

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner Penelitian

Sehubungan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Peran *Brand ambassador*, *Brand image*, dan *Digital marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo (studi kasus di Mahasiswa STIE *Malangkuçęwarara*). Saya bermaksud mengajukan permohonan pengisian kuesioner. Tujuan dari kuesioner ini adalah sebagai bahan masukan yang digunakan untuk memperoleh data yang akurat dalam penyusunan skripsi. Bersama dengan ini, saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner yang telah saya sediakan. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

A. Karakteristik Responden

1. Email:
2. Nama:
3. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
4. Umur:.....tahun

B. Daftar Pertanyaan

Silakan memilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda pada jawaban yang tersedia.

Keterangan:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

C. Kuesioner Pernyataan

1. *Brand ambassador*

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Boyband NCT Dream merupakan salah satu boyband terkenal di dunia					
2	Saya mengetahui NCT Dream sebelum dijadikan <i>Brand ambassador</i> Mie Lemonilo					
3	NCT Dream sebagai <i>Brand ambassador</i> memiliki pengalaman sebagai bintang iklan					
4	Citra yang baik dari NCT Dream sebagai <i>Brand ambassador</i> membuat saya yakin untuk membeli Mie Lemonilo					
	Dijadikannya NCT Dream sebagai <i>Brand ambassador</i> menjadi kekuatan yang dapat menarik saya untuk membeli Mie Lemonilo					
6	Popularitas NCT Dream sebagai <i>Brand ambassador</i> yang membuat saya tertarik pada Mie Lemonilo					

2. *Brand image*

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Menurut saya Mie Lemonilo memiliki <i>Brand image</i> yang baik, sehingga saya tidak ragu membeli dan mengkonsumsinya					
2	Saya merasa bebas mengonsumsi Mie Lemonilo karena tidak mengandung pengawet.					
3	Menurut saya kualitas Mie Lemonilo lebih baik daripada merek mie instan lainnya					
4	Mie Lemonilo menjamin konsumen tetap sehat karena terbuat dari bahan alami					
5	Menurut saya Mie Lemonilo merupakan produk mie instan healthy lifestyle ecosystem pertama di Indonesia					
6	Mie Lemonilo memiliki keunikan jika dibandingkan dengan merek mie instan lainnya					

3. *Digital marketing*

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Menurut saya informasi yang disediakan pada <i>Digital marketing</i> Mie Lemonilo sesuai dan sangat membantu dalam mencari informasi yang dibutuhkan					
2	Menurut saya <i>Digital marketing</i> yang dilakukan oleh Mie Lemonilo sangat menarik dan aktif, sehingga membuat tertarik untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut					
3	Menurut saya <i>Digital marketing</i> Mie Lemonilo memberikan informasi terupdate mengenai produk yang ada					
4	Menurut saya <i>Digital marketing</i> Mie Lemonilo tidak meminta data pribadi untuk dapat mengakses dan melihat produk sehingga saya merasa aman					
5	Menurut saya <i>Digital marketing</i> yang dilakukan oleh Mie Lemonilo menghibur dan informatif untuk konsumen					

4. Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Menurut saya Mie Lemonilo dapat memenuhi keinginan saya sehingga saya dapat memuaskan kebutuhan saya					
2	Menurut saya informasi yang diberikan oleh <i>Brand ambassador</i> mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan pembelian					
3	NCT Dream, keluarga, dan teman mempengaruhi saya untuk membeli Mie Lemonilo					
4	Kualitas dan sudah terpercaya membuat saya mengambil keputusan untuk membeli Mie Lemonilo					
5	Saya merasa Mie Lemonilo merupakan salah satu mie instan sehat yang sering saya konsumsi					

LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN PENGISIAN KUESIONER

NO.	EMAIL	NAMA	JENIS KELAMIN	UMUR
1	devirenonawang Sari@gmail.com	Devi Retno Nawang Sari	Perempuan	22
2	ramadannanda87@gmail.com	Nanda Kurnia	Laki-laki	22

3	jessicap@gmail.com	Jessica Patricia	Perempuan	22
4	kharisma.ns23@gmail.com	Kharisma Nur Shinta	Perempuan	23
5	iggypeja@gmail.com	Iggy peja	Laki-laki	22
6	putrireycapramudita2001@gmail.com	Putri Reyca Pramudita	Perempuan	22
7	septiapw6@gmail.com	Septia Putri	Perempuan	21
8	fitris7238@gmail.com	Fitri Suci	Perempuan	23
9	adeetwichak@gmail.com	Aditya Wicaksono Indrawan	Laki-laki	23
10	ilajuni2806@gmail.com	Ila Izza	Perempuan	21
11	henisafitri457@gmail.com	Heni Dini Safitri	Perempuan	23
12	rysmamelvia@gmail.com	Rysma Melvia	Perempuan	19
13	faradizachandra298@gmail.com	Faradiza Agustine Chandra	Perempuan	23
14	lehasulaiha430@gmail.com	Sulaiha	Perempuan	23
15	baguscahbagus02@gmail.com	Mohamad bagus nyuwito	Laki-laki	23
16	madezzparth175@gmail.com	Made	Laki-laki	22
17	bintangmonika19@gmail.com	Bintang Monika Putri	Perempuan	23
18	panduw79@gmail.com	Cahyo Adi	Laki-laki	23
19	nandanurulfaramida24@gmail.com	Nanda Nurul Faramida	Perempuan	23
20	irfafirhaus0@gmail.com	Irva	Perempuan	22
21	delramz27@gmail.com	Della	Perempuan	21
22	vaniskandar22@gmail.com	Evan	Laki-laki	22
23	angelymayang27@gmail.com	Angely Mayang F	Perempuan	23
24	okkitasshaixf20@gmail.com	Okkitassha Hidayat	Perempuan	23
25	nabillafarahdisa@gmail.com	Nabilla Farrah Disa	Perempuan	21
26	ameliaputriiii080@gmail.com	Amelia Ika Putri	Perempuan	22
27	tasya.mumtaz14@gmail.com	Hanum Ibtisam Mumtaz	Perempuan	20
28	renezianurmalita@gmail.com	Renezia Nurmalita Alexandri	Perempuan	22
29	elisabethchristin2002@gmail.com	Elisabeth Christin	Perempuan	22
30	femmyemilia21@gmail.com	Femmy Emilia	Perempuan	22

31	ekamaulidiya8@gmail.com	Eka Maulidiyah	Perempuan	22
32	yohanawidiana277@gmail.com	Yohana widiana tima	Perempuan	22
33	faidakys@gmail.com	Salsa	Perempuan	19
34	tataniindahshakira@gmail.com	Tata Nia Indah Shakira	Perempuan	19
35	saprolallqodry@gmail.com	Bagus	Laki-laki	22
36	smurf.akun1946@gmail.com	Arthur	Laki-laki	21
37	pipit2302@gmail.com	pipit	Perempuan	20
38	athamarvaa04@gmail.com	Atha Marva Aditya	Perempuan	20
39	jeremyangga78@gmail.com	Airlangga Wahyu Utomo	Laki-laki	22
40	elsisabrina471@gmail.com	Elsi Sabrina	Perempuan	22
41	iniakudewi@gmail.com	Dewi Fortuna Putri	Perempuan	22
42	35216@mhs.stie-mce.ac.id	Sitti Romlah	Perempuan	22
43	renitaprwt@gmail.com	Renita Purwias Tanti	Perempuan	19
44	sonyaayu325@gmail.com	sonya	Perempuan	19
45	pamela@gmail.com	Widya	Perempuan	20
46	marchelinades@gmail.com	Marchelina desi m	Perempuan	19
47	aliyazakiya0730@gmail.com	Nurul Aliyatuzzakiyah	Perempuan	20
48	35242@mhs.stie-mce.ac.id	Wenda	Perempuan	20
49	35380@mhs.stie-mce.ac.id	Maria dessy naisoko	Perempuan	24
50	nailahzakiyyah39@gmail.com	Nailah Zakiyyah	Perempuan	19
51	syahieranursyah@gmail.com	Syahiera Nursyah	Perempuan	19
52	dwiyuli493@gmail.com	Dwi Yulianah	Perempuan	23
53	bocilanak53@gmail.com	moh irfan afandi	Laki-laki	22

LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS SPSS 27 STATISTIK DESKRIPTIF

1. *Brand ambassador* (X1)

No.	<i>Brand ambassador</i>						TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1.	5	5	4	4	5	5	28
2.	2	1	2	2	2	3	12
3.	2	1	3	1	1	1	9
4.	4	4	4	4	5	5	26
5.	3	4	4	5	4	4	23
6.	4	5	4	5	4	4	26
7.	4	4	3	3	3	3	20
8.	4	4	3	3	3	3	20
9.	4	2	5	4	5	5	25
10.	5	5	5	5	5	5	30
11.	4	4	4	4	4	4	24
12.	5	5	5	5	5	5	30
13.	4	4	4	5	3	4	24
14.	4	4	4	4	4	4	24
15.	4	4	4	4	5	4	25
16.	4	5	4	4	4	4	25
17.	5	4	4	4	4	4	25
18.	4	4	4	4	3	3	22

19.	5	5	5	5	5	5	30
20.	4	4	4	4	4	4	24
21.	5	4	5	4	5	4	27
22.	5	4	4	4	4	4	25
23.	5	5	5	5	5	5	30
24.	5	5	5	5	5	5	30
25.	4	3	4	3	3	3	20
26.	5	4	5	5	5	5	29
27.	5	5	5	5	5	5	30
28.	4	4	4	3	3	3	21
29.	4	3	3	3	3	3	19
30.	5	5	5	5	5	5	30
31.	5	5	5	5	5	5	30
32.	5	5	5	5	5	5	30
33.	5	5	5	5	5	4	29
34.	5	5	5	5	5	5	30
35.	5	5	5	4	4	4	27
36.	1	1	1	1	1	1	6
37.	1	1	1	1	1	1	6
38.	1	1	1	1	1	1	6
39.	1	1	1	1	1	1	6
40.	5	5	4	4	4	4	26

41.	4	4	4	4	4	4	24
42.	5	3	5	4	4	4	25
43.	3	2	3	4	3	3	18
44.	4	4	4	5	4	5	26
45.	5	4	4	4	5	4	26
46.	5	5	5	5	5	5	30
47.	3	3	3	3	3	3	18
48.	3	3	3	3	3	3	18
49.	4	5	5	4	4	5	27
50.	5	4	4	3	3	3	22
51.	4	4	4	4	4	4	24
52.	4	5	4	4	4	4	25
53.	5	3	3	2	3	3	19

No.	<i>Brand image</i>						TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1.	5	5	4	4	5	5	28
2.	4	4	4	3	4	5	24
3.	2	2	1	2	3	3	13
4.	5	5	4	5	4	4	27
5.	3	4	5	5	4	4	25

6.	5	4	4	5	5	4	27
7.	4	3	4	4	3	3	21
8.	5	5	4	5	3	5	27
9.	5	4	5	5	5	4	28
10.	5	5	5	5	5	5	30
11.	4	4	4	4	4	4	24
12.	5	5	4	4	5	5	28
13.	4	5	4	5	3	4	25
14.	4	4	4	4	4	4	24
15.	4	4	5	4	4	4	25
16.	5	5	3	4	4	4	25
17.	5	5	5	5	5	5	30
18.	5	3	3	3	3	4	21
19.	5	5	5	5	5	5	30
20.	4	5	4	4	4	3	24
21.	5	4	5	5	4	4	27
22.	3	3	3	3	4	4	20
23.	4	4	4	4	4	4	24
24.	5	5	5	5	5	5	30
25.	4	5	5	5	5	3	27
26.	4	4	4	4	3	4	23
27.	4	5	5	4	5	5	28

28.	3	3	3	3	3	3	18
29.	3	4	3	3	3	4	20
30.	4	4	4	4	4	4	24
31.	5	5	5	5	5	5	30
32.	4	4	4	4	4	4	24
33.	5	5	4	5	5	5	29
34.	4	3	3	4	3	5	22
35.	4	4	3	4	4	4	23
36.	3	3	3	3	3	3	18
37.	3	3	3	3	3	3	18
38.	3	3	3	3	3	3	18
39.	4	4	4	4	4	4	24
40.	4	4	3	4	4	4	23
41.	4	4	4	4	4	4	24
42.	5	5	5	5	5	4	29
43.	3	2	3	3	2	4	17
44.	4	5	4	5	4	4	26
45.	4	4	5	4	4	4	25
46.	5	5	5	5	5	5	30
47.	4	3	3	3	3	4	20
48.	3	4	4	4	3	3	21
49.	5	5	4	4	4	4	26

50.	4	3	3	4	4	5	23
51.	4	4	4	4	4	4	24
52.	4	3	3	3	3	3	19
53.	4	4	5	5	5	5	28

No.	<i>Digital marketing</i>					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1.	5	5	4	4	5	23
2.	5	4	4	3	4	20
3.	1	1	1	3	1	7
4.	4	4	5	5	4	22
5.	5	4	4	4	5	22
6.	4	3	4	3	3	17
7.	4	2	4	3	3	16
8.	5	4	5	4	3	21
9.	5	5	5	5	5	30
10.	4	4	4	4	4	20
11.	4	5	5	4	5	23
12.	4	5	5	4	5	23
13.	4	4	4	4	4	20
14.	4	5	4	5	4	22

15.	4	5	4	5	5	23
16.	5	5	5	5	5	25
17.	4	4	3	3	4	18
18.	5	5	5	5	5	25
19.	4	4	4	4	4	20
20.	5	5	5	4	4	23
21.	4	4	4	4	4	20
22.	4	4	4	4	4	20
23.	5	5	5	5	5	25
24.	3	4	4	3	3	17
25.	4	5	4	4	4	21
26.	4	4	4	4	4	20
27.	4	4	4	4	4	20
28.	3	3	3	4	4	17
29.	5	5	5	5	5	25
30.	5	5	5	5	5	25
31.	4	4	4	4	4	20
32.	4	5	4	5	4	22
33.	4	5	4	3	5	21
34.	4	4	3	4	5	20
35.	3	3	3	3	3	15
36.	3	3	3	3	3	15

37.	3	3	3	3	3	15
38.	3	3	3	3	3	15
39.	4	4	4	4	4	20
40.	4	4	4	4	4	20
41.	4	4	3	4	4	19
42.	4	3	4	5	4	20
43.	4	4	5	5	4	22
44.	4	5	5	4	5	23
45.	5	5	5	5	5	25
46.	3	3	3	3	3	15
47.	3	3	3	3	3	15
48.	4	4	4	4	4	20
49.	5	4	5	5	3	22
50.	4	4	4	4	4	20
51.	3	3	3	3	3	15
52.	4	4	4	4	3	19
53.	5	4	4	4	5	22

--	--	--

No.	Keputusan Pembelian					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1.	5	5	4	5	4	23
2.	4	4	4	5	5	22
3.	1	1	1	1	1	5
4.	5	4	4	4	5	22
5.	4	5	5	5	4	23
6.	5	5	5	4	4	23
7.	4	4	4	4	4	20
8.	3	4	3	4	5	19
9.	4	3	4	5	4	20
10.	5	5	5	5	5	25
11.	4	4	4	4	4	20
12.	4	5	4	5	4	22
13.	4	4	5	4	4	21
14.	4	4	4	4	4	20
15.	5	4	4	5	5	23
16.	4	4	5	5	5	23
17.	4	4	4	4	4	20
18.	4	3	4	4	3	18
19.	5	5	5	5	5	25
20.	4	3	4	5	5	21

21	5	4	5	4	5	23
22.	4	3	4	4	4	19
23.	4	4	4	4	4	20
24.	5	5	5	5	5	25
25	3	4	3	4	5	19
26.	3	4	4	4	4	19
27.	4	4	4	4	4	20
28.	4	4	3	4	3	18
29.	3	3	3	4	3	19
30.	4	4	5	4	4	21
31.	5	5	5	5	5	25
32.	4	4	4	4	4	20
33.	4	4	4	5	5	22
34.	3	5	5	4	2	19
35.	3	4	4	4	3	18
36.	3	3	3	3	3	15
37.	3	3	3	3	3	15
38.	3	3	3	3	3	15
39.	5	1	1	4	3	14
40.	4	4	5	4	4	21
41.	4	4	4	4	4	20
42.	5	5	5	5	4	24

43.	3	3	4	3	2	15
44.	4	4	5	5	4	22
45.	4	5	5	5	5	24
46.	5	5	5	5	5	20
47.	3	3	3	3	4	16
48.	4	3	3	3	3	16
49.	4	4	4	4	4	20
50.	3	4	3	4	3	17
51.	4	4	4	4	4	20
52.	3	3	3	3	3	15
53.	4	5	3	5	4	21

LAMPIRAN 4 HASIL ANALISIS SPSS 27 UJI VALIDITAS

Uji Validitas *Brand ambassador* (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.842**	.883**	.784**	.855**	.831**	.920**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.2	Pearson Correlation	.842**	1	.818**	.847**	.824**	.813**	.915**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.3	Pearson Correlation	.883**	.818**	1	.880**	.897**	.885**	.949**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.4	Pearson Correlation	.784**	.847**	.880**	1	.896**	.900**	.942**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.5	Pearson Correlation	.855**	.824**	.897**	.896**	1	.941**	.960**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.6	Pearson Correlation	.831**	.813**	.885**	.900**	.941**	1	.952**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
TOTALX1	Pearson Correlation	.920**	.915**	.949**	.942**	.960**	.952**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	53	53	53	53	53	53	53

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

Uji Validitas *Brand image* (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.697**	.568**	.682**	.634**	.602**	.833**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X2.2	Pearson Correlation	.697**	1	.685**	.760**	.703**	.481**	.874**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X2.3	Pearson Correlation	.568**	.685**	1	.796**	.686**	.430**	.845**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X2.4	Pearson Correlation	.682**	.760**	.796**	1	.668**	.479**	.884**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X2.5	Pearson Correlation	.634**	.703**	.686**	.668**	1	.561**	.854**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
X2.6	Pearson Correlation	.602**	.481**	.430**	.479**	.561**	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.001	<.001	<.001		<.001
	N	53	53	53	53	53	53	53
TOTALX2	Pearson Correlation	.833**	.874**	.845**	.884**	.854**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	53	53	53	53	53	53	53

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

Uji Validitas *Digital marketing* (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.745**	.795**	.602**	.718**	.892**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
X3.2	Pearson Correlation	.745**	1	.677**	.620**	.811**	.898**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
X3.3	Pearson Correlation	.795**	.677**	1	.662**	.623**	.867**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
X3.4	Pearson Correlation	.602**	.620**	.662**	1	.582**	.792**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
X3.5	Pearson Correlation	.718**	.811**	.623**	.582**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	53	53	53	53	53	53
TOTALX3	Pearson Correlation	.892**	.898**	.867**	.792**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	53	53	53	53	53	53

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

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.518**	.555**	.710**	.652**	.807**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
Y2	Pearson Correlation	.518**	1	.765**	.690**	.556**	.846**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
Y3	Pearson Correlation	.555**	.765**	1	.626**	.539**	.838**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
Y4	Pearson Correlation	.710**	.690**	.626**	1	.733**	.887**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	53	53	53	53	53	53
Y5	Pearson Correlation	.652**	.556**	.539**	.733**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	53	53	53	53	53	53
TOTALY	Pearson Correlation	.807**	.846**	.838**	.887**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	53	53	53	53	53	53

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

LAMPIRAN 5 HASIL ANALISI SPSS 27 UJI REABILITAS

Uji Reliabilitas *Brand ambassador* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	6

Uji Reliabilitas *Brand image* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	6

Uji Reliabilitas *Digital marketing* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	5

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	5

LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS SPSS 27 Uji NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		53	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.48930233	
Most Extreme Differences	Absolute	.167	
	Positive	.118	
	Negative	-.167	
Test Statistic		.167	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.002

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

LAMPIRAN 7 HASIL ANALISIS SPSS 27 UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Brand ambassador</i>	.416	2.403
	<i>Brand image</i>	.443	2.260
	<i>Digital marketing</i>	.319	3.139

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah SPSS (2024)

LAMPIRAN 8 HASIL ANALISIS SPSS 27 UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.291	.075		3.864	.000
	<i>Brand ambassador</i>	-.001	.003	-.104	-.525	.602
	<i>Brand image</i>	.000	.004	-.006	-.031	.975
	<i>Digital marketing</i>	-.009	.006	-.350	-1.541	.130

b. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: data diolah SPSS (2024)

LAMPIRAN 9 HASIL ANALISIS SPSS 27 UJI HIPOTESIS (UJI T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.821	1.362		-1.337	.187
	BrandImage	.419	.077	.455	5.425	.000
	DigitalMarketing	.678	.101	.657	6.731	.000
	X1	.090	.044	.171	2.029	.048

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

sumber: data diolah SPSS (2024)

LAMPIRAN 10 HASIL ANALISIS SPSS 27 UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	588.718	3	196.239	90.201	.000 ^b
	Residual	106.603	49	2.176		
	Total	695.321	52			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

c. Predictors: (Constant), X1, BrandImage, DigitalMarketing

Sumber: data diolah SPSS (2024)

LAMPIRAN 11 HASIL ANALISIS SPSS 27 UJI KOEFISIEN DETERMINASI (r^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.847	.837	1.475

b. Predictors: (Constant), X1, BrandImage, DigitalMarketing

Sumber: data diolah SPSS (2024)

LAMPIRAN 12 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
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280

55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290

96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 13 TABEL F

df untuk penyebut	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79

82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

