

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Kuesioner

#### DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER PENELITIAN

#### **“LIVE STREAMING IMPACT DAN QUALITY PRODUCT TERHADAP CUSTOMER BUYING DECISION YANG DIMODERASI OLEH REVIEW BEAUTY VLOGGER (studi pada *customer* Skintific mahasiswi STIE Malangkuçęwara)**

##### **X1 – *Live streaming***

1. Saya percaya bahwa *live streaming* bisa memberikan pandangan yang lebih jujur dan langsung tentang kualitas *skincare* daripada video rekaman yang melalui proses editing
2. Menurut saya seorang host *live streaming* harus memiliki kredibilitas yang tinggi dalam memberikan ulasan *skincare*
3. Menurut saya, penting bagi seorang host *live streaming* memiliki kemampuan penyampaian informasi yang jelas dan bahasa yang mudah di pahami dalam menjelaskan manfaat dan cara penggunaan *skincare*
4. Saya lebih menyukai, bahwa *live streaming* memiliki kualitas visual tinggi, seperti pencahayaan, pengambilan gambar yang jelas, dan tema yang sesuai dengan *skincare* yang ditawarkan
5. Menurut saya bahwa diskon atau penawaran khusus yang disampaikan dalam *live streaming* akan memengaruhi keputusan untuk membeli *skincare*
6. Menurut saya bahwa interaksi langsung antara host *live streaming* dan penonton terhadap pertanyaan akan memengaruhi kepercayaan terhadap *skincare* yang ditawarkan

##### **X2 – *Quality product***

1. Menurut saya, bahwa design kemasan *skincare* yang menarik akan memengaruhi keputusan pembelian
2. Menurut saya, bahwa pengemasan produk yang aman akan memengaruhi penilaian terhadap kualitas *skincare*
3. Saya percaya bahwa *skincare* sesuai dengan kebutuhan atau masalah kulit yang saya hadapi saat ini
4. Menurut saya, pencantuman informasi yang jelas di kemasan *skincare* tentang komposisi sehingga bisa memberikan pemahaman sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan

5. Menurut saya, penting untuk mengetahui tentang durasi kadaluarsa di kemasan *skincare*
6. Menurut saya pemakaian *skincare* menimbulkan perubahan yang signifikan pada kulit wajah

**Y – Customer buying decision**

1. Menurut saya, pembelian melalui pertimbangan dari berbagai merek *skincare*
2. Saya merasa tepat bahwa pembelian *skincare* sesuai dengan kebutuhan sehingga yakin untuk melakukan pembelian ulang
3. Saya lebih memilih untuk membeli *skincare* pada official store
4. Saya memastikan bahwa *skincare* yang saya beli merupakan produk asli
5. Menurut saya harga *skincare* sesuai dengan kualitas yang ditawarkan
6. Rekomendasi dari orang yang saya percayai akan memengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian

**Z – Review beauty vlogger**

1. Saya percaya terhadap *review beauty vlogger* dalam memutuskan untuk membeli *skincare*
2. Saya percaya bahwa *beauty vlogger* memiliki keahlian yang memadai dalam bidang kecantikan
3. Menurut saya penggunaan bahasa yang lugas dan sederhana oleh *beauty vlogger* menciptakan daya tarik untuk melakukan keputusan pembelian *skincare*
4. Saya mengikuti *beauty vlogger* yang menyajikan konten yang bersifat informatif
5. Menurut saya seorang *beauty vlogger* harus memiliki tampilan fisik yang menarik
6. Menurut saya popularitas *beauty vlogger* memengaruhi kepercayaan tentang *skincare*

**Lampiran 2: Data Responden Pengisian Kuesioner**

Jumlah Responden	Jenis kelamin		Status
	Laki Laki	Perempuan	
58	0	58	Mahasiswa STIE Malangkuçewara angkatan tahun 2020

### Lampiran 3: Hasil Analisis Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	58	3	5	4.43	.728
X1.2	58	3	5	4.72	.523
X1.3	58	4	5	4.86	.348
X1.4	58	3	5	4.78	.460
X1.5	58	4	5	4.78	.421
X1.6	58	4	5	4.66	.479
Valid N (listwise)	58				

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	58	3	5	4.43	.678
X2.2	58	4	5	4.74	.442
X2.3	58	3	5	4.62	.524
X2.4	58	3	5	4.79	.450
X2.5	58	4	5	4.95	.223
X2.6	58	3	5	4.45	.654
Valid N (listwise)	58				

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	58	3	5	4.00	.838
Y2	58	2	5	4.22	.817
Y3	58	3	5	4.40	.647
Y4	58	2	5	4.28	.790
Y5	58	2	5	4.21	.767
Y6	58	3	5	4.47	.681
Valid N (listwise)	58				

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Z1	58	3	5	4.45	.730
Z2	58	3	5	4.62	.524
Z3	58	3	5	4.34	.828
Z4	58	3	5	4.79	.450
Z5	58	3	5	4.53	.655

Z6	58	3	5	4.40	.724
Valid N (listwise)	58				

#### Lampiran 4: Hasil Analisis Uji Validitas

No.	Variabel	R tabel	R hitung	Hasil
1	X1	0,258	0,657	VALID
		0,258	0,690	
		0,258	0,702	
		0,258	0,735	
		0,258	0,724	
		0,258	0,716	
2	X2	0,258	0,678	VALID
		0,258	0,716	
		0,258	0,733	
		0,258	0,704	
		0,258	0,383	
		0,258	0,730	
2	Y	0,258	0,842	VALID
		0,258	0,820	
		0,258	0,817	
		0,258	0,796	
		0,258	0,828	
		0,258	0,753	
4	Z	0,258	0,731	VALID
		0,258	0,769	
		0,258	0,753	
		0,258	0,715	
		0,258	0,837	
		0,258	0,614	

#### Lampiran 5: Hasil Analisis Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Hasil
X1	0,767	0,60	Reliabel
X2	0,736	0,60	Reliabel
Y	0,893	0,60	Reliabel
Z	0,815	0,60	Reliabel

#### Lampiran 6: Hasil Analisis Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.71566391
	Absolute	.161
Most Extreme Differences	Positive	.130
	Negative	-.161
Kolmogorov-Smirnov Z		1.224
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 7: Hasil Analisis Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-8.083	5.721		-1.413	.163		
	<i>Live streaming</i>	.227	.235	.128	.964	.339	.576	1.737
	<i>Quality product</i>	.511	.239	.283	2.139	.037	.576	1.736
	<i>Review beauty vlogger</i>	.477	.171	.373	2.794	.007	.566	1.766

a. Dependent Variable: *Customer Buying D*

### Lampiran 8: Hasil Analisis Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.359	3.729		.901	.372
	<i>Live streaming</i>	-.128	.153	-.148	-.837	.406
	<i>Quality product</i>	-.039	.156	-.044	-.250	.804
	<i>Review beauty vlogger</i>	.124	.111	.199	1.118	.269

a. Dependent Variable: *Abs\_REZ*

### Lampiran 9: Hasil Analisis Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-9.061	6.053		-1.497	.140
1 <i>Live streaming</i>	.473	.231	.266	2.046	.046
<i>Quality product</i>	.760	.235	.421	3.238	.002

a. Dependent Variable: *Customer Buying D*

### Lampiran 10: Hasil Uji t

No	Variabel	Sig.	T hitung	T tabel
1	<i>Live streaming</i>	0,046	2.046	2,004
2	<i>Quality product</i>	0,002	3.238	2,004

### Lampiran 11: Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 <sup>a</sup>	.377	.354	2.958

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

## Lampiran 12: Hasil Analisis Regresi Moderasi

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	256.805	70.311		3.652	.001
	<i>Live streaming</i>	-4.623	1.805	-2.599	-2.561	.013
	<i>Quality product</i>	-4.134	1.971	-2.290	-2.097	.041
	<i>Review beauty vlogger</i>	-9.478	2.648	-7.401	-3.579	.001
	X1Z	.187	.069	6.121	2.701	.009
	X2Z	.168	.075	5.553	2.231	.030

a. Dependent Variable: *Customer Buying D*