4	4	4	4	4	4	4	3	31
137	4	1	2	2	4	1	3	4	21
138	1	1	3	4	4	4	3	3	23
139	3	4	3	3	3	3	3	3	25
140	3	3	4	4	4	3	4	3	28
141	3	3	4	5	4	2	2	4	27
142	3	3	4	3	4	4	5	5	31
143	4	4	5	5	4	4	3	4	33
144	4	2	3	4	4	3	2	4	26
145	4	4	5	4	4	4	3	3	31
146	4	4	4	4	4	3	3	4	30
147	1	2	3	3	3	3	3	3	21
148	4	4	2	3	3	4	3	3	26
149	3	2	3	2	2	3	3	4	22
150	4	4	4	4	3	3	3	3	28
151	1	2	3	3	3	3	3	3	21

152	4	4	2	3	3	4	3	3	26
153	3	2	3	2	2	3	3	4	22
154	4	4	4	4	3	3	3	3	28
155	4	4	4	5	5	5	3	5	35
156	5	5	5	5	5	5	5	3	38
157	3	3	3	4	3	4	3	4	27
158	4	4	5	5	5	5	5	5	38
159	4	4	4	5	4	4	4	5	34
160	4	4	4	4	5	5	3	4	33
161	3	4	4	4	4	4	5	5	33
162	3	3	3	3	4	3	3	5	27
163	4	4	5	4	4	5	5	5	36
164	3	3	3	4	3	3	3	3	25
165	5	5	5	5	5	5	5	5	40
166	4	4	4	5	5	5	5	5	37
167	4	4	4	4	4	4	4	5	33
168	4	4	4	3	3	3	3	3	27
169	3	4	4	4	5	5	5	5	35
170	4	4	4	4	4	4	4	5	33
171	4	4	4	4	5	4	4	4	33
172	5	5	5	5	5	5	4	4	38
173	4	4	4	3	3	3	3	3	27
174	3	3	3	4	4	4	4	4	29
175	3	3	3	3	5	4	3	3	27
176	4	4	4	4	4	4	4	4	32
177	5	4	4	4	5	4	4	4	34
178	3	4	5	4	4	4	4	4	32
179	4	4	4	4	5	5	3	3	32
180	5	5	5	5	5	4	4	4	37
	762	731	744	755	770	747	742	761	6012
	4.23	4.06	4.13	4.19	4.28	4.15	4.12	4.23	4.00

Minat Beli (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Jumlah Y
1	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	44
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	40
4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	42
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
6	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	45
7	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
8	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
9	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	45
10	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
11	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
14	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
15	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
16	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	45
17	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
18	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
19	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
20	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	34
21	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
24	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
25	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	43
26	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
27	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
28	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	45
29	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
30	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
31	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
32	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	46
33	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
34	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	46
35	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	44
36	5	4	4	5	3	4	3	3	5	4	40
37	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45

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

77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
79	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
80	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	39
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
87	4	4	2	2	3	2	1	4	4	3	29
88	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
91	4	3	4	4	2	1	3	3	2	2	28
92	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
93	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45
94	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	43
95	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
96	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45
97	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	35
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
100	4	4	4	1	4	5	4	5	5	4	40
101	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
102	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	45
103	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
104	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
105	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
106	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
107	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	39
108	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	40
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
111	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
113	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
114	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
115	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47

116	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
117	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
118	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
119	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	45
120	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
121	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	44
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
123	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	43
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
125	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	42
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
127	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	45
128	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
129	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
130	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	42
131	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
132	4	3	2	2	2	3	1	1	1	4	23
133	4	3	3	4	3	2	1	2	3	4	29
134	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	29
135	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
136	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	42
137	4	4	4	4	4	5	4	3	3	2	37
138	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	37
139	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	33
140	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	42
141	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44
142	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
143	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	37
144	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	40
145	1	4	4	3	2	3	2	3	3	4	29
146	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
147	4	4	4	1	3	4	3	5	4	4	36
148	4	4	3	2	3	3	2	2	1	2	26
149	2	3	2	3	3	2	4	3	4	4	30
150	4	3	4	2	2	3	2	3	4	3	30
151	4	4	4	1	3	4	3	5	4	4	36
152	4	4	3	2	3	3	2	2	1	2	26
153	2	3	2	3	3	2	4	3	4	4	30
154	4	3	4	2	2	3	2	3	4	3	30

155	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
156	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	37
157	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	44
158	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
160	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	40
161	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
162	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34
163	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	38
164	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	44
165	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	40
166	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
167	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	41
168	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
169	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
170	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
171	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
172	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
173	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	39
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
175	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
176	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	38
177	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	42
178	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	42
179	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	40
180	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	35
	770	747	756	747	753	764	748	741	763	753	7542
	4.28	4.15	4.20	4.15	4.18	4.24	4.16	4.12	4.24	4.18	4.00

X1. 7	Pearson Correlation	.533	.494	.410	.510	.471	.672	1	.601	.524	.548	.426	.573	.784
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
X1. 8	Pearson Correlation	.508	.351	.490	.550	.418	.551	.601	1	.568	.497	.415	.467	.744
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
X1. 9	Pearson Correlation	.579	.430	.399	.454	.501	.567	.524	.568	1	.569	.474	.542	.765
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
X1. 10	Pearson Correlation	.488	.421	.372	.454	.434	.566	.548	.497	.569	1	.526	.511	.741
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
X1. 11	Pearson Correlation	.389	.306	.238	.349	.336	.359	.426	.415	.474	.526	1	.529	.616
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
X1. 12	Pearson Correlation	.477	.454	.292	.388	.293	.510	.573	.467	.542	.511	.529	1	.696
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Ko nte n_ Mar keti ng	Pearson Correlation	.708	.694	.639	.735	.705	.813	.784	.744	.765	.741	.616	.696	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180

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

Y8	Pearson Correlation	.251	.329	.386	.316	.480	.477	.661	1	.577	.427	.711
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Y9	Pearson Correlation	.217	.220	.349	.343	.389	.365	.537	.577	1	.572	.659
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Y10	Pearson Correlation	.119	.215	.316	.340	.422	.421	.441	.427	.572	1	.606
	Sig. (2-tailed)	.111	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Min at_ Beli	Pearson Correlation	.545	.623	.729	.712	.807	.753	.789	.711	.659	.606	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180

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

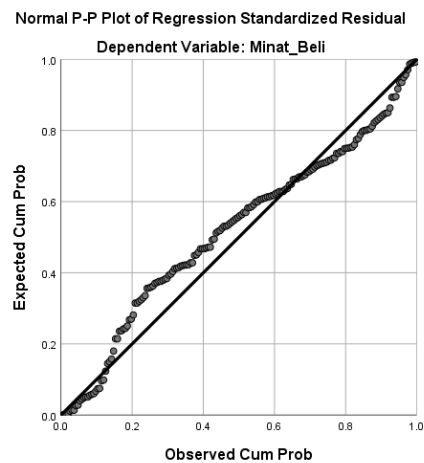
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Ket
Variabel Konten Marketing	Pernyataan 1	0.708	0,145	Valid
	Pernyataan 2	0.694	0,145	Valid
	Pernyataan 3	0.639	0,145	Valid
	Pernyataan 4	0.735	0,145	Valid
	Pernyataan 5	0.705	0,145	Valid
	Pernyataan 6	0.813	0,145	Valid
	Pernyataan 5	0.784	0,145	Valid
	Pernyataan 8	0.774	0,145	Valid
	Pernyataan 9	0.765	0,145	Valid
	Pernyataan 10	0.741	0,145	Valid
	Pernyataan 11	0.616	0,145	Valid
	Pernyataan 12	0.696	0,145	Valid
Influencer Marketing	Pernyataan 1	0.629	0,145	Valid
	Pernyataan 2	0.750	0,145	Valid
	Pernyataan 3	0.759	0,145	Valid
	Pernyataan 4	0.728	0,145	Valid
	Pernyataan 5	0.820	0,145	Valid
	Pernyataan 6	0.767	0,145	Valid
Customer Review	Pernyataan 1	0.717	0,145	Valid
	Pernyataan 2	0.786	0,145	Valid
	Pernyataan 3	0.749	0,145	Valid
	Pernyataan 4	0.763	0,145	Valid
	Pernyataan 5	0.769	0,145	Valid
	Pernyataan 6	0.748	0,145	Valid
	Pernyataan 7	0.668	0,145	Valid
	Pernyataan 8	0.642	0,145	Valid
Minat Beli	Pernyataan 1	0.545	0,145	Valid
	Pernyataan 2	0.623	0,145	Valid
	Pernyataan 3	0.729	0,145	Valid
	Pernyataan 4	0.712	0,145	Valid
	Pernyataan 5	0.807	0,145	Valid
	Pernyataan 6	0.753	0,145	Valid
	Pernyataan 7	0.789	0,145	Valid
	Pernyataan 8	0.711	0,145	Valid
	Pernyataan 9	0.659	0,145	Valid
	Pernyataan 10	0.606	0,145	Valid

Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Alpha	Keterangan
Konten <i>Marketing</i>	0.915	0,6	Reliabel
<i>Influencer Marketing</i>	0.838	0,6	Reliabel
<i>Customer Review</i>	0.875	0,6	Reliabel
Minat Beli	0.881	0,6	Reliabel

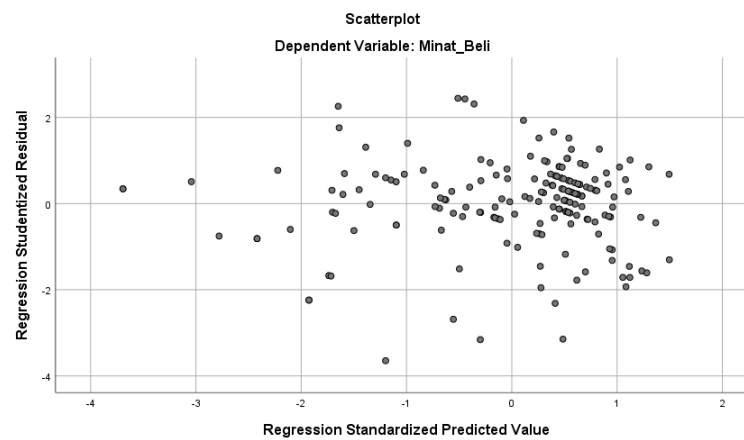
Hasil Uji Normalitas



Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Konten <i>Marketing</i>	.498	2.009	Non Multikolinearitas
2	<i>Influencer Marketing</i>	.588	1.701	Non Multikolinearitas
3	Customer Rview	.518	1.931	Non Multikolinearitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Pengujian Hipotesis

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.435	2.789		3.383	.001		
	Konten_Marketing	.232	.069	.270	3.373	.001	.498	2.009
	Influencer_Marketing	.602	.122	.362	4.922	.000	.588	1.701
	Customer_Review	.157	.093	.133	1.984	.091	.518	1.931
a. Dependent Variable: Minat_Beli								

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 ^a	.440	.431	4.078
a. Predictors: (Constant), Customer_Review, Influencer_Marketing, Konten_Marketing				
b. Dependent Variable: Minat_Beli				

Uji Hipotesis Uji-t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.435	2.789		3.383	.001		
	Konten_Marketing	.232	.069	.270	3.373	.001	.498	2.009
	Influencer_Marketing	.602	.122	.362	4.922	.000	.588	1.701
	Customer_Review	.157	.093	.133	1.984	.091	.518	1.931
a. Dependent Variable: Minat_Beli								

Sumber : Data Sekunder di olah 2025

Uji Hipotesis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2299.833	3	766.611	46.106	.000 ^b
	Residual	2926.367	176	16.627		
	Total	5226.200	179			
a. Dependent Variable: Minat_Beli						
b. Predictors: (Constant), Customer_Review, Influencer_Marketing, Konten_Marketing						

Sumber : Data Sekunder di olah 2025

R tabel

152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400

T Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 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
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277