

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

SURAT PERMOHONAN

Perihal : Permohonan Penelitian

Kepada Yh.

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM

Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Dukuh Menanggal Kec. Gayungan

di-

Surabaya

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rullya Nur Fitra

Nim : 191500001

Jurusan / Semester : Manajemen / 7

Judul : Pengaruh Viral Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini mengajukan surat permohonan izin penelitian yang akan ditunjukkan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai responden dalam penelitian saya.

Demikian surat permohonan penelitian ini saya buat, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Surabaya, 23 November 2022

Yang bertanda tangan



Rullya Nur Fitra

NIM : 191500001

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

Nomor : 221240/01/FEB/XI/2022
Perihal : Balasan Izin Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., M.SM
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

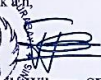
Menerangkan bahwa :

Nama : Rullya Nur Fitra
NIM : 191500001
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.


Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 24 November 2022



Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., M.SM
NPP : 0709494/DY

Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi

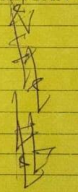


UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus : Jl. Dukuh Manunggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
 Website : <http://www.unipgady.ac.id>

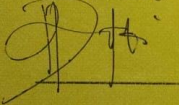
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI


Nama	: Pujiya Nur Fitra
Prodi / NIM	: Manajemen / 191500001.
Judul Skripsi	: Pengaruh Viral Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Dosen Pembimbing	: Tri Aripriatno, S.E., M.Si
Periode Kepembimbingan	: 17 September 2022 s/d 17 Maret 2023

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

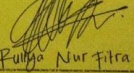
NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
	29 Sep 2022	Konsultasi Judul		
	13 Oktober 2022	Konsultasi Latar Belakang		
	29 November 2022	Aspek Gaby 1, 2, 3		
	05 Februari 2023	Kontribusi Customer		
	08 Februari 2023	Revisi: Gaby 4		
	10 Februari 2023	Konsultasi bab 5		
	13 Februari 2023	Aspek Skripsi		
	16 Februari 2023			

Bimbingan selesai pada tanggal _____
 Dosen Pembimbing,





Mahasiswa,



Pujiya Nur Fitra

Lampiran 4 Berita Acara Ujian Proposal



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 21 bulan Desember tahun 2022 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 2022 / 2023

Nama Mahasiswa	: Rullya Nur Fitra
NIM	: 191500001
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh <i>Viral Marketing</i> dan <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbeliss Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dihadiri oleh :

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1.	225900086	Muhammad Alau Firmansyah	1. <i>[Signature]</i>
2.	225900094	Paniel Stevanus	2. <i>[Signature]</i>
3.	225900090	Arya dora Andayona Putro	3. <i>[Signature]</i>
4.	225900168	Ah. Rahmatul Hitan	4. <i>[Signature]</i>
5.	225900122	Camelra Maulana Asrofi	5. <i>[Signature]</i>
6.	181500263	Ahmad Nur Mahantti	6. <i>[Signature]</i>
7.	161500131	M. Abdul Manah	7. <i>[Signature]</i>
8.	191500027	Dyuti Ayu J.	8. <i>[Signature]</i>
9.	191500006	Yuli Dwi Nesya	9. <i>[Signature]</i>
10.	191500232	Evelyn A.P	10. <i>[Signature]</i>
11.	225900189	Herman Babat Santoso	11. <i>[Signature]</i>
12.	225900027	M. Maulik Iskandar Muduti	12. <i>[Signature]</i>
13.	225900015	Achmad Anelani Hasan	13. <i>[Signature]</i>
14.	225900100	Rachmatullah Fikhaus Y.P	14. <i>[Signature]</i>
15.	191500039	Ayu dyah Ramadhani	15. <i>[Signature]</i>

Surabaya, 21 Desember 2022

Penguji : I Made Bagus Dwiarta, S.M., M.M.
NPP : 1109598/DY

Pembimbing : Tri Aripabowo, S.E., M.Si.
NPP : 1809867/DY

[Handwritten signatures and initials]

Lampiran 5 Catatan Ujian Proposal Skripsi

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

CATATAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

1.	Nama	Pullya Nur Fitra
2.	NIM	21500001.
3.	Program Studi	Manajemen / Akuntansi *)
4.	Judul Proposal	Pengaruh Viral Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bartenbiiss Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Bab/ Halaman	Perbaikan/Koreksi
	<p>Capa Kertas . Pembelahan . Hal. 28. Hal. 32 - Populer, & Sampul . Hal 35 & 36. Hal. 38. Daftar Pustaka.</p> <p><i>[Handwritten signature]</i> 29/12-22</p>

Surabaya, 29 Desember 2022
Penguji,

[Handwritten signature]
I Made Bagus Dwianta, S.E., M.M



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Pullya Nur Fitra
NIM/Program Studi : 191500001 / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing dan Influencer
Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Perambiss Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Tanggal Ujian Skripsi : 31 Maret 2023
Penguji : 1. Dr. Woch Munir Fachman, Drs. Ec, M.Si
2. Drs. Suharyanto, M.M

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	24-3-23	Sesuai Daftar Penyeskren	
2	3-4-2023	Revisi Bab 4.	
3	6-4-2023	Revisi Bab 4 - Kuesioner	
4	10-4-2023	Revisi Kuesioner	
5	17-4-2023	Revisi Bab 3	
6	5-5-2023	Acc Semua.	
7			
8			

Penguji I,

Surabaya,
Penguji II,

Drs. Suharyanto, M.M

Lampiran 6. Kuisisioner Penelitian

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Rullya Nur Fitra, mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Saat ini, saya sedang mengadakan penelitian skripsi mengenai “Pengaruh *Viral Marketing* dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya”. Oleh karena itu, saya mohon ketersediaan teman-teman untuk dapat mengisi kuisisioner ini. Semua informasi yang di berikan akan dijaga kerahasiaannya. Informasi ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak akan diberikan pada pihak ketiga diluar kepentingan penelitian.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :

Laki-Laki

Perempuan

3. Usia :
 - a. < 20 tahun
 - b. 20 tahun – 35 tahun
 - c. 35 tahun – 45 tahun
 - d. > 45 tahun

Kriteria Responden

1. Pernah dan sedang menggunakan produk barenbliss

Petunjuk pengisian

Mohon kuisisioner diisi secara lengkap dan benar sesuai dengan pertanyaan yang telah disediakan. Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang sudah disediakan.

Terdapat lima alternatif jawaban pada kolom pernyataan, yaitu sebagai berikut :

- STS = Sangat Tidak Setuju (5)
- TS = Tidak Setuju (4)
- N = Netral (3)
- S = Setuju (2)
- SS = Sangat Setuju (1)

VIRAL MARKETING (X1)

NO	PERYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	X1.1 Media Sosial					
1	BNB Barenbliss memberikan informasi melalui media sosia Instagram dan Tiktok					
2	Instagram dan Tiktok Barenbliss sangat aktif dalam hal upload feed maupun live					
3	Postingan barenblis selalu muncul pada FYP atau home Instagram anda					
	X1.2 Keterlibatan <i>Opini Leader</i>					
4	Dalam mendapatkan informasi tentan BNB Barenbliss ada keterlibatan dari ahli kosmetik					
5	Ahli kosmetik yang terkenal membicarakan					

	positif produk BNB Barenbliss					
6	Viral kosmetik Barenbliss karena dibicarakan oleh ahli kosmetik					
	X1.3 Pengetahuan Produk					
7	BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai jenis - jenis produknya					
8	BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai bahan dan kandungan produknya					
9	BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai cara penggunaan dari setiap produknya					
	X1.4 Kejelasan Informasi Produk					
10	Informasi yang anda lihat tentang produk pada akun Instagram @barenbliss_id					
11	Informasi produk yang diberikan Barenbliss di instagram maupun tiktok mudah dipahami					

12	Tiktok Barenbliss sudah menyediakan informasi produk yang jelas					
	X1.5 Membicarakan Produk					
13	Anda berbicara hal positif tentang produk BNB Barenbliss kepada orang lain					
14	Di lingkungan anda banyak orang membicarakan produk BNB Barenbliss					
15	Di media sosial saat ini banyak orang membicarakan Barenbliss					

INFLUENCER MARKETING (X2)

NO	PERYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	X2.1 Resonance					
1	Influencer yang mempromosikan barenbliss kontennya selalu ramai dengan like dan viewer.					
2	Konten barenbliss yang dibuat influencer selalu mendapatkan komentar respon ketertarikan untuk membeli					

3	Konten barenbliss yang dibuat influencer selalu dibagikan oleh banyak orang					
	X2.2 Reach					
4	Influencer yang mempromosikan barenbliss memiliki follower diatas 10.000 hingga 100.000					
5	Influencer mempromosikan videonya kembali					
6	Jangkauan influencer sangat luas					
	X2.3 Relevance					
7	Citra influencer cocok atau sesuai dengan citra barenbliss sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen untuk tertarik membeli					
8	Follower dari influecer relevan dengan minat produk kosmetik dan Korea					
9	Setiap influencer live banyak follower yang berinteraksi karena tertarik dengan produk					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	Y.1 Kemantapan Pada Sebuah Produk					
1	Informasi mengenai kandungan dan manfaat dari barenbliss membuat saya tertarik untuk membeli					
2	Konten atau iklan mengenai barenbliss divisualisasikan dengan baik, sehingga saya tertarik untuk membeli					
3	Banyak ahli kosmetik yang menilai produk kosmetik Barenbliss baik sehingga saya tertarik untuk membeli					
	Y.2 Kebiasaan Dalam Membeli Produk					
4	Teman saya menggunakan produk Barenbliss sehingga saya ingin membeli					
5	Saya melihat para artis menggunakan produk barenbliss sehingga saya ingin menggunakannya					
6	Teman-teman akhir-akhir ini ganti kosmetik ke produk Barenbliss					

	Y.3 Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain					
7	Saya tertarik membeli barebliss karena mendapat rekomendasi dari teman atau keluarga					
8	Saya merekomendasikan produk Barenbliss kepada teman-teman					
9	Produk Barenblis sangat pantas untuk menjadi rekomendasi					
	Y.4 Melakukan Pembelian Ulang					
10	Saya membeli lagi produk Barenbliss jika habis					
11	Produk Barenbliss sangat worth it					
12	Saya sudah nyaman menggunakan produk Barenbliss					

Lampiran 7 Tabulasi data

Variabel Viral Marketing (X1)																					
RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_1	4	5	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12	4	2	4	10	3	3	3	9	57
Resp_2	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	5	12	56
Resp_3	4	4	4	12	4	4	3	11	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	3	12	64
Resp_4	4	5	5	14	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	60
Resp_5	3	3	2	8	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	63
Resp_6	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	52
Resp_7	4	4	4	12	4	3	5	12	2	4	3	9	4	4	4	12	3	5	4	12	57
Resp_8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	3	10	55
Resp_9	2	2	3	7	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	62
Resp_10	2	2	3	7	2	3	5	10	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	57
Resp_11	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	56
Resp_12	4	4	3	11	3	4	5	12	2	4	3	9	4	5	3	12	3	3	3	9	53
Resp_13	4	4	5	13	4	4	4	12	3	4	2	9	3	3	4	10	4	4	3	11	55
Resp_14	5	5	5	15	5	5	3	13	5	4	4	13	4	2	5	11	3	3	5	11	63

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_15	4	3	4	11	5	3	2	10	2	2	2	6	1	4	3	8	3	4	3	10	45
Resp_16	4	3	4	11	4	3	5	12	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	63
Resp_17	4	3	4	11	4	4	5	13	4	5	4	13	4	3	3	10	4	4	4	12	59
Resp_18	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15	70
Resp_19	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	66
Resp_20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	61
Resp_21	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	65
Resp_22	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
Resp_23	4	4	4	12	4	4	3	11	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	2	10	55
Resp_24	5	4	5	14	4	3	4	11	4	2	2	8	2	2	3	7	3	3	5	11	51
Resp_25	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	66
Resp_26	4	1	5	10	5	4	5	14	5	4	2	11	5	5	5	15	1	5	5	11	61
Resp_27	4	3	4	11	4	4	5	13	3	5	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	62
Resp_28	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	2	10	4	3	4	11	2	4	2	8	48
Resp_29	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15	68

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_30	2	3	2	7	3	2	4	9	3	3	3	9	4	3	4	11	3	4	3	10	46
Resp_31	3	2	1	6	3	5	4	12	2	4	3	9	4	2	3	9	2	2	2	6	42
Resp_32	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	2	10	53
Resp_33	4	3	4	11	4	4	3	11	5	5	3	13	5	4	5	14	4	5	4	13	62
Resp_34	5	4	4	13	3	3	4	10	4	4	4	12	4	2	4	10	3	3	3	9	54
Resp_35	5	3	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	5	12	60
Resp_36	3	3	4	10	4	4	3	11	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	3	12	62
Resp_37	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	64
Resp_38	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	74
Resp_39	5	5	5	15	4	5	4	13	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	57
Resp_40	3	3	3	9	3	3	5	11	2	4	3	9	4	4	4	12	3	5	4	12	53
Resp_41	4	5	4	13	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	3	10	55
Resp_42	4	3	4	11	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	68
Resp_43	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	64
Resp_44	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	62

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_45	4	4	4	12	4	4	5	13	2	4	3	9	4	5	3	12	3	3	3	9	55
Resp_46	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	2	9	3	3	4	10	4	4	3	11	54
Resp_47	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	13	4	3	5	12	3	3	5	11	59
Resp_48	4	4	4	12	4	4	4	12	2	2	2	6	1	4	3	8	3	4	3	10	48
Resp_49	4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	65
Resp_50	5	4	5	14	4	3	5	12	4	5	4	13	4	3	3	10	4	4	4	12	61
Resp_51	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15	65
Resp_52	4	1	5	10	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	65
Resp_53	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	65
Resp_54	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	69
Resp_55	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	54
Resp_56	4	5	4	13	4	3	3	10	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	2	10	55
Resp_57	4	3	4	11	4	3	4	11	4	2	2	8	2	2	3	7	3	3	5	11	48
Resp_58	4	3	4	11	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	65
Resp_59	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	2	11	5	5	5	15	1	5	5	11	67

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_60	4	4	4	12	4	4	5	13	3	5	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	63
Resp_61	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	2	4	2	8	54
Resp_62	5	4	5	14	4	3	5	12	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15	69
Resp_63	4	4	4	12	4	4	4	12	2	2	3	7	4	3	4	11	3	4	3	10	52
Resp_64	4	1	5	10	5	4	4	13	2	4	3	9	4	4	3	11	2	2	2	6	49
Resp_65	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	2	10	59
Resp_66	5	5	5	15	4	5	3	12	5	5	3	13	5	4	5	14	4	5	4	13	67
Resp_67	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	3	9	51
Resp_68	4	5	4	13	4	3	4	11	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	5	12	61
Resp_69	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	3	12	69
Resp_70	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	59
Resp_71	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	70
Resp_72	5	4	5	14	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	54
Resp_73	4	4	4	12	4	4	5	13	2	4	3	9	4	4	4	12	3	5	4	12	58
Resp_74	4	5	5	14	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	3	10	56

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_75	3	3	2	8	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	65
Resp_76	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	64
Resp_77	4	4	4	12	4	3	5	12	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	56
Resp_78	4	4	4	12	4	4	5	13	2	4	3	9	4	5	3	12	3	3	3	9	55
Resp_79	5	5	5	15	5	4	4	13	3	4	2	9	3	3	4	10	4	4	3	11	58
Resp_80	5	4	5	14	4	4	3	11	5	4	4	13	4	2	5	11	3	3	5	11	60
Resp_81	5	4	5	14	5	5	2	12	2	2	2	6	1	4	3	8	3	4	3	10	50
Resp_82	4	3	4	11	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	64
Resp_83	4	4	4	12	4	3	5	12	4	5	4	13	4	3	3	10	4	4	4	12	59
Resp_84	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15	65
Resp_85	5	5	5	15	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	70
Resp_86	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	63
Resp_87	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	69
Resp_88	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	64
Resp_89	4	4	4	12	4	4	3	11	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	2	10	55

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_90	4	5	5	14	4	5	4	13	4	2	2	8	2	2	3	7	3	3	5	11	53
Resp_91	5	4	5	14	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	69
Resp_92	4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	2	10	5	5	5	15	1	5	5	11	64
Resp_93	5	5	5	15	5	5	5	15	3	5	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	68
Resp_94	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	2	10	4	3	4	11	2	4	2	8	57
Resp_95	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15	69
Resp_96	4	5	5	14	4	5	4	13	2	2	3	7	4	3	4	11	3	4	3	10	55
Resp_97	4	4	4	12	4	4	4	12	2	4	3	9	4	3	3	10	2	2	2	6	49
Resp_98	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	2	10	59
Resp_99	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	3	13	5	4	5	14	4	5	4	13	65
Resp_100	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	61
Resp_101	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	5	12	66
Resp_102	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	3	12	65
Resp_103	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	62
Resp_104	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	73

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X1.1	item 1	item 2	item 3	Σ X1.2	item 1	item 2	item 3	Σ X1.3	item 1	item 2	item 3	Σ X1.4	item 1	item 2	item 3	Σ X1.5	Σ X1
Resp_105	4	5	4	13	5	5	4	14	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	56
Resp_106	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	62
Resp_107	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	5	12	65
Resp_108	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	3	12	66
Resp_109	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	62
Resp_110	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	73
Resp_111	5	5	5	15	5	5	4	14	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	58
Resp_112	5	4	5	14	5	5	5	15	2	4	3	9	4	4	4	12	3	5	4	12	62
Resp_113	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	3	10	56
Resp_114	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	73
Resp_115	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	65
Resp_116	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	61
Resp_117	5	4	5	14	4	4	5	13	2	4	3	9	4	5	3	12	3	3	3	9	57
Resp_118	5	4	5	14	5	5	4	14	3	4	2	9	3	3	4	10	4	4	3	11	58
Resp_119	5	5	5	15	5	5	3	13	5	4	4	13	4	4	5	13	3	3	5	11	65

Variabel Viral Marketing (X1)

RESP	item 1	item 2	item 3	∑ X1.1	item 1	item 2	item 3	∑ X1.2	item 1	item 2	item 3	∑ X1.3	item 1	item 2	item 3	∑ X1.4	item 1	item 2	item 3	∑ X1.5	∑ X1
Resp_120	5	5	5	15	5	5	4	14	2	2	2	6	1	4	3	8	3	4	3	10	53

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	∑ X2.1	item 1	item 2	item 3	∑ X2.2	item 1	item 2	item 3	∑ X2.3	∑ X2
Resp_1	5	4	5	14	4	5	5	14	3	4	5	12	40
Resp_2	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14	38
Resp_3	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	38
Resp_4	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	3	11	31
Resp_5	2	2	1	5	2	2	2	6	5	5	5	15	26
Resp_6	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11	30
Resp_7	2	4	4	10	4	4	5	13	3	3	4	10	33
Resp_8	5	5	3	13	4	4	4	12	3	4	4	11	36
Resp_9	2	2	3	7	4	3	4	11	5	5	5	15	33
Resp_10	2	2	3	7	4	3	3	10	5	5	5	15	32
Resp_11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	5	5	13	37

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_12	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	4	10	31
Resp_13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	37
Resp_14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	1	4	10	40
Resp_15	3	4	3	10	3	3	3	9	3	4	4	11	30
Resp_16	3	3	4	10	3	3	4	10	4	5	5	14	34
Resp_17	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
Resp_18	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	44
Resp_19	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
Resp_20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
Resp_21	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	5	14	39
Resp_22	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	35
Resp_23	4	4	4	12	4	4	5	13	3	4	4	11	36
Resp_24	4	3	3	10	3	3	4	10	3	2	2	7	27
Resp_25	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	4	14	39
Resp_26	3	4	4	11	4	5	4	13	5	5	5	15	39

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_27	4	3	3	10	4	4	5	13	5	5	5	15	38
Resp_28	3	3	3	9	3	3	5	11	4	5	2	11	31
Resp_29	4	3	4	11	4	5	5	14	5	5	5	15	40
Resp_30	2	3	3	8	4	4	4	12	4	4	5	13	33
Resp_31	3	3	3	9	3	2	3	8	3	2	2	7	24
Resp_32	3	3	3	9	3	3	5	11	4	4	4	12	32
Resp_33	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	41
Resp_34	4	4	4	12	4	4	5	13	3	4	5	12	37
Resp_35	4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	5	14	42
Resp_36	3	3	5	11	4	3	4	11	4	4	5	13	35
Resp_37	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	3	11	40
Resp_38	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	44
Resp_39	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	35
Resp_40	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	28
Resp_41	5	4	4	13	5	5	5	15	3	4	4	11	39

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_42	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	5	15	43
Resp_43	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	43
Resp_44	5	5	5	15	5	5	5	15	3	5	5	13	43
Resp_45	5	4	5	14	5	5	5	15	3	3	4	10	39
Resp_46	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	13	39
Resp_47	4	5	5	14	4	5	5	14	5	1	4	10	38
Resp_48	4	4	4	12	4	4	5	13	3	4	4	11	36
Resp_49	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	5	14	43
Resp_50	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	38
Resp_51	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	43
Resp_52	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	45
Resp_53	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
Resp_54	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14	42
Resp_55	5	4	5	14	5	4	4	13	3	4	4	11	38
Resp_56	4	5	4	13	5	5	5	15	3	4	4	11	39

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_57	5	5	5	15	5	5	5	15	3	2	2	7	37
Resp_58	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	43
Resp_59	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	15	40
Resp_60	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	43
Resp_61	4	5	4	13	5	5	5	15	4	5	2	11	39
Resp_62	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	45
Resp_63	4	4	4	12	4	4	4	12	2	4	5	11	35
Resp_64	5	5	5	15	5	4	5	14	3	2	2	7	36
Resp_65	5	4	5	14	4	4	5	13	4	4	4	12	39
Resp_66	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	5	14	42
Resp_67	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	5	12	42
Resp_68	4	5	4	13	5	5	5	15	5	4	5	14	42
Resp_69	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	43
Resp_70	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	3	11	40
Resp_71	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	41

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_72	4	5	5	14	4	5	3	12	4	4	3	11	37
Resp_73	4	5	4	13	5	5	3	13	3	3	4	10	36
Resp_74	5	5	5	15	5	5	4	14	3	4	4	11	40
Resp_75	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	39
Resp_76	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	39
Resp_77	3	4	4	11	4	5	3	12	3	5	5	13	36
Resp_78	4	3	3	10	4	4	5	13	3	3	4	10	33
Resp_79	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	5	13	31
Resp_80	4	3	4	11	4	5	5	14	5	1	4	10	35
Resp_81	2	3	3	8	4	4	5	13	3	4	4	11	32
Resp_82	3	3	3	9	3	2	3	8	4	5	5	14	31
Resp_83	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12	30
Resp_84	4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	5	14	39
Resp_85	3	3	3	9	3	4	5	12	5	5	5	15	36
Resp_86	2	2	1	5	2	2	3	7	4	4	4	12	24

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_87	4	3	3	10	3	3	5	11	5	4	5	14	35
Resp_88	2	4	4	10	4	4	4	12	3	4	4	11	33
Resp_89	5	5	3	13	4	4	5	13	3	4	4	11	37
Resp_90	2	2	3	7	4	3	3	10	3	2	2	7	24
Resp_91	2	2	3	7	4	3	5	12	5	5	4	14	33
Resp_92	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	39
Resp_93	3	4	4	11	4	3	5	12	5	5	5	15	38
Resp_94	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	2	12	37
Resp_95	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	5	15	43
Resp_96	4	5	4	13	5	5	4	14	2	4	5	11	38
Resp_97	5	5	5	15	5	5	4	14	3	2	2	7	36
Resp_98	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	41
Resp_99	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	5	14	39
Resp_100	4	5	5	14	4	5	5	14	3	4	5	12	40
Resp_101	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	5	14	39

Variabel Influencer Marketing (X2)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_102	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	5	13	42
Resp_103	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	3	11	37
Resp_104	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	44
Resp_105	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14	44
Resp_106	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	5	13	36
Resp_107	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	3	11	38
Resp_108	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	5	15	43
Resp_109	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	3	11	38
Resp_110	5	5	5	15	5	5	5	15	3	3	4	10	40
Resp_111	5	4	5	14	5	5	3	13	3	4	4	11	38
Resp_112	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	41
Resp_113	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	43
Resp_114	4	5	4	13	5	5	2	12	3	5	5	13	38
Resp_115	5	5	5	15	5	5	3	13	3	3	4	10	38
Resp_116	4	5	5	14	4	5	5	14	4	4	5	13	41

Variabel Influencer Marketing (X2)													
RESP	item 1	item 2	item 3	Σ X2.1	item 1	item 2	item 3	Σ X2.2	item 1	item 2	item 3	Σ X2.3	Σ X2
Resp_117	5	4	5	14	5	4	4	13	5	1	4	10	37
Resp_118	4	5	4	13	5	5	5	15	3	4	4	11	39
Resp_119	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	44
Resp_120	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	41

Variabel Keputusan Pembelian (Y)																	
RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_1	4	5	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12	4	2	4	10	48
Resp_2	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	5	4	13	44
Resp_3	4	4	4	12	4	4	3	11	5	5	5	15	5	5	4	14	52
Resp_4	4	5	5	14	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	48
Resp_5	3	3	2	8	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15	48
Resp_6	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	9	42
Resp_7	4	4	4	12	4	3	5	12	2	4	3	9	4	4	4	12	45
Resp_8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	45

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_9	2	2	3	7	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15	47
Resp_10	2	2	3	7	2	3	5	10	4	4	5	13	4	5	4	13	43
Resp_11	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	3	11	4	3	4	11	46
Resp_12	4	4	3	11	3	4	5	12	2	4	3	9	4	5	3	12	44
Resp_13	4	4	5	13	4	4	4	12	3	4	2	9	3	3	4	10	44
Resp_14	5	5	5	15	5	5	3	13	5	4	4	13	4	2	5	11	52
Resp_15	4	3	4	11	5	3	2	10	2	2	2	6	1	4	3	8	35
Resp_16	4	3	4	11	4	3	5	12	4	5	4	13	5	4	5	14	50
Resp_17	4	3	4	11	4	4	5	13	4	5	4	13	4	3	3	10	47
Resp_18	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	13	55
Resp_19	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	13	51
Resp_20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	48
Resp_21	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	5	14	51
Resp_22	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	48
Resp_23	4	4	4	12	4	4	3	11	2	4	4	10	4	4	4	12	45

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_24	5	4	5	14	4	3	4	11	4	2	2	8	2	2	3	7	40
Resp_25	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	52
Resp_26	4	1	5	10	5	4	5	14	5	4	2	11	5	5	5	15	50
Resp_27	4	3	4	11	4	4	5	13	3	5	4	12	4	4	5	13	49
Resp_28	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	2	10	4	3	4	11	40
Resp_29	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	4	13	53
Resp_30	2	3	2	7	3	2	4	9	3	3	3	9	4	3	4	11	36
Resp_31	3	2	1	6	3	5	4	12	2	4	3	9	4	2	3	9	36
Resp_32	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	3	11	3	3	4	10	43
Resp_33	4	3	4	11	4	4	3	11	5	5	3	13	5	4	5	14	49
Resp_34	5	4	4	13	3	3	4	10	4	4	4	12	4	2	4	10	45
Resp_35	5	3	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	5	4	13	48
Resp_36	3	3	4	10	4	4	3	11	5	5	5	15	5	5	4	14	50
Resp_37	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	3	11	52
Resp_38	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	59

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_39	5	5	5	15	4	5	4	13	4	3	3	10	3	3	3	9	47
Resp_40	3	3	3	9	3	3	5	11	2	4	3	9	4	4	4	12	41
Resp_41	4	5	4	13	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	45
Resp_42	4	3	4	11	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	53
Resp_43	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	13	50
Resp_44	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	3	11	4	3	4	11	52
Resp_45	4	4	4	12	4	4	5	13	2	4	3	9	4	5	3	12	46
Resp_46	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	2	9	3	3	4	10	43
Resp_47	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	13	4	3	5	12	48
Resp_48	4	4	4	12	4	4	4	12	2	2	2	6	1	4	3	8	38
Resp_49	4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	14	52
Resp_50	5	4	5	14	4	3	5	12	4	5	4	13	4	3	3	10	49
Resp_51	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	50
Resp_52	4	1	5	10	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	5	13	50
Resp_53	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	52

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_54	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14	55
Resp_55	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	43
Resp_56	4	5	4	13	4	3	3	10	2	4	4	10	4	4	4	12	45
Resp_57	4	3	4	11	4	3	4	11	4	2	2	8	2	2	3	7	37
Resp_58	4	3	4	11	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	51
Resp_59	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	2	11	5	5	5	15	56
Resp_60	4	4	4	12	4	4	5	13	3	5	4	12	4	4	5	13	50
Resp_61	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	46
Resp_62	5	4	5	14	4	3	5	12	5	5	5	15	4	5	4	13	54
Resp_63	4	4	4	12	4	4	4	12	2	2	3	7	4	3	4	11	42
Resp_64	4	1	5	10	5	4	4	13	2	4	3	9	4	4	3	11	43
Resp_65	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	3	11	3	3	4	10	49
Resp_66	5	5	5	15	4	5	3	12	5	5	3	13	5	4	5	14	54
Resp_67	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	3	4	11	42
Resp_68	4	5	4	13	4	3	4	11	4	4	4	12	4	5	4	13	49

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_69	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	4	14	57
Resp_70	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	47
Resp_71	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	55
Resp_72	5	4	5	14	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	3	9	44
Resp_73	4	4	4	12	4	4	5	13	2	4	3	9	4	4	4	12	46
Resp_74	4	5	5	14	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	46
Resp_75	3	3	2	8	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	50
Resp_76	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	13	50
Resp_77	4	4	4	12	4	3	5	12	4	4	3	11	4	3	4	11	46
Resp_78	4	4	4	12	4	4	5	13	2	4	3	9	4	5	3	12	46
Resp_79	5	5	5	15	5	4	4	13	3	4	2	9	3	3	4	10	47
Resp_80	5	4	5	14	4	4	3	11	5	4	4	13	4	2	5	11	49
Resp_81	5	4	5	14	5	5	2	12	2	2	2	6	1	4	3	8	40
Resp_82	4	3	4	11	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	14	51
Resp_83	4	4	4	12	4	3	5	12	4	5	4	13	4	3	3	10	47

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_84	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	50
Resp_85	5	5	5	15	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	5	13	55
Resp_86	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	50
Resp_87	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13	5	4	5	14	55
Resp_88	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	53
Resp_89	4	4	4	12	4	4	3	11	2	4	4	10	4	4	4	12	45
Resp_90	4	5	5	14	4	5	4	13	4	2	2	8	2	2	3	7	42
Resp_91	5	4	5	14	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	55
Resp_92	4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	2	10	5	5	5	15	53
Resp_93	5	5	5	15	5	5	5	15	3	5	4	12	4	4	5	13	55
Resp_94	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	2	10	4	3	4	11	49
Resp_95	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	54
Resp_96	4	5	5	14	4	5	4	13	2	2	3	7	4	3	4	11	45
Resp_97	4	4	4	12	4	4	4	12	2	4	3	9	4	3	3	10	43
Resp_98	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	3	11	3	3	4	10	49

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_99	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	3	13	5	4	5	14	52
Resp_100	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	52
Resp_101	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	4	13	54
Resp_102	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	14	53
Resp_103	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	50
Resp_104	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	58
Resp_105	4	5	4	13	5	5	4	14	4	3	3	10	3	3	3	9	46
Resp_106	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	53
Resp_107	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	4	13	53
Resp_108	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14	54
Resp_109	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	50
Resp_110	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	58
Resp_111	5	5	5	15	5	5	4	14	4	3	3	10	3	3	3	9	48
Resp_112	5	4	5	14	5	5	5	15	2	4	3	9	4	4	4	12	50
Resp_113	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	3	3	3	9	46

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

RESP	item 1	item 2	item 3	Σ Y.1	item 1	item 2	item 3	Σ Y.2	item 1	item 2	item 3	Σ Y.3	item 1	item 2	item 3	Σ Y.4	Σ Y
Resp_114	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	58
Resp_115	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	13	51
Resp_116	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	3	11	4	3	4	11	51
Resp_117	5	4	5	14	4	4	5	13	2	4	3	9	4	5	3	12	48
Resp_118	5	4	5	14	5	5	4	14	3	4	2	9	3	3	4	10	47
Resp_119	5	5	5	15	5	5	3	13	5	4	4	13	4	4	5	13	54
Resp_120	5	5	5	15	5	5	4	14	2	2	2	6	1	4	3	8	43

Lampiran 8 Output SPSS

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden Variabel Viral Marketing (X_1)
Indikator : Media Sosial

BNB Barenbliss memberikan informasi melalui media sosia Instagram dan Tiktok

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	10	8.3	8.3	10.8
	4.00	65	54.2	54.2	65.0
	5.00	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Instagram dan Tiktok Barenbliss sangat aktif dalam hal upload feed maupun live

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.5	2.5	2.5
	2.00	3	2.5	2.5	5.0
	3.00	23	19.2	19.2	24.2
	4.00	57	47.5	47.5	71.7
	5.00	34	28.3	28.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Postingan barenblis selalu muncul pada FYP atau home Instagram anda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	3	2.5	2.5	3.3
	3.00	8	6.7	6.7	10.0
	4.00	57	47.5	47.5	57.5
	5.00	51	42.5	42.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

		Statistics		
		BNB Barenbliss memberikan informasi melalui media sosia Instagram dan Tiktok	Instagram dan Tiktok Barenbliss sangat aktif dalam hal upload feed maupun live	Postingan barenblis selalu muncul pada FYP atau home Instagram anda
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Std. Error of Mean		.06393	.08194	.07020
Std. Deviation		.70034	.89755	.76897
Minimum		2.00	1.00	1.00
Maximum		5.00	5.00	5.00

Indikator : Keterlibatan *Opini Leader*

Dalam mendapatkan informasi tentang BNB Barenbliss ada keterlibatan dari ahli kosmetik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	12	10.0	10.0	13.3
	4.00	67	55.8	55.8	69.2
	5.00	37	30.8	30.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Ahli kosmetik yang terkenal membicarakan positif produk BNB Barenbliss

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.8	.8	.8
	3.00	25	20.8	20.8	21.7
	4.00	56	46.7	46.7	68.3
	5.00	38	31.7	31.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Viral kosmetik Barenbliss karena dibicarakan oleh ahli kosmetik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	14	11.7	11.7	15.0
	4.00	59	49.2	49.2	64.2

5.00	43	35.8	35.8	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Dalam mendapatkan informasi tentang BNB Barenbliss ada keterlibatan dari ahli kosmetik	Ahli kosmetik yang terkenal membicarakan positif produk BNB Barenbliss	Viral kosmetik Barenbliss karena dibicarakan oleh ahli kosmetik
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Std. Error of Mean		.06621	.06798	.06968
Std. Deviation		.72525	.74468	.76326
Minimum		2.00	2.00	2.00
Maximum		5.00	5.00	5.00

Indikator : Pengetahuan Produk

BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai jenis - jenis produknya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	5.8	5.8	5.8
	2.00	21	17.5	17.5	23.3
	3.00	7	5.8	5.8	29.2
	4.00	59	49.2	49.2	78.3
	5.00	26	21.7	21.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai bahan dan kandungan produknya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	10	8.3	8.3	8.3
	3.00	5	4.2	4.2	12.5
	4.00	70	58.3	58.3	70.8
	5.00	35	29.2	29.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai cara penggunaan dari setiap produknya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	14.2	14.2	14.2
	3.00	29	24.2	24.2	38.3
	4.00	50	41.7	41.7	80.0
	5.00	24	20.0	20.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Dalam mendapatkan informasi tentang BNB Barenbliss ada keterlibatan dari ahli kosmetik	Ahli kosmetik yang terkenal membicarakan positif produk BNB Barenbliss	Viral kosmetik Barenbliss karena dibicarakan oleh ahli kosmetik
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Std. Error of Mean		.06621	.06798	.06968
Std. Deviation		.72525	.74468	.76326
Minimum		2.00	2.00	2.00
Maximum		5.00	5.00	5.00

Indikator: Kejelasan Informasi Produk

Informasi yang anda lihat tentang produk pada akun Instagram @barenbliss_id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	3.3	3.3	3.3
	2.00	3	2.5	2.5	5.8
	3.00	16	13.3	13.3	19.2
	4.00	65	54.2	54.2	73.3
	5.00	32	26.7	26.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Informasi produk yang diberikan Barenbliss di instagram maupun tiktok mudah dipahami

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.5	2.5	2.5

2.00	15	12.5	12.5	15.0
3.00	26	21.7	21.7	36.7
4.00	40	33.3	33.3	70.0
5.00	36	30.0	30.0	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Tiktok Barenbliss sudah menyediakan informasi produk yang jelas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	31	25.8	25.8
	4.00	58	48.3	74.2
	5.00	31	25.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0

Statistics

		Informasi yang anda lihat tentang produk pada akun Instagram @barenbliss_id	Informasi produk yang diberikan Barenbliss di instagram maupun tiktok mudah dipahami	Tiktok Barenbliss sudah menyediakan informasi produk yang jelas
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Std. Error of Mean		.08198	.09972	.06589
Std. Deviation		.89802	1.09234	.72181
Minimum		1.00	1.00	3.00
Maximum		5.00	5.00	5.00

Indikator : Membicarakan Produk

Anda berbicara hal positif tentang produk BNB Barenbliss kepada orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	2.7	2.7
	2.00	8	4.3	7.0
	3.00	49	26.3	33.3
	4.00	73	39.2	72.6
	5.00	51	27.4	100.0
	Total	186	100.0	100.0

Di lingkungan anda banyak orang membicarakan produk BNB Barenbliss

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.1	1.1	1.1
	2.00	11	5.9	5.9	7.0
	3.00	39	21.0	21.0	28.0
	4.00	75	40.3	40.3	68.3
	5.00	59	31.7	31.7	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Di media sosial saat ini banyak orang membicarakan Barenbliss

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	6.5	6.5	6.5
	3.00	52	28.0	28.0	34.4
	4.00	65	34.9	34.9	69.4
	5.00	57	30.6	30.6	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Statistics

		Informasi yang anda lihat tentang produk pada akun Instagram @barenbliss_id	Informasi produk yang diberikan Barenbliss di instagram maupun tiktok mudah dipahami	Tiktok Barenbliss sudah menyediakan informasi produk yang jelas
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Std. Error of Mean		.08198	.09972	.06589
Std. Deviation		.89802	1.09234	.72181
Minimum		1.00	1.00	3.00
Maximum		5.00	5.00	5.00

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden Variabel Influencer Marketing (X_2)
 Indikator : resonance

Influencer yang mempromosikan barenbless kontennya selalu ramai dengan like dan viewer.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	10	8.3	8.3	8.3
	3.00	16	13.3	13.3	21.7
	4.00	53	44.2	44.2	65.8
	5.00	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Konten barenbless yang dibuat influencer selalu mendapatkan komentar respon ketertarikan untuk membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	5.0	5.0	5.0
	3.00	20	16.7	16.7	21.7
	4.00	55	45.8	45.8	67.5
	5.00	39	32.5	32.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Konten barenbless yang dibuat influencer selalu dibagikan oleh banyak orang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	23	19.2	19.2	20.8
	4.00	49	40.8	40.8	61.7
	5.00	46	38.3	38.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Influencer yang mempromosikan barenbless kontennya selalu ramai dengan like dan viewer.	Konten barenbless yang dibuat influencer selalu mendapatkan komentar respon ketertarikan untuk membeli	Konten barenbless yang dibuat influencer selalu dibagikan oleh banyak orang
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Std. Error of Mean		.08233	.07605	.07697

Std. Deviation	.90187	.83310	.84312
Minimum	2.00	2.00	1.00
Maximum	5.00	5.00	5.00

Indikator : Reach (keterjangkauan)

Influencer yang mempromosikan barenbliss memiliki follower diatas 10.000 hingga 100.000

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	14	11.7	11.7	13.3
	4.00	59	49.2	49.2	62.5
	5.00	45	37.5	37.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Influencer mempromosikan videonya kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	17	14.2	14.2	17.5
	4.00	45	37.5	37.5	55.0
	5.00	54	45.0	45.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Jangkauan influencer sangat luas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	23	19.2	19.2	19.2
	4.00	56	46.7	46.7	65.8
	5.00	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

		Statistics		
		Influencer yang mempromosikan barenbliss memiliki follower diatas 10.000 hingga 100.000	Influencer mempromosikan videonya kembali	Jangkauan influencer sangat luas
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Mean		4.2250	4.2417	4.1500
Std. Error of Mean		.06532	.07484	.06552
Median		4.0000	4.0000	4.0000
Std. Deviation		.71552	.81988	.71772
Minimum		2.00	2.00	3.00
Maximum		5.00	5.00	5.00
Sum		507.00	509.00	498.00

Indikator : Relevan

Citra influencer cocok atau sesuai dengan citra barenbliss sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen untuk tertarik membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.5	2.5	2.5
	2.00	7	5.8	5.8	8.3
	3.00	36	30.0	30.0	38.3
	4.00	34	28.3	28.3	66.7
	5.00	40	33.3	33.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Follower dari influencer relevan dengan minat produk kosmetik dan Korea

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	3.3	3.3	3.3
	2.00	6	5.0	5.0	8.3
	3.00	8	6.7	6.7	15.0
	4.00	57	47.5	47.5	62.5
	5.00	45	37.5	37.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Setiap influencer live banyak follower yang berinteraksi karena tertarik dengan produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	9	7.5	7.5	7.5
	3.00	9	7.5	7.5	15.0
	4.00	39	32.5	32.5	47.5
	5.00	63	52.5	52.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Citra influencer cocok atau sesuai dengan citra barenbliss sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen untuk tertarik membeli	Follower dari influecer relevan dengan minat produk kosmetik dan Korea	Setiap influencer live banyak follower yang berinteraksi karena tertarik dengan produk
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Mean		3.8417	4.1083	4.3000
Std. Error of Mean		.09467	.08840	.08250
Median		4.0000	4.0000	5.0000
Std. Deviation		1.03709	.96837	.90377
Sum		461.00	493.00	516.00

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Indikator : Kemantapan pada produk

Informasi mengenai kandungan dan manfaat dari barenbliss membuat saya tertarik untuk membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	5.8	5.8	5.8
	3.00	22	18.3	18.3	24.2
	4.00	49	40.8	40.8	65.0
	5.00	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Konten atau iklan mengenai barenbliss divisualisasikan dengan baik, sehingga saya tertarik untuk membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.2	4.2	4.2
	3.00	15	12.5	12.5	16.7
	4.00	60	50.0	50.0	66.7
	5.00	40	33.3	33.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Banyak ahli kosmetik yang menilai produk kosmetik Barenbliss baik sehingga saya tertarik untuk membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	10.0	10.0	10.0
	3.00	29	24.2	24.2	34.2
	4.00	48	40.0	40.0	74.2
	5.00	31	25.8	25.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Informasi mengenai kandungan dan manfaat dari barenbliss membuat saya tertarik untuk membeli	Konten atau iklan mengenai barenbliss divisualisasikan dengan baik, sehingga saya tertarik untuk membeli	Banyak ahli kosmetik yang menilai produk kosmetik Barenbliss baik sehingga saya tertarik untuk membeli
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Mean		4.0500	4.1250	3.8167
Std. Error of Mean		.08013	.07156	.08533
Median		4.0000	4.0000	4.0000
Std. Deviation		.87783	.78390	.93470
Sum		486.00	495.00	458.00

Indikator : Kebiasaan membeli produk

Teman saya menggunakan produk Barenbliss sehingga saya ingin membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	6.7	6.7	6.7
	3.00	30	25.0	25.0	31.7
	4.00	43	35.8	35.8	67.5
	5.00	39	32.5	32.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Saya melihat para artis menggunakan produk barenbliss sehingga saya ingin menggunakannya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Perc
Valid	2.00	6	5.0	5.0	5.0
	3.00	36	30.0	30.0	35.0
	4.00	26	21.7	21.7	56.7
	5.00	52	43.3	43.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Teman-teman akhir-akhir ini ganti kosmetik ke produk Barenbliss

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Perc
Valid	2.00	6	5.0	5.0	5.0
	3.00	31	25.8	25.8	30.8
	4.00	26	21.7	21.7	52.5
	5.00	57	47.5	47.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Teman saya menggunakan produk Barenbliss sehingga saya ingin membeli	Saya melihat para artis menggunakan produk barenbliss sehingga saya ingin menggunakannya	Teman-teman akhir-akhir ini ganti kosmetik ke produk Barenbliss
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Mean		3.9417	4.0333	4.1167
Std. Error of Mean		.08393	.08851	.08791

Median	4.0000	4.0000	4.0000
Std. Deviation	.91941	.96956	.96304
Sum	473.00	484.00	494.00

Indikator : Memberikan rekoendasi pada orang lain

Saya tertarik membeli barenbliiss karena mendapat rekomendasi dari teman atau keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.5	2.5	2.5
	2.00	6	5.0	5.0	7.5
	3.00	9	7.5	7.5	15.0
	4.00	58	48.3	48.3	63.3
	5.00	44	36.7	36.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Saya merekomendasikan produk Barenbliiss kepada teman-teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.5	2.5	2.5
	2.00	11	9.2	9.2	11.7
	3.00	17	14.2	14.2	25.8
	4.00	42	35.0	35.0	60.8
	5.00	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Produk Barenbliiss sangat pantas untuk menjadi rekomendasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	14	11.7	11.7	11.7
	3.00	33	27.5	27.5	39.2
	4.00	30	25.0	25.0	64.2
	5.00	43	35.8	35.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Saya tertarik membeli barenbliss karena mendapat rekomendasi dari teman atau keluarga	Saya merekomendasikan produk Barenbliss kepada teman-teman	Produk Barenblis sangat pantas untuk menjadi rekomendasi
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Mean		4.1167	3.9917	3.8500
Std. Error of Mean		.08467	.09723	.09516
Median		4.0000	4.0000	4.0000
Std. Deviation		.92748	1.06507	1.04238
Sum		494.00	479.00	462.00

Indikator : Melakukan pembelian ulang

Saya membeli lagi produk Barenbliss jika habis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	21	17.5	17.5	20.0
	4.00	35	29.2	29.2	49.2
	5.00	61	50.8	50.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Produk Barenbliss sangat worth it

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.5	2.5	2.5
	2.00	11	9.2	9.2	11.7
	3.00	15	12.5	12.5	24.2
	4.00	38	31.7	31.7	55.8
	5.00	53	44.2	44.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Saya sudah nyaman menggunakan produk Barenbliss

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	3.3	3.3	3.3
	2.00	13	10.8	10.8	14.2
	3.00	18	15.0	15.0	29.2

4.00	58	48.3	48.3	77.5
5.00	27	22.5	22.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Statistics

		Saya membeli lagi produk Barenbliss jika habis	Produk Barenbliss sangat worth it	Saya sudah nyaman menggunakan produk Barenbliss
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Mean		4.2833	4.0583	3.7583
Std. Error of Mean		.07686	.09852	.09393
Median		5.0000	4.0000	4.0000
Std. Deviation		.84200	1.07918	1.02896
Sum		514.00	487.00	451.00

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel Viral Marketing (X_1)

Indikator : Media Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BNB Barenbliss memberikan informasi melalui media sosia Instagram dan Tiktok	8.2500	2.071	.771	.651
Instagram dan Tiktok Barenbliss sangat aktif dalam hal upload feed maupun live	8.5000	1.966	.534	.900
Postingan barenblis selalu muncul pada FYP atau home Instagram anda	8.1833	1.966	.723	.682

Indikator : Keterlibatan Opini Leader

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Dalam mendapatkan informasi tentang BNB Barenbliss ada keterlibatan dari ahli kosmetik	8.6167	1.835	.671	.588
Ahli kosmetik yang terkenal membicarakan positif produk BNB Barenbliss	8.6000	1.570	.684	.554
Viral kosmetik Barenbliss karena dibicarakan oleh ahli kosmetik	8.4667	2.049	.431	.844

Indikator : Pengetahuan Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai jenis - jenis produknya	7.7667	2.533	.527	.777
BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai bahan dan kandungan produknya	7.5417	2.839	.637	.661
BNB Barenbliss memberikan informasi yang lengkap mengenai cara penggunaan dari setiap produknya	7.9583	2.360	.656	.619

Indikator : Kejelasan Informasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Informasi yang anda lihat tentang produk pada akun Instagram @barenbliss_id	7.9083	1.748	.678	.462
Informasi produk yang diberikan Barenbliss di instagram maupun tiktok mudah dipahami	7.9833	2.134	.455	.756
Tiktok Barenbliss sudah menyediakan informasi produk yang jelas	7.8917	2.434	.537	.660

Indikator : Membicarakan Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Anda berbicara hal positif tentang produk BNB Barenbliss kepada orang lain	7.9083	2.336	.449	.586
Di lingkungan anda banyak orang membicarakan produk BNB Barenbliss	7.5833	2.564	.575	.445

Di media sosial saat ini banyak orang membicarakan Barebliss	7.8417	2.437	.401	.654
--	--------	-------	------	------

Variabel *Influencer Marketing* (X₂)

Indikator: Resonance

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Influencer yang mempromosikan barenbliss kontennya selalu ramai dengan like dan viewer.	8.2000	2.397	.758	.828
Konten barenbliss yang dibuat influencer selalu mendapatkan komentar respon ketertarikan untuk membeli	8.1833	2.638	.737	.845
Konten barenbliss yang dibuat influencer selalu dibagikan oleh banyak orang	8.1000	2.511	.788	.799

Indikator : Reach

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Influencer yang mempromosikan barenbliss memiliki follower diatas 10.000 hingga 100.000	8.6167	1.835	.671	.588
Influencer mempromosikan videonya kembali	8.6000	1.570	.684	.554
Jangkauan influencer sangat luas	8.4667	2.049	.431	.844

Indikator: Relevan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Citra influencer cocok atau sesuai dengan citra barenbliss sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen untuk tertarik membeli	8.4083	2.647	.389	.674
Follower dari influecer relevan dengan minat produk kosmetik dan Korea	8.3083	2.047	.522	.504
Setiap influencer live banyak follower yang berinteraksi karena tertarik dengan produk	8.1167	2.205	.525	.501

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Indikator : Kemantapan pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BNB Barenbliss memberikan informasi melalui media sosia Instagram dan Tiktok	8.0968	2.228	.606	.594
Instagram dan Tiktok Barenbliss sangat aktif dalam hal upload feed maupun live	8.1398	2.445	.497	.719
Postingan barenblis selalu muncul pada FYP atau home Instagram anda	8.0215	2.173	.577	.628

Indikator : Kebiasaan membeli produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Teman saya menggunakan produk Barenbliss sehingga saya ingin membeli	8.2667	2.416	.634	.599
Saya melihat para artis menggunakan produk barenbliss sehingga saya ingin menggunakannya	8.1750	2.129	.709	.499

Teman-teman akhir-akhir ini ganti kosmetik ke produk Barenbliss	7.9750	3.067	.413	.836
---	--------	-------	------	------

Indikator : Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya tertarik membeli barenbliss karena mendapat rekomendasi dari teman atau keluarga	7.8167	3.277	.508	.634
Saya merekomendasikan produk Barenbliss kepada teman-teman	7.9417	2.997	.465	.689
Produk Barenblis sangat pantas untuk menjadi rekomendasi	8.1083	2.669	.604	.505

Indikator : Pembelian ulang

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya membeli lagi produk Barenbliss jika habis	8.0833	2.413	.631	.557
Produk Barenbliss sangat worth it	8.2250	2.176	.575	.618
Saya sudah nyaman menggunakan produk Barenbliss	8.4250	2.633	.465	.743

Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

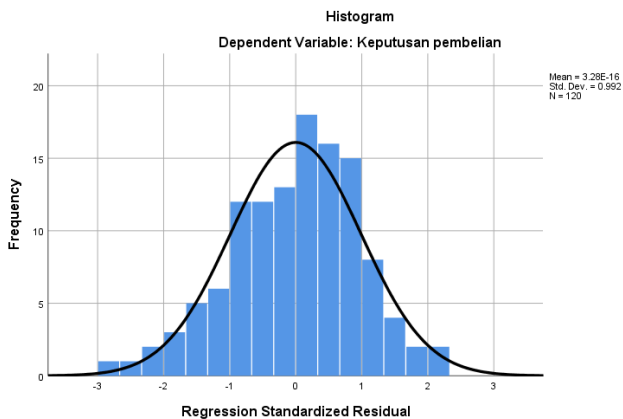
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.21482913
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.039
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

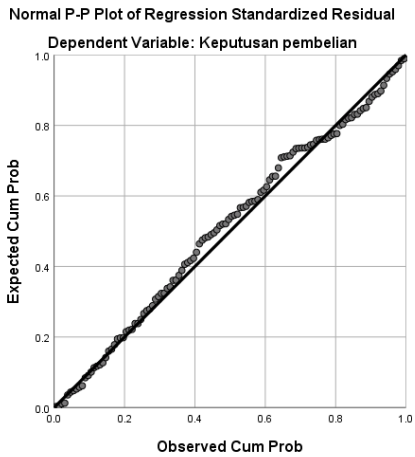
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.





Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.576	4.900		1.954	.053		
	Viral Marketing	.424	.085	.427	5.001	.000	.759	1.318
	Influencer Marketing	.359	.121	.254	2.971	.004	.759	1.318

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Uji Heteroskedastisitas UJI GLEJSER

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.942	2.938		2.703	.008		
	Viral Marketing	-.038	.051	-.079	-.753	.453	.759	1.318
	Influencer Marketing	-.040	.072	-.058	-.554	.581	.759	1.318

a. Dependent Variable: ABSRes_1

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.119 ^a	.014	-.003	3.15296

a. Predictors: (Constant), Influencer Marketing, Viral Marketing

b. Dependent Variable: ABSRes_1

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	K=3	
	dL	dU
120	1.5628	1.8641

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.576	4.900		1.954	.053		
	Viral Marketing	.424	.085	.427	5.001	.000	.759	1.318
	Influencer Marketing	.359	.121	.254	2.971	.004	.759	1.318

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 ^a	.353	.342	5.25921

a. Predictors: (Constant), Influencer Marketing, Viral Marketing

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.576	4.900		1.954	.053		
	Viral Marketing	.424	.085	.427	5.001	.000	.759	1.318
	Influencer Marketing	.359	.121	.254	2.971	.004	.759	1.318

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

df \ Pr	0.25		0.10		0.05		0.025		0.01		0.005		0.001	
	0.50	0.20	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.002	0.001	0.0005	0.0002	0.0001	0.00005	0.00001
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262							
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198							
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135							
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074							
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013							
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954							

Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1765.861	2	882.931	31.922	.000 ^b
	Residual	3236.139	117	27.659		
	Total	5002.000	119			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Influencer Marketing, Viral Marketing

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
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75