

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan, saya Irva Virdaus Janah, mahasiswa STIE Malangkececwara yang saat ini sedang menyusun tugas akhir (skripsi) sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Prodi Manajemen. Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Content Marketing dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Fashion Merek Nigoo)**”. Untuk itu, saya mohon bantuan saudara/i mengisi kuesioner terlampir jika saudara/i adalah konsumen produk Nigoo.

Saudara/i tidak perlu khawatir dengan informasi yang telah diberikan, karena semua informasi ini akan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian. Saya berjanji tidak akan menyalahgunakan informasi yang diterima untuk kepentingan lain. Saya haturkan terima kasih atas perhatian dan respon saudara/i.

Peneliti : Irva Virdaus Janah  
Dosen Pembimbing : Dr. Rina Rahmawati, S.E., M.M.

#### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden dapat memberikan jawaban dengan menekan tanda (v) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia di Google Form. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, yaitu :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- b. Tidak Setuju (TS) = 2
- c. Netral (N) = 3
- d. Setuju (S) = 4
- e. Sangat Setuju (SS) = 5

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya. Oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

## **DATA DIRI RESPONDEN**

### **A. Screening Responden**

1. Apakah anda mengetahui tentang Produk Nigoo?

- Ya
- Tidak

2. Apakah anda pernah melihat content produk Nigoo di media sosial seperti Tiktok, Instagram atau lainnya?

- Ya
- Tidak

3. Apakah anda pernah melihat live streaming akun sosial media produk Nigoo seperti Tiktok, Instagram atau lainnya?

- Ya
- Tidak

### **B. Profil Responden**

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

- Perempuan
- Laki-laki

3. Usia (Angka saja) :

4. Pekerjaan :

- Mahasiswa/Pelajar
- Wiraswasta
- lainnya

## KUESIONER PENELITIAN

### Variabel Content Marketing (X1)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Relevan						
1.	Saya merasa konten marketing merek Nigoo sangat relevan dengan preferensi fashion saya					
Akurasi						
2.	Saya percaya informasi yang disampaikan dalam konten marketing merek Nigoo sangat akurat					
Bernilai						
3.	Saya merasa konten marketing merek Nigoo sangat bernilai bagi saya sebagai konsumen fashion					
Mudah dipahami						
4.	Saya mudah memahami konten marketing merek Nigoo					
Mudah ditemukan						
5.	Saya mudah menemukan konten marketing merek Nigoo secara online					
Konsisten						
6.	Saya merasa konten marketing merek Nigoo konsisten dalam menyampaikan informasi tentang produk fashion					

### Variabel Live Streaming (X2)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Persepsi kualitas produk						
1.	Saya memiliki persepsi yang sangat baik terhadap kualitas produk fashion merek Nigoo setelah menonton live streaming					
Kredibilitas host						
2	Saya percaya host live streaming sangat kredibel dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion merek Nigoo					

Diskon						
3.	Diskon yang ditawarkan dalam live streaming sangat memengaruhi keputusan pembelian saya terkait produk fashion merek Nigoo					

### Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Sesuai dengan kebutuhan						
1.	Produk fashion merek Nigoo sangat sesuai dengan kebutuhan saya sebagai konsumen					
Memiliki manfaat						
2.	Saya merasakan manfaat yang sangat besar dari produk fashion merek Nigoo					
Ketepatan membeli produk						
3.	Saya yakin keputusan pembelian saya sangat tepat terkait produk fashion merek Nigoo					
Pembelian Ulang						
4.	Saya sangat mungkin untuk melakukan pembelian ulang produk fashion merek Nigoo					

## Lampiran 2 Tabel Tabulasi Responden

### Variabel Content Marketing (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	4	4	4	4
6	4	5	4	5	4	5
7	4	4	5	5	4	4
8	4	4	5	5	5	4
9	5	4	4	4	4	4
10	4	4	5	4	4	5
11	4	4	4	4	4	4
12	4	5	4	5	5	4
13	3	3	5	4	5	4
14	4	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5
16	3	4	5	3	3	5
17	5	5	5	5	5	5
18	5	5	4	5	4	5
19	4	3	4	3	4	3
20	3	3	3	3	3	3
21	3	3	5	3	4	4
22	2	3	3	3	4	3
23	4	5	5	5	5	5
24	3	4	5	5	5	5
25	5	5	4	4	4	4
26	5	5	4	4	4	4
27	5	4	4	4	5	5
28	4	4	4	4	4	4
29	3	4	5	4	5	5
30	5	3	4	4	4	4
31	4	3	5	5	4	4
32	2	4	3	3	4	4
33	4	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5
36	4	5	5	5	4	5
37	5	5	5	5	5	5

38	4	5	5	5	5	4
39	5	4	5	4	5	4
40	4	4	5	4	5	5
41	3	3	3	3	3	3
42	4	4	5	4	5	5
43	3	3	4	4	3	4
44	3	3	5	4	4	3
45	5	4	5	4	5	5
46	5	5	4	5	5	4
47	4	5	5	5	5	5
48	5	4	4	5	4	4
49	4	5	4	4	4	5
50	5	4	5	4	5	4
51	4	4	4	4	4	4
52	3	4	4	4	3	4
53	5	5	4	5	4	5
54	5	4	5	4	5	5
55	5	5	5	4	5	4
56	5	5	5	5	5	5
57	5	5	4	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5
59	5	5	4	4	5	4
60	4	5	4	5	4	5
61	4	4	5	4	4	4
62	4	5	5	4	5	4
63	4	4	5	4	4	4
64	4	5	4	4	5	4
65	4	4	5	3	4	5

**Variabel Live Streaming (X2)**

<b>No.</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	4	4
4	5	4	4	4
5	4	4	4	4
6	4	5	4	5
7	4	4	4	5
8	4	4	4	4
9	5	5	4	5
10	5	5	5	5

11	4	4	4	4
12	4	4	4	4
13	3	4	3	4
14	4	4	4	4
15	5	5	5	5
16	4	4	3	4
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	4	3	4	4
20	3	3	3	3
21	5	3	3	5
22	3	3	3	3
23	4	4	5	5
24	4	4	4	4
25	5	5	5	5
26	5	4	5	5
27	4	5	5	4
28	4	4	4	5
29	5	4	5	5
30	4	4	4	4
31	5	5	5	5
32	4	5	5	5
33	5	5	5	5
34	4	5	4	4
35	5	5	5	4
36	4	5	4	5
37	5	5	5	5
38	5	5	4	4
39	5	4	5	4
40	5	5	5	4
41	3	4	3	4
42	5	4	4	4
43	5	4	4	5
44	4	4	4	3
45	5	4	5	5
46	4	4	5	4
47	4	5	4	5
48	5	5	4	4
49	4	5	5	4
50	4	5	4	5
51	4	5	4	4

52	4	4	3	4
53	4	5	4	4
54	4	4	4	4
55	4	5	5	5
56	5	5	5	5
57	4	4	5	5
58	5	5	5	5
59	4	5	4	4
60	5	4	4	5
61	5	5	4	5
62	5	4	5	5
63	4	5	5	5
64	5	5	4	5
65	4	4	3	5

**Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Y.1	Y.2	Y.3
1	5	5	5
2	5	5	5
3	5	5	4
4	5	5	5
5	3	4	5
6	4	5	4
7	4	4	4
8	4	4	4
9	5	5	5
10	4	5	5
11	4	4	4
12	4	5	5
13	3	4	4
14	4	4	4
15	5	5	5
16	4	4	4
17	5	5	5
18	4	5	5
19	3	4	3
20	3	3	3
21	4	5	4
22	3	3	3
23	5	5	5
24	4	4	5

25	4	4	4
26	5	5	5
27	4	4	4
28	4	4	4
29	5	5	4
30	4	4	3
31	4	5	4
32	5	5	4
33	5	5	5
34	4	4	4
35	5	4	4
36	4	5	5
37	5	5	5
38	4	5	5
39	5	4	5
40	4	5	5
41	3	3	3
42	4	5	5
43	4	5	4
44	4	5	4
45	5	4	5
46	4	4	5
47	4	5	5
48	4	4	5
49	4	4	4
50	5	4	5
51	3	4	4
52	3	4	4
53	4	5	4
54	4	4	4
55	3	4	5
56	4	4	4
57	4	5	4
58	4	4	4
59	5	5	5
60	4	5	5
61	4	4	5
62	4	5	4
63	5	5	4
64	5	4	5
65	4	5	5

### Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Variabel Content Marketing (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.578**	.274*	.503**	.471**	.391**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.027	.000	.000	.001	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65
X1.2	Pearson Correlation	.578**	1	.222	.622**	.494**	.584**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000		.076	.000	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65
X1.3	Pearson Correlation	.274*	.222	1	.393**	.546**	.509**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.027	.076		.001	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65
X1.4	Pearson Correlation	.503**	.622**	.393**	1	.506**	.531**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65
X1.5	Pearson Correlation	.471**	.494**	.546**	.506**	1	.449**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65
X1.6	Pearson Correlation	.391**	.584**	.509**	.531**	.449**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	65	65	65	65	65	65	65
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.745**	.794**	.630**	.794**	.762**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65	65	65

## Variabel Live Streaming (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.394**	.546**	.507**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65
X2.2	Pearson Correlation	.394**	1	.508**	.397**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.001	.000
	N	65	65	65	65	65
X2.3	Pearson Correlation	.546**	.508**	1	.467**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65	65
X2.4	Pearson Correlation	.507**	.397**	.467**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	65	65	65	65	65
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.785**	.740**	.826**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65

## Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations			
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.527**	.478**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	65	65	65	65
Y1.2	Pearson Correlation	.527**	1	.504**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65
Y1.3	Pearson Correlation	.478**	.504**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000

	N	65	65	65	65
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.826**	.817**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65

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

## Lampiran 4 Hasil Uji

### Hasil Uji Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Content Marketing	65	18	30	25.91	3.060
Live Streaming	65	12	20	17.62	1.934
Keputusan Pembelian	65	9	15	13.03	1.531
Valid N (listwise)	65				

### Hasil Uji Validitas

#### Validitas

Content Marketing (X1)	Live Streaming (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	R - Tabel	Ket
0,745	0,785	0,826	0,2441	Valid
0,794	0,740	0,817	0,2441	Valid
0,630	0,826	0,810	0,2441	Valid
0,794	0,753		0,2441	Valid
0,762			0,2441	Valid
0,759			0,2441	Valid

## Hasil Uji Reliabilitas

### Item-Total Statistics

	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Standar Reliabel	Keterangan
Content Marketing	.807	0,6	Reliabel
Live Streaming	.676	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	.781	0,6	Reliabel

## Hasil Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05413235
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.096
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.186 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## Hasil Uji Multikolinieritas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TOTAL_X1	.497	2.013
	TOTAL_X2	.497	2.013

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

## Hasil Uji Heteroskedastisitas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	B	t	Sig.
1	(Constant)	0.851	1.112	0.270
	TOTAL_X1	-0.027	-0.723	0.472
	TOTAL_X2	0.039	0.659	0.512

b. Dependent Variable:  
Keputusan Pembelian

## Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	B	t	Sig.
1	(Constant)	2.443	1.902	0.062
	TOTAL_X1	0.145	2.342	0.022
	TOTAL_X2	0.387	3.944	0.000

a. Dependent Variable:  
TOTAL\_Y

## Hasil Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 <sup>a</sup>	.526	.510	1.071

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

## Hasil Uji T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.443	1.284		1.902	.062
	TOTAL_X1	.145	.062	.291	2.342	.022
	TOTAL_X2	.387	.098	.489	3.944	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y