

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N. A., Bahfiarti, T., & Fatimah, J. M. (2023). Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding “Indo” Botting” Dalam Media Sosial Di Sulawesi Selatan.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Uho : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 8(4), 770–782.
- Adiwijaya, E. P., & Pertiwi, W. N. B. (2025). Social Media Marketing Dan Keputusan Pembelian : Analisis Mediasi Brand Awareness Dan Moderasi. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)*, 8(2), 109–124.
- Ahza, M., Suhud, U., Bara Berutu, M., Studi, P. S., & Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, B. (2025). Customer Engagement, Digital Promotion, Dan Influencer Credibility Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Decision Dan Customer Loyalty Produk Skincare Pada Pembelian Di Social Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 245–269.
- Andriani, A., & Hariasih, M. (2023). Influencer Marketing, Personal Branding Image, And Affiliate Marketing Against Tiktok Shop Consumer Impulsive Buying [Influencer Marketing, Citra Personal Branding, Dan Affiliate Marketing Terhadap Implusive Buying Konsumen Tiktok Shop]. *Archive Of Business Research*, 1–16.
- Angellina, F., & Junaidi, A. (2023). Personal Branding Beauty Influencer Di Instagram Terhadap Persepsi Followers. *Kiwari*, 2(3), 452–456. <https://doi.org/10.24912/Ki.V2i3.25887>
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Personal Branding Dalam Membangun Citra Dan Popularitas Dalam Media Sosial. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/Biej.V3i4.341>
- 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.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction* (Twelfth Ed). Pearson Education, Inc.
- Asdar, M. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Lajagoe Pustaka.

- Bororing, S., & Dwianto, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Skincare Merek Somethinc Survey Pada Followers Instagram Somethinc. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 5(1), 46–57. <https://doi.org/10.51353/Jmbm.V5i1.715>
- Chairy, P., Hartini, S., & Lubis, R. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Brand Awareness, Dan Customer Engagement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Medan. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*, 8, 23–30.
- Chen, Y., Prentice, C., Weaven, S., & Hisao, A. (2022). The Influence Of Customer Trust And Artificial Intelligence On Customer Engagement And Loyalty – The Case Of The Home-Sharing Industry. *Frontiers In Psychology*, 13(August), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.912339>
- Christanisa, S. (2021). Analisa Faktor-Faktor Dalam Membangun Personal Branding Seorang Influencer. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 380–391. <https://doi.org/10.37932/J.E.V11i2.292>
- Devanny, I., Tertia, N. S., Afifah, R. B., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Umkm Zisallection. *Streaming Jurnal Manajemen*, 1(2), 1–9.
- El Munadiyan, A., & Pranggono, A. (2025). Systematic Literature Review: Online Media And Customer Engagement Relations. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran*, 3(1), 19–25. <https://doi.org/10.71277/Q9pt4d22>
- Erwin, E., Suade, Y. K. M., Tanesia, C. Y., Sharon, S., & Maichal, M. (2023). Customer Engagement Usaha Kuliner; Kontribusi Marketing Content Dan Efek Viral Marketing Campaigns. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 383–397. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V6i3.285>
- Fahimah, M., & Ningsih, L. A. (2022). Strategi Content Marketing Dalam Membangun Customer Engagement. *Benchmark*, 3(1), 43–52. <https://doi.org/10.46821/Benchmark.V3i1.283>
- Fan, W., Shao, B., & Dong, X. (2022). Effect Of E-Service Quality On Customer Engagement Behavior In Community E-Commerce. *Frontiers In Psychology*, 13(September), 1–16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.965998>
- Faradilla, A., & Musi, S. (2025). Strategi Personal Branding Influencer Di Tiktok Sebagai Soft Marketing Studi Kasus : Tasya Farasya. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 9(10), 396–403.
- Fauziyyah, H., Maskan, M., & Murtiyanto, R. K. (2025). Pengaruh Social Media

- Marketing Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Make Over Di Mitufaya Kota Malang. *Peng: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1419–1428.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review And Research Agenda. *Frontiers In Psychology*, 9(Nov), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- Gunawan, I. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. *At-Taqaddum*, 8(1), 29.
- Halid, A. D., Talani, N. S., & Thomas, A. W. (2025). *Personal Branding Influencer Kuliner Lokal Gorontalo Di Media Sosial: Studi Deskriptif Personal Branding Ella Arysad Melalui Akun Tiktok @ Ellaarsyad19 Personal Branding Of Gorontalo Local Culinary Influencer On Social Media: A Descriptive Study Of Ella*. 01(03), 7–16.
- 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.
- Hariyanto, L. D., Wigati, D., Dewi, W. C., & Wulandari, I. (2025). Personal Branding Influencer Di Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian Produk. *Journal Of Clinical, Industrial, Social And Educational Psychology*, 138–147. <https://doi.org/10.32492/idea.v9i1.9115> Personal
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). *Personal Branding Influencer Di Media Sosial Tiktok*. 5(1), 76–82.
- Iskandar, D. P. (2025). *Gloow&Be Brightens Skin*. Lemon8.
- Khotimah, N. S. H. (2025). Pengaruh Content Marketing, Customer Engagement Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merk Glad2glow. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(2), 4735–4741. <https://doi.org/10.31004/Riggs.v4i2.1268>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles Of Marketing (Global Edition), 17th Ed. In *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1093/Oseo/Instance.00295839>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- M. Ikhwan Syarif, Suhairi, & Siti Aisyah. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement. *Jurnal Ekonomi*, 30(1), 48–70. <https://doi.org/10.24912/Je.v30i1.2935>

- Marisah. (2024). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Skincare Reseller Shopee Lian & Co.*
- McNally, D., & Speak, K. D. (2011). *Be Your Own Brand: Achieve More Of What You Want By Being More Of Who You Are* (Second Edi). Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Mulya, A. (2024). *Indonesia Beauty Industry: Outlook And Opportunities*. Investinasia.Id.
- Nurhalimah, A., Suryani, D., Saputra, B. Y., & Yulinda, A. T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Cv. Central Electro Bengkulu). *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.36085/Pbc.V1i1.3183>
- Octavianus, A., & Oktavianti, R. (2022). Personal Branding Influencer Pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Akun @Veliaveve). *Koneksi*, 6(2), 398–407.
- Pardede, M. R. (2025). *Pengaruh Customer Engagement Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Siswa Smk Swasta Harapan*.
- Pardede, M. R., & Lubis, A. (2024). The Influence Of Customer Engagement And Content Marketing On Tiktok Shop Purchase Decisions At Smks Harapan Babalan Langkat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 5(2), 360–368. <https://doi.org/10.31289/Jimbi.V5i2.5262>
- Pranadewi, A., Hildayanti, S. K., & Emilda, E. (2024). Pengaruh Live Streaming, Harga Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 5(1), 20–31. <https://doi.org/10.47747/Jnmpsdm.V5i1.1690>
- Puspita, H. R., Pujiarto, A., & Fahimah, A. (2020). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepercayaan Customer Toko Daring Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 4(2), 63.
- Putra, D. F., & Aulia, P. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Vidiodotcom). *Economics And Digital Business Review*, 4(2), 279–284.
- Putri Yolanda, 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.

- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book Of Personal Branding*. Quadrant.
- Rahmah, A. M. (2024). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Mm Food*. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong.
- Rahmawati, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., Wisesa, R., & Anindhita, W. (2025). *Personal Branding Di Media Sosial: Menciptakan Kesan & Pesan, Bukan Sekadar Kemasan* (Cetakan I). Pt. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- 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>
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint For Building And Aligning A Powerful Leadership Brand* (1st Editio). Information Age Publishing.
- Rosanti, A., & Nur, A. F. (2025). Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Analisis Personal Branding Jeniffer Coppen Sebagai Influencer Dan Entrepreneur Di Media Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 956–970. <https://doi.org/10.54259/Mukasi.V4i3.5097>
- Sa'idah, N. L., Wulandari, Q. S. S., & Wismiarsi, T. (2022). Social Media Engagement And Influencer Personal Branding Relation. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 95–105.
- Sayekti, I. M. S. (2024). *Wamenperin Beberkan Potensi Dan Peluang Industri Kosmetik*. Kontan.Co.Id.
- So, K. K. F., King, C., Sparks, B. A., & Wang, Y. (2016). The Role Of Customer Engagement In Building Consumer Loyalty To Tourism Brands. *Journal Of Travel Research*, 55(1), 64–78. <https://doi.org/10.1177/0047287514541008>
- Sugiyono. (2020a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. 1–781.
- Sugiyono. (2020b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Tarina, M., Faaroek, S. A., & Tambunan, R. M. (2023). Pengaruh Personal Branding Tasya Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother Of Pearl. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1), 61–71. <https://doi.org/10.33822/Gk.V6i1.6263>

- Tesaloni, L. (2025). *Industri Kosmetik Nasional Diramal Tumbuh Sampai Rp158 Triliun*. Kontan.Co.Id.
- Wardhana, A. (2024a). *Consumer Behavior In The Digital*. Penerbit Cv. Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024b). Keterlibatan Pelanggan. In <https://lp2m.uma.ac.id/2023/04/26/Keterlibatan-Pelanggan-Definisi-Pentingnya-Dan-Jenis/> (1st Ed., Vol. 1, Issue Agustus). Eureka Media Aksara.
- Widodo, T., & Alivia Febrianti, I. V. (2021). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Brand Loyalty Dengan Variabel Mediasi Brand Attachment Dan Customer Trust. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(5), 343–356. <https://doi.org/10.52160/Ejmm.V5i5.537>
- Wijaya, B. K. (2024). *Personal Branding For Gen Z Bagaimana Mendefinisikan Diri Dan Membangun Citra Untuk Kehidupan Yang Lebih Baik* (Cetakan Pe). Penerbit Cv. Eureka Media Aksara.
- Wijonarko, G. (2019). Pengambilan Keputusan Bisnis. In *Jakarta: Salemba Empa*.

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

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudar/i

Di

Tempat

Dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rianti Sri Utami

NPM :2261201070

Program Studi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh *personal branding influencer* dan *customer engagement* terhadap keputusan pembelian Produk Wardah (Studi Kasus di Kota Bengkulu)

Dengan ini memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian yang saya lakukan. Informasi dan jawaban yang diberikan akan digunakan sepenuhnya untuk kepentingan ilmiah dan dijamin kerahasiaannya. Tidak terdapat jawaban benar maupun salah, sehingga saya sangat berharap Bapak/Ibu/Saudara/i dapat mengisi kuesioner ini secara jujur sesuai kondisi yang sebenarnya.

Partisipasi Anda sangat membantu kelancaran penyusunan skripsi ini. Atas perhatian, waktu, dan kesediaannya, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Rianti Sri Utami

A. Identitas Responden

1. Apakah Anda merupakan pengguna atau pernah menggunakan produk Wardah sebelumnya?

Pilihan jawaban:

Ya, saya merupakan pengguna/pernah menggunakan produk Wardah

Tidak, saya belum pernah menggunakan produk Wardah

2. Nama :

3. Usia saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)

18-20 tahun 21-25 tahun

26-30 tahun

4. Pekerjaan saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)

Mahasiswa Karyawan Swasta

Wirausaha Lainnya

B. Petunjuk Pengisian

Mohon kesediaan anda untuk menjawab pernyataan sesuai dengan keadaan anda dengan memberilah tanda centeng (√) 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. Identitas Responden

1. Pernyataan *Personal Branding Influencer* (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Keaslian						
1.	Influencer jujur saat memberikan informasi tentang produk Wardah.					
Integritas						
2.	Tindakan influencer sesuai dengan pesan yang disampaikan tentang produk.					
Konsistenan						
3.	Influencer selalu konsisten dalam menyampaikan konten tentang produk Wardah.					
Spesialisasi						
4.	Influencer mampu memberikan informasi mendetail dan profesional tentang produk Wardah.					
Otoritas						
5.	Pendapat influencer memengaruhi keputusan pengikut dalam membeli produk Wardah.					
Keistimewaan						
6.	Influencer memiliki ciri khas yang membedakannya dari influencer lain di bidang kecantikan.					
Relevan						
7.	Konten influencer sesuai dengan minat dan kebutuhan pengikut terkait produk Wardah.					
Visibilitas						
8.	Influencer mudah ditemukan di media sosial atau platform lain.					
Kegigihan						
9.	Influencer aktif menjaga komunikasi dan interaksi dengan pengikut secara berkelanjutan.					
Kebaikan						
10.	Influencer memberikan informasi Wardah dengan cara yang sopan dan membantu pengikut.					
Kinerja						
11.	Influencer menjalankan promosi Wardah secara profesional dan tepat waktu.					

2. Pernyataan *Costomer Engagement* (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Interaktivitas</i>						
1.	Interaksi secara langsung dengan penjual Wardah di Kota Bengkulu membuat saya merasa lebih nyaman saat membeli produk.					
2.	Saya merasa mudah bertanya dan mendapatkan informasi produk Wardah melalui interaksi dengan penjual.					
<i>Extraversion</i>						
3.	Saya sering mengikuti tren dan aktif memberikan komentar atau tanggapan pada konten promosi Wardah di media sosial.					
4.	Saya senang berpartisipasi dalam aktivitas online yang berhubungan dengan promosi Wardah.					
<i>Opennes The Experience</i>						
5.	Saya tertarik mencoba produk baru Wardah yang dipromosikan.					
6.	Saya senang mengeksplorasi variasi produk Wardah yang terbaru dan inovatif.					
<i>Behavior Attachment</i>						
7.	Saya merasa sulit berhenti membeli produk Wardah karena merasa terhubung dengan konten promosi di media sosial.					
8.	Saya merasa memiliki kedekatan dengan produk Wardah sehingga selalu memperhatikan setiap promosi.					

3. Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kemantapan pada sebuah produk						
1.	Saya selalu memilih dan membeli produk skincare Wardah dibandingkan produk sejenis lainnya.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
2.	Saya merasa yakin dan mantap untuk membeli produk Wardah dibandingkan merek skincare lainnya.					
Kebiasaan dalam membeli produk						
3.	Saya membeli produk skincare Wardah secara rutin dan berkesinambungan.					
4.	Saya terbiasa memasukkan produk Wardah dalam daftar skincare yang selalu digunakan.					
Memberikan rekomendasi pada orang lain						
5.	Saya akan merekomendasikan produk skincare Wardah kepada teman, keluarga, atau rekan saya.					
6.	Saya merasa senang membagikan pengalaman positif menggunakan Wardah kepada orang lain.					
Melakukan pembelian ulang						
7.	Saya akan melakukan pembelian ulang produk skincare Wardah karena sangat cocok dengan jenis kulit saya.					
8.	Saya berniat untuk terus membeli produk Wardah di masa mendatang.					

X1.7	Pearson Correlation	.501**	.374*	.223	.383*	.758**	.536**	1	-.065	-.062	-.034	.398*	.687**
	Sig. (1-tailed)	.002	.021	.118	.018	.000	.001		.367	.373	.428	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	-.024	-.355*	-.074	-.059	.079	-.173	-.065	1	.193	.213	-.079	.617**
	Sig. (1-tailed)	.450	.027	.349	.379	.338	.180	.367		.154	.129	.338	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.405*	-.136	.232	-.215	-.188	-.082	-.062	.193	1	.358*	-.208	.528**
	Sig. (1-tailed)	.013	.236	.109	.127	.160	.332	.373	.154		.026	.136	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.276	-.315*	.157	-.109	-.013	.161	-.034	.213	.358*	1	-.083	.509**
	Sig. (1-tailed)	.070	.045	.203	.284	.473	.198	.428	.129	.026		.330	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	.148	.447**	-.132	.591**	.435**	.599**	.398*	-.079	-.208	-.083	1	.517**
	Sig. (1-tailed)	.217	.007	.244	.000	.008	.000	.015	.338	.136	.330		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Personal Branding Influencer	Pearson Correlation	.654**	.517**	.595**	.581**	.631**	.639**	.687**	.617**	.528*	.509*	.517**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. 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
.746	11

2. Customer Engagement (X2)

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Customer Engagement
X2.1	Pearson Correlation	1	.201	.531**	.573**	.386*	.201	.707**	.206	.656**
	Sig. (1-tailed)		.144	.001	.000	.018	.144	.000	.138	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.201	1	.437**	.460**	.684**	.746**	.314*	.676**	.775**
	Sig. (1-tailed)	.144		.008	.005	.000	.000	.046	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.531**	.437**	1	.667**	.619**	.582**	.337*	.258	.756**
	Sig. (1-tailed)	.001	.008		.000	.000	.000	.034	.084	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.573**	.460**	.667**	1	.530**	.460**	.255	.431**	.778**
	Sig. (1-tailed)	.000	.005	.000		.001	.005	.087	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.386*	.684**	.619**	.530**	1	.684**	.302	.479**	.799**
	Sig. (1-tailed)	.018	.000	.000	.001		.000	.052	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.201	.746**	.582**	.460**	.684**	1	.167	.564**	.754**
	Sig. (1-tailed)	.144	.000	.000	.005	.000		.189	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.707**	.314*	.337*	.255	.302	.167	1	.392*	.582**

	Sig. (1-tailed)	.000	.046	.034	.087	.052	.189		.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.206	.676**	.258	.431**	.479**	.564**	.392*	1	.699**
	Sig. (1-tailed)	.138	.000	.084	.009	.004	.001	.016		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Customer Engagement	Pearson Correlation	.656**	.775**	.756**	.778**	.799**	.754**	.582**	.699**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. 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
.868	8

3. Keputusan Pembelian (Y)

Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Keputusan Pembelian
Y.1	Pearson Correlation	1	.747**	.697**	.767**	.517**	.401*	.527**	.688**	.831**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.002	.014	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.747**	1	.540**	.708**	.493**	.629**	.689**	.700**	.853**
	Sig. (1-tailed)	.000		.001	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.697**	.540**	1	.671**	.452**	.241	.439**	.501**	.708**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001		.000	.006	.100	.008	.002	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.767**	.708**	.671**	1	.532**	.551**	.689**	.800**	.885**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.001	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.517**	.493**	.452**	.532**	1	.698**	.594**	.591**	.757**
	Sig. (1-tailed)	.002	.003	.006	.001		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.401*	.629**	.241	.551**	.698**	1	.639**	.618**	.736**
	Sig. (1-tailed)	.014	.000	.100	.001	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.527**	.689**	.439**	.689**	.594**	.639**	1	.773**	.821**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.008	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.688**	.700**	.501**	.800**	.591**	.618**	.773**	1	.873**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.831**	.853**	.708**	.885**	.757**	.736**	.821**	.873**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. 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
.923	8

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Total Pearson Correlation	R.tabel	Keterangan
<i>Personal Branding Influencer (X1)</i>	1	0,654	0,349	Valid
	2	0,517	0,349	Valid
	3	0,595	0,349	Valid
	4	0,581	0,349	Valid
	5	0,631	0,349	Valid
	6	0,639	0,349	Valid
	7	0,687	0,349	Valid
	8	0,617	0,349	Valid
	9	0,528	0,349	Valid
	10	0,509	0,349	Valid
	11	0,517	0,349	Valid
<i>Costumer Engagement (X2)</i>	1	0,656	0,349	Valid
	2	0,775	0,349	Valid
	3	0,756	0,349	Valid
	4	0,778	0,349	Valid
	5	0,799	0,349	Valid
	6	0,754	0,349	Valid
	7	0,582	0,349	Valid
	8	0,699	0,349	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,831	0,349	Valid
	2	0,853	0,349	Valid
	3	0,708	0,349	Valid
	4	0,885	0,349	Valid
	5	0,757	0,349	Valid
	6	0,736	0,349	Valid
	7	0,821	0,349	Valid
	8	0,873	0,349	Valid

Berdasarkan hasil Uji Validitas dengan menggunakan Correlation Product maka dari 27 butir pernyataan yang diuji dan N=30 (Konsumen Pinkflash di Toko My Lova), ternyata semua item pernyataan sah (Valid), sebab memiliki nilai korelasi lebih dari 0.349.

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	<i>Personal branding influencer</i>	0,746	Reliabel
2.	<i>Costumer engagement</i>	0,868	Reliabel
3.	Keputusan pembelian	0,923	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 reliable.

Lampiran 4.

TABULASI DATA PENELITIAN

No.	Personal branding influencer (X1)											TO TA L	Customer engagement (X2)								TO TA L	Keputusan Pembelian (Y)								TO TA L
	X1 .1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11		X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. .5	X2. 6	X2. 7	X2. 8		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	4	3	5	3	5	3	3	3	3	4	3	39	3	5	5	4	5	4	5	5	36	3	5	5	4	5	4	5	5	36
2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	40	4	3	3	3	4	4	4	4	29	4	3	3	3	4	4	4	4	29
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	44	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	3	3	4	5	3	4	4	4	2	5	4	41	3	4	4	4	4	4	5	32	3	4	4	4	4	4	4	5	32	
5	3	4	4	5	3	5	3	3	3	4	5	42	3	3	3	3	3	4	4	5	28	3	3	3	3	3	4	4	5	28
6	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	48	5	4	4	4	4	4	3	32	5	4	4	4	4	4	4	3	32	
7	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	42	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	3	31	
8	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	5	38	5	3	3	3	3	4	4	4	29	5	3	3	3	3	4	4	4	29
9	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	39	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	3	31	
10	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	37	4	3	3	3	3	3	4	26	4	3	3	3	3	3	3	4	26	
11	5	5	5	5	3	4	3	4	3	5	5	47	5	3	4	3	4	5	5	34	5	3	4	3	4	5	5	5	34	
12	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	5	39	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	3	3	3	4	3	25
13	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	43	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	3	3	3	4	4	4	29	
14	5	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	41	5	3	3	3	3	5	4	31	5	3	3	3	3	5	4	5	31	
15	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	47	4	4	5	5	5	4	4	35	4	4	5	5	5	4	4	4	35	
16	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	44	5	3	3	3	3	5	4	30	5	3	3	3	3	5	4	4	30	
17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	46	4	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	4	4	5	5	34	
18	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	51	5	4	4	5	5	5	5	38	5	4	4	5	5	5	5	5	38	
19	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	43	5	4	4	4	4	3	3	32	5	4	4	4	4	3	3	5	32	
20	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	40	3	4	3	3	3	4	4	3	27	3	4	3	3	3	4	4	3	27
21	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	52	4	4	5	5	5	4	4	36	4	4	5	5	5	4	4	5	36	
22	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	41	4	4	3	4	3	4	4	3	29	4	4	3	4	3	4	4	3	29
23	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	45	5	5	5	4	4	4	5	36	5	5	5	4	4	4	4	5	36	
24	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	37	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	3	4	4	4	4	31	
25	4	3	3	4	3	5	3	3	3	3	5	39	3	3	3	3	5	4	4	3	28	3	3	3	3	5	4	4	3	28
26	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	51	5	5	4	4	5	5	5	4	37	5	5	4	4	5	5	5	4	37
27	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	41	4	4	5	4	3	4	4	5	33	4	4	5	4	3	4	4	5	33
28	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	3	40	3	5	3	4	3	3	4	3	28	3	5	3	4	3	3	4	3	28
29	3	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	37	3	3	3	3	3	3	5	3	26	3	3	3	3	3	3	5	3	26
30	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	4	4	3	26	3	3	3	3	3	4	4	3	26

31	3	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	42	3	5	5	3	4	3	4	5	32	3	5	5	3	4	3	4	5	32
32	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	35	3	3	3	3	4	3	4	3	26	3	3	3	3	4	3	4	3	26
33	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	41	4	4	3	4	4	5	5	3	32	4	4	3	4	4	5	5	3	32
34	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	40	3	3	4	4	3	4	4	4	29	3	3	4	4	3	4	4	4	29
35	4	5	3	4	5	4	4	3	5	5	4	46	4	4	3	5	2	5	4	3	30	4	4	3	5	4	5	4	3	32
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	5	4	4	33
37	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	43	4	4	5	4	4	5	5	5	36	4	4	5	4	4	5	5	5	36
38	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	41	3	4	3	4	3	4	4	4	29	4	4	4	4	4	5	4	4	33
40	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	39	3	3	3	3	4	4	4	3	27	4	4	3	4	4	5	4	3	31
41	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	40	3	4	4	3	4	3	4	3	28	4	4	3	4	4	4	4	3	30
42	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	48	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	5	4	5	4	4	5	37
43	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	40	4	4	4	4	3	4	4	3	30	4	4	3	3	4	4	4	3	29
44	5	4	3	4	5	4	4	4	2	5	4	44	5	3	3	4	5	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	4	4	33
45	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	38	4	4	4	3	3	3	4	4	29	4	4	4	3	3	4	4	4	30
46	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	5	46	3	3	3	5	5	5	3	4	31	3	3	4	5	5	5	5	4	34
47	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	37	4	4	3	4	3	3	4	3	28	4	4	3	3	3	4	4	3	28
48	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	51	4	4	5	5	5	4	5	5	37	5	5	5	5	4	5	4	5	38
49	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	47	5	4	3	4	5	4	4	4	33	4	4	4	5	4	5	5	4	35
50	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	43	3	4	4	3	4	4	4	5	31	4	4	5	4	4	4	4	5	34
51	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	48	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	5	4	5	3	4	5	36
52	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	41	4	4	3	3	4	4	4	3	29	4	4	3	4	4	5	4	3	31
53	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	41	3	4	4	3	4	4	4	3	29	4	4	3	4	4	5	5	3	32
54	4	5	3	4	5	2	3	4	5	5	5	45	4	3	3	4	5	3	3	4	29	3	3	4	5	5	4	4	4	32
55	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	36	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3	3	3	3	4	5	4	3	28
56	3	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	42	3	4	3	4	4	4	5	5	32	5	5	5	3	4	5	4	5	36
57	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	37	3	3	5	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	5	5	3	28
58	4	3	3	3	4	3	5	3	4	4	3	39	4	3	3	3	4	3	5	3	28	5	5	3	4	3	4	4	3	31
59	5	5	5	5	4	2	5	4	4	4	5	48	5	5	5	5	4	4	5	4	37	5	5	4	4	5	3	4	4	34
60	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	37	3	3	3	3	3	4	4	4	27	4	4	4	3	4	3	4	4	30
61	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	49	4	4	5	5	5	3	5	5	36	5	5	5	5	3	4	4	5	36
62	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	43	4	5	4	4	4	4	4	2	31	4	4	3	4	4	4	4	2	29
63	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	36	3	4	4	3	3	4	4	3	28	4	4	3	3	4	4	4	3	29
64	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	51	4	4	5	5	5	4	5	5	37	5	5	5	5	4	4	4	5	37
65	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	45	3	4	3	5	4	4	5	5	33	5	5	5	4	4	4	4	5	36

66	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	37	3	3	3	3	3	4	4	4	27	4	4	4	3	4	5	5	4	33
67	4	3	3	4	3	2	3	2	4	4	4	36	4	3	3	4	3	4	3	5	29	3	3	4	4	4	4	4	4	30
68	5	4	5	4	4	2	5	4	4	4	5	46	5	4	5	4	4	5	5	4	36	5	5	4	4	5	5	4	4	36
69	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	39	4	3	3	4	3	3	4	4	28	4	4	4	4	3	5	5	4	33
70	4	3	4	3	5	5	3	4	4	4	3	42	4	3	4	3	5	5	3	4	31	3	3	4	4	3	4	4	4	29
71	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	36	3	5	3	3	3	3	4	3	27	4	4	3	3	3	3	4	3	27
72	3	3	3	2	5	3	5	5	3	3	3	38	3	3	3	4	5	4	5	5	32	3	4	5	3	3	5	4	5	32
73	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	41	3	4	3	4	5	4	4	4	31	4	4	4	3	4	5	5	4	33
74	3	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	39	3	3	3	3	4	4	4	5	29	4	4	5	3	4	4	4	5	33
75	3	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	43	3	4	4	3	4	5	5	5	33	3	5	5	4	4	5	4	5	35
76	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	39	3	3	3	3	4	4	4	3	27	4	4	3	4	4	5	4	3	31
77	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	40	3	4	4	3	4	4	4	3	29	3	4	3	4	4	5	5	3	31
78	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	44	4	4	4	4	3	5	3	4	31	3	3	4	4	5	4	4	4	31
79	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	39	4	4	4	4	3	4	3	3	29	3	3	4	3	4	5	4	3	29
80	5	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	47	5	4	3	4	3	4	4	5	32	5	5	5	5	4	5	4	5	38
81	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	37	4	4	4	3	3	3	4	3	28	4	4	3	3	3	4	4	3	28
82	3	3	3	5	3	4	4	4	2	5	5	41	3	3	3	5	3	4	4	4	29	4	4	4	5	5	5	3	4	34
83	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	39	4	4	3	4	4	3	4	4	30	4	4	4	3	3	3	3	4	28
84	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	46	4	4	5	5	4	4	3	3	32	3	3	3	5	4	4	3	3	28
85	5	4	3	4	2	3	3	3	5	5	4	41	5	4	3	4	3	3	3	3	28	3	3	3	5	4	5	5	3	31
86	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	40	3	4	4	3	4	3	4	3	28	4	4	3	4	4	3	3	3	28
87	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	47	4	4	4	4	3	5	5	5	34	5	5	5	4	5	5	5	5	39
88	4	4	3	3	5	3	5	4	4	4	4	43	4	4	3	3	5	3	5	4	31	5	5	4	4	4	3	3	4	32
89	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	41	3	4	4	3	3	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	5	4	33
90	4	5	3	4	2	4	4	4	5	5	5	45	4	5	3	4	3	4	4	4	31	4	4	4	5	5	5	4	4	35
91	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	35	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	4	3	4	4	3	4	28
92	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	41	3	4	3	4	5	4	4	4	31	4	4	4	3	4	4	5	4	32
93	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	42	4	4	4	4	5	3	4	4	32	4	4	4	3	3	4	3	4	29
94	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	39	4	4	5	3	4	3	3	3	29	3	3	3	3	4	3	3	3	25
95	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	3	40	4	3	4	3	4	3	5	3	29	5	5	3	4	3	3	3	3	29
96	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	39	3	3	4	3	4	4	3	3	27	3	3	3	4	4	4	5	3	29
97	4	5	3	2	4	5	5	4	2	2	3	39	4	5	3	3	4	5	5	4	33	5	5	4	2	3	3	3	4	29
98	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	46	3	5	4	4	5	4	5	5	35	5	5	5	4	3	3	4	5	34
99	4	4	3	4	3	4	4	5	3	3	5	42	4	4	3	4	3	4	4	5	31	4	4	5	3	5	5	3	5	34
100	3	4	3	4	3	3	3	4	5	5	3	40	3	4	3	4	3	3	3	4	27	3	3	4	5	3	3	3	4	28

101	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	40	4	3	5	3	3	4	4	4	30	4	4	4	3	4	4	3	4	30
102	3	3	3	5	5	3	4	3	5	5	4	43	3	3	3	5	5	3	4	3	29	4	4	3	5	4	3	3	3	29
103	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	37	3	4	4	4	3	3	3	4	28	3	3	4	3	3	4	4	4	28
104	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	50	5	5	4	5	5	4	4	4	36	4	4	4	5	4	3	3	4	31
105	3	5	3	4	5	3	4	4	5	5	3	44	3	5	3	4	5	3	4	4	31	4	4	4	5	3	4	4	4	32
106	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	39	4	4	4	3	4	3	3	3	28	3	3	3	4	3	4	4	3	27
107	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	3	41	4	4	3	4	4	3	5	3	30	3	5	3	4	3	4	4	3	29
108	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	38	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3	3	3	4	4	4	3	3	27
109	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	45	4	4	3	3	4	5	5	4	32	5	5	4	4	5	4	4	4	35
110	3	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	46	3	4	4	4	5	4	5	5	34	5	5	5	5	4	3	3	5	35
111	3	3	5	3	3	4	4	5	3	3	4	40	3	3	5	3	3	4	4	5	30	4	4	5	3	4	4	3	5	32
112	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	35	3	2	4	4	3	3	3	4	26	3	3	4	3	3	4	5	4	29
113	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	39	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	3	4	3	3	4	29
114	5	5	4	5	5	3	4	3	5	5	3	47	5	5	4	5	5	3	4	3	34	4	4	3	5	3	4	4	3	30
115	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	49	4	5	5	4	3	4	5	3	33	3	5	3	5	4	4	4	3	31
116	3	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	47	5	4	3	4	3	5	3	5	32	5	5	5	5	5	4	3	5	37
117	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	39	4	4	3	4	4	3	4	3	29	4	4	3	4	3	4	4	3	29
118	3	3	4	4	4	4	5	5	2	4	4	42	3	3	4	5	4	4	4	5	32	5	5	5	4	4	5	3	5	36
119	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	42	4	4	5	4	3	4	4	4	32	4	4	4	3	4	3	3	4	29
120	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	47	4	3	4	4	4	5	5	4	33	5	5	4	4	5	4	3	4	34
121	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	39	4	3	3	3	3	3	3	5	27	4	4	5	4	3	4	4	5	33
122	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	40	4	4	5	4	4	3	3	3	30	5	3	3	4	3	4	5	3	30
123	4	4	2	4	3	5	3	4	3	3	5	40	4	4	4	4	3	5	4	4	32	4	3	4	3	5	3	4	4	30
124	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	40	5	5	5	4	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	4	3	25
125	4	4	3	3	3	4	5	5	3	3	4	41	4	4	3	3	3	4	3	4	28	3	5	5	3	4	3	3	5	31
126	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	40	4	4	4	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	4	5	4	3	28
127	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	43	5	5	4	3	4	3	3	3	30	4	4	3	4	4	4	3	3	29
128	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	39	4	4	3	3	4	3	3	4	28	3	3	4	4	3	4	3	4	28
129	5	5	4	4	5	4	4	3	3	5	4	46	5	5	4	3	3	4	3	3	30	4	4	3	5	4	3	5	3	31
130	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	43	4	5	3	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	4	3	3	4	29
131	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	45	4	4	3	5	4	4	3	4	31	3	4	5	4	4	4	4	5	33
132	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	41	4	4	4	3	4	4	3	4	30	4	4	4	4	4	5	4	4	33
133	5	5	5	4	4	4	3	4	2	4	4	44	5	4	5	4	4	3	3	4	32	4	3	4	4	4	5	3	4	31
134	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
135	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	44	4	3	4	4	3	4	5	3	30	3	3	3	4	5	4	3	3	28

136	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46	5	4	4	4	4	4	4	4	33	3	5	4	4	4	3	3	4	30
137	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	39	4	5	4	4	3	3	4	3	30	4	4	3	3	3	4	3	3	27
138	4	5	4	3	5	5	3	3	5	5	5	47	4	5	4	4	5	5	5	5	37	5	3	5	5	5	4	4	5	36
139	5	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	37	5	4	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	4	4	3	5	3	28
140	3	2	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48	3	5	5	5	5	3	4	3	33	3	4	5	5	5	3	4	5	34
141	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	34	3	3	4	3	4	4	2	4	27	4	4	4	3	4	3	3	3	28
142	4	3	5	3	5	5	4	5	5	3	3	45	4	4	4	3	4	4	5	4	32	4	4	3	4	4	3	5	3	30
143	3	4	3	4	3	3	5	3	4	4	4	40	4	4	4	3	3	4	3	4	29	3	3	3	3	4	4	3	3	26
144	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	42	3	3	3	3	4	3	3	3	25	4	4	3	3	4	5	5	4	32
145	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	45	5	5	3	4	3	3	3	3	29	3	4	4	4	5	4	5	5	34
146	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	39	3	3	3	4	4	4	5	3	29	3	3	5	3	3	4	4	5	30
147	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	37	5	5	4	2	3	3	3	4	29	3	2	4	4	3	3	3	4	26
148	3	2	4	3	5	3	3	3	5	5	3	39	5	5	5	4	3	3	4	5	34	4	3	4	4	3	4	4	4	30
149	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	5	3	5	5	3	5	34	5	5	4	5	5	3	4	3	34
150	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	44	3	3	4	5	3	3	3	4	28	4	5	5	4	5	4	5	3	35
151	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	40	4	4	4	3	4	4	3	4	30	3	2	3	4	5	5	5	5	32
152	3	3	3	5	5	3	4	3	5	5	4	43	4	4	3	5	4	3	3	3	29	4	3	3	4	4	3	4	3	28
153	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	38	3	3	4	3	3	4	4	4	28	3	3	4	4	4	4	5	5	32
154	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	50	4	4	4	5	4	3	3	4	31	4	4	5	4	3	4	4	4	32
155	3	5	3	4	5	3	4	4	4	5	4	44	4	4	4	5	3	4	4	4	32	4	4	4	4	4	5	5	4	34
156	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	38	3	3	3	4	3	4	4	3	27	4	4	3	3	4	3	4	3	28
157	4	4	3	4	4	3	5	3	4	3	5	42	3	5	3	4	3	4	4	3	29	4	4	5	4	4	3	3	3	30
158	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	35	3	3	3	4	4	4	3	3	27	4	4	2	4	3	5	3	4	29
159	4	4	3	3	4	5	5	4	3	4	5	44	5	5	4	4	5	4	4	4	35	5	5	5	4	3	3	3	3	31
160	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	48	5	5	5	5	4	3	3	5	35	4	4	3	3	3	4	5	5	31
161	3	3	5	3	3	4	4	5	3	3	4	40	4	4	5	3	4	4	3	5	32	5	5	4	3	3	4	3	3	30
162	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	36	3	3	4	3	3	4	5	4	29	5	5	3	3	4	4	4	3	31
163	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	41	4	4	4	3	4	3	3	4	29	4	4	3	3	4	3	3	4	28
164	5	5	4	5	5	3	4	3	3	5	4	46	4	4	3	5	3	4	4	3	30	5	5	4	4	5	4	4	3	34
165	4	5	5	4	3	4	5	3	3	5	5	46	3	5	3	5	4	4	4	3	31	5	5	3	4	4	4	3	4	32
166	5	2	3	4	3	5	3	5	3	5	5	43	5	5	5	5	5	4	3	5	37	5	5	3	5	4	4	4	3	33
167	4	2	3	4	4	3	4	3	5	4	4	40	4	4	3	4	3	4	4	3	29	4	4	3	4	4	4	4	4	31
168	3	3	4	5	4	4	2	5	4	4	5	43	5	5	5	4	4	5	3	5	36	5	5	5	4	4	4	3	4	34
169	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	43	4	4	4	3	4	3	3	4	29	5	5	4	4	4	4	4	4	34
170	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	46	5	5	4	4	5	4	3	4	34	5	5	4	4	3	4	3	3	31

171	4	3	3	3	3	3	2	5	3	4	4	37	4	4	5	4	3	4	4	5	33	5	4	4	4	4	4	5	4	34	
172	4	4	5	4	4	3	2	3	5	4	3	41	5	3	3	4	3	4	5	3	30	4	5	4	4	3	3	4	3	30	
173	4	4	2	4	3	5	4	4	4	3	3	40	4	3	4	3	5	3	4	4	30	4	5	4	3	5	5	3	3	32	
174	3	5	5	4	3	3	3	3	5	3	3	40	3	3	3	3	3	3	4	3	25	5	2	3	3	3	3	3	3	25	
175	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	5	39	3	5	5	3	4	3	3	5	31	3	2	5	4	5	5	4	5	33	
176	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3	3	3	3	4	5	4	3	28	4	2	4	3	3	3	3	3	25	
177	5	5	4	3	4	3	2	3	2	3	2	36	4	4	3	4	4	4	3	3	29	4	3	5	3	5	5	4	5	34	
178	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	38	3	3	4	4	3	4	3	4	28	3	4	3	4	3	3	5	3	28	
179	5	5	4	2	2	4	3	3	3	3	3	37	4	4	3	4	4	3	5	3	30	4	5	4	4	3	4	4	3	31	
180	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	43	4	3	4	4	4	3	3	4	29	5	4	3	4	4	4	5	4	33	
181	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	42	3	4	5	4	4	4	4	5	33	4	3	4	4	3	3	4	3	28	
182	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	40	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	3	2	3	3	5	3	4	27	
183	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	43	4	3	4	4	4	5	3	4	31	3	2	4	3	5	3	3	3	26	
184	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	3	41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	3	4	4	4	4	32	
185	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	41	3	3	3	4	5	4	3	3	28	5	3	4	3	4	4	5	4	32	
186	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44	3	5	4	4	4	3	3	4	30	4	4	2	5	5	5	4	4	33	
187	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	41	4	4	3	3	3	4	3	3	27	4	5	3	5	5	5	3	4	34	
188	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	49	5	3	5	5	5	4	4	5	36	4	5	5	4	4	4	4	4	34	
189	5	4	3	3	3	3	4	3	5	4	3	40	3	3	3	4	4	3	5	3	28	4	4	4	3	4	4	4	4	31	
190	3	5	5	5	5	3	4	2	5	4	3	44	3	4	5	5	5	2	4	5	33	4	4	3	5	3	5	3	4	31	
JmL																															
h	732	735	709	708	726	705	734	711	713	733	740		726	732	714	714	722	725	739	737		753	745	725	724	736	762	747	732		
Rata	3,85	3,86	3,73	3,72	3,82	3,71	3,86	3,74	3,75	3,85	3,89	41,82	3,82	3,85	3,75	3,75	3,80	3,81	3,88	3,87	30,57	3,96	3,92	3,81	3,81	3,87	4,01	3,93	3,85	31,17	

Lampiran 5.

Hasil Olah Data Penelitian SPSS

Hasil Uji Multikolinearitas, Hasil Uji Regresi Dan Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.423	1.876		3.957	.000		
	Personal branding influencer	.271	.063	.343	4.337	.000	.458	2.181
	Customer engagement	.406	.083	.389	4.922	.000	.458	2.181

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.459	2.25572

a. Predictors: (Constant), Customer engagement, Personal branding influencer

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

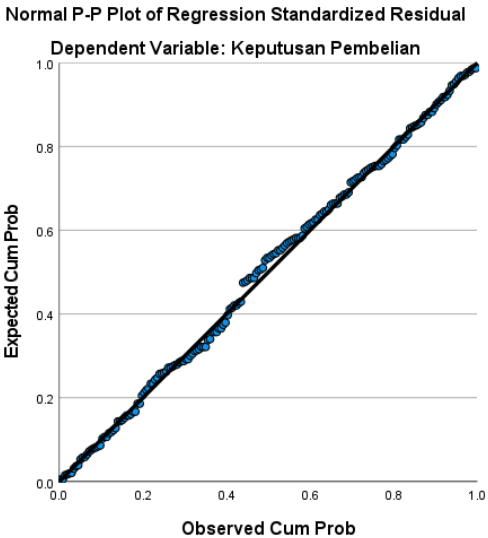
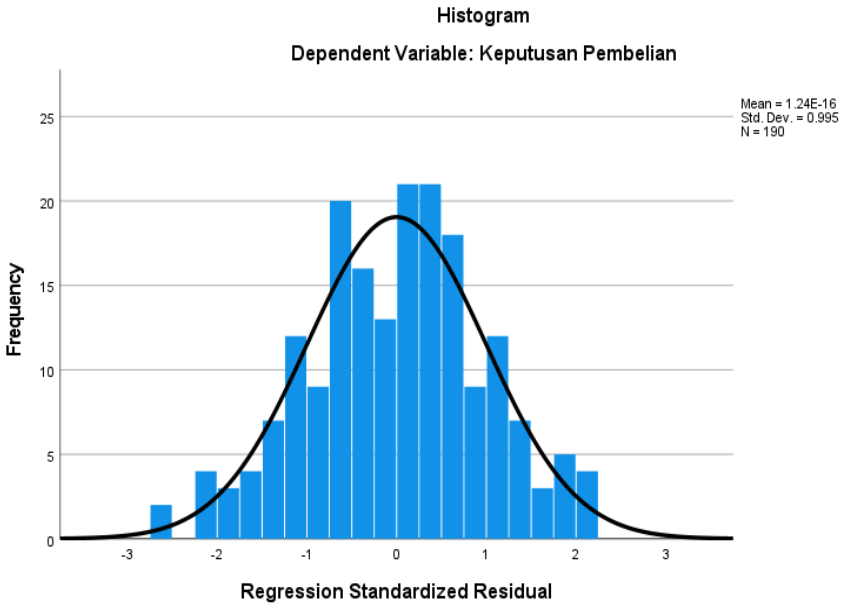
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	826.406	2	413.203	81.207	.000 ^b
	Residual	951.510	187	5.088		
	Total	1777.916	189			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

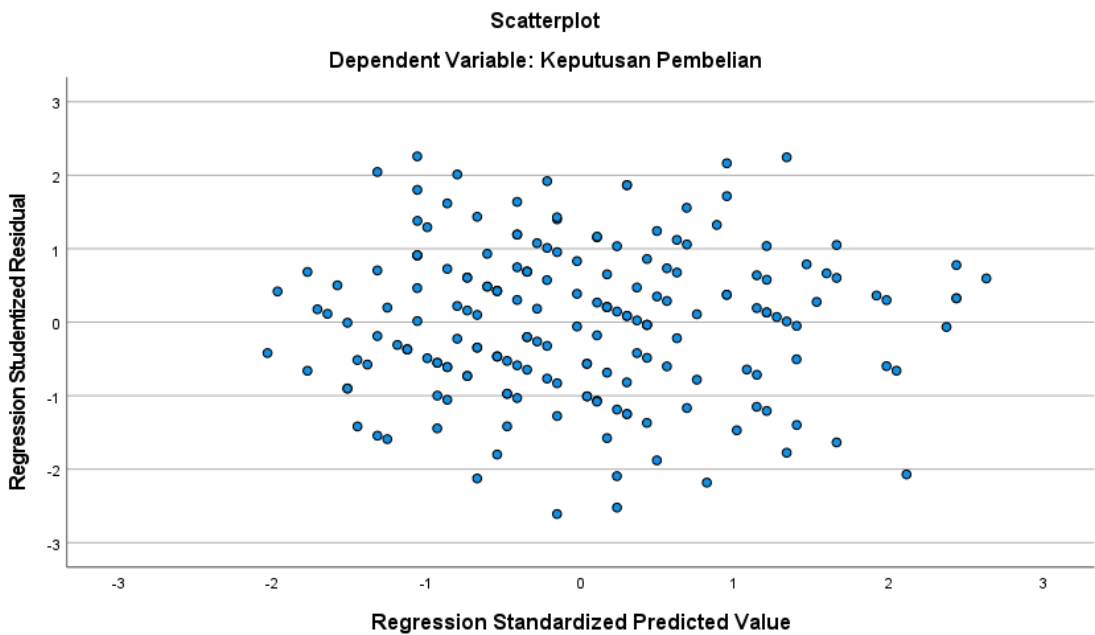
b. Predictors: (Constant), Customer engagement, Personal branding influencer

Hasil Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		190
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.24375671
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.032
	Negative	-.040
Test Statistic		.040
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.		

Hasil uji Heteroskedastisitas



TABEL R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

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
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

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	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72