

LAMPIRAN

Lampiran 1. Turnitin

SKRIPSI UPDATE TERBARU (BAB 1-4)

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.undip.ac.id Internet Source	2%
3	eprints2.undip.ac.id Internet Source	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	journals.unisba.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
7	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	<1%
8	id.123dok.com Internet Source	<1%
9	journal-nusantara.com Internet Source	<1%
10	journal.fkpt.org Internet Source	<1%
11	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%
12	repository.upi.edu Internet Source	<1%

Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan dr. Antonius Suryo
Kampus Universitas Diponegoro
Tembalang Semarang, Kode Pos 50275
Tel./Faks. (024) 74605407
www.fisip.undip.ac.id |
email : fisip[at]undip.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

No: 341 /UN7.F7.6.4.1/LL/V/2025

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro Semarang, menerangkan bahwa :

Nama	: Alvin Aulia Rahman
NIM	: 14030121140210
Departemen	: Administrasi Bisnis
Waktu Penelitian	: Januari 2025
Lokasi Penelitian	: Jakarta Selatan
Judul	: Pengaruh Brand Image dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention di Marketplace Lazada (Studi Pada Generasi Z Pengguna Marketplace di Jakarta Selatan)

Benar nama diatas telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi/tugas akhir dengan judul “ Pengaruh Brand Image dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention di Marketplace Lazada (Studi Pada Generasi Z Pengguna Marketplace di Jakarta Selatan) ”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar selanjutnya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 27 Mei 2025

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si
NIP 197603302003122001

Lampiran 3. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI *MARKETPLACE LAZADA* (STUDI PADA GENERASI Z PENGGUNA *MARKETPLACE* DI JAKARTA SELATAN)

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Jakarta Selatan

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvin Aulia Rahman

NIM : 14030121140210

Program Studi : S1 Administrasi Bisnis

Asal Kampus : Universitas Diponegoro

Bermaksud untuk melakukan penelitian terkait tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* dan *Content Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Marketplace Lazada* (Studi Pada Generasi Z Pengguna *Marketplace* di Jakarta Selatan)”** dan saya membutuhkan responden dengan kriteria antara lain sebagai berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun dan maksimal 27 tahun (Generasi Z)
2. Tinggal atau berdomisili di daerah Jakarta Selatan
3. Merupakan pengguna *marketplace* selain Lazada dan mengetahui mengenai *marketplace* Lazada
4. Merupakan pengambil keputusan
5. Bersedia mengisi kuesioner mengenai penelitian yang dilakukan

Jika sekiranya Anda memenuhi kriteria tersebut, dengan segala kerendahan hati, saya mohon kesediaannya untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sesungguhnya. Data yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Alvin Aulia Rahman

PETUNJUK PENGISIAN

Screening Question

1. Pada bagian ini, terdapat pertanyaan saringan yang digunakan untuk menyaring responden yang sesuai dengan kriteria.
2. Pilihlah salah satu dari dua pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda.

Pertanyaan Terkait Identitas Responden

1. Isilah identitas Anda dengan benar sesuai dengan pertanyaan yang diberikan.
2. Pada pertanyaan pilihan, Anda dapat memberikan tanda (O) pada opsi yang telah disediakan.

Pertanyaan Terkait Variabel

1. Pada bagian ini, terdapat beberapa pertanyaan yang harus Anda isi dan diharapkan untuk menjawab seluruh pertanyaan.
2. Tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu diharapkan Anda dapat menjawab semua pertanyaan yang disediakan tanpa ada jawaban yang dikosongkan.
3. Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut Anda dengan memberikan tanda (O) pada pilihan yang disediakan.

PERTANYAAN

Screening Question

1. Apakah Anda termasuk dalam Generasi Z yang saat ini berusia antara 17-27 tahun?
A. Ya
B. Tidak (Berhenti sampai di sini)
2. Apakah Anda tinggal atau berdomisili di Jakarta Selatan?
A. Ya
B. Tidak (Berhenti sampai di sini)
3. Apakah Anda merupakan pengguna *marketplace* (selain Lazada) dan mengetahui mengenai *marketplace* Lazada?
A. Ya
B. Tidak (Berhenti sampai di sini)
4. Apakah Anda merupakan pengambil keputusan dalam melakukan belanja *online* melalui *marketplace*?
A. Ya
B. Tidak (Berhenti sampai di sini)
5. Apakah Anda bersedia mengisi kuesioner ini?
A. Ya
B. Tidak (Berhenti sampai di sini)

Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Usia : Tahun
3. Jenis Kelamin :
 - (A) Laki-laki (B) Perempuan
4. No. HP Aktif :
5. Email Aktif :
6. Domisili :

(A) Cilandak	(E) Mampang Prapatan	(I) Setiabudi
(B) Jagakarsa	(F) Pancoran	(J) Tebet
(C) Kebayoran Baru	(G) Pasar Minggu	
(D) Kebayoran Lama	(H) Pesanggrahan	
7. Pendidikan Terakhir :

(A) SD/Sederajat	(D) Diploma/Sederajat
(B) SMP/Sederajat	(E) Sarjana/Sederajat
(C) SMA/Sederajat	(F) Lainnya.....
8. Pekerjaan :

(A) Pelajar/Mahasiswa	(E) Wirausaha
(B) PNS/TNI/Polri	(F) <i>Freelancer</i>
(C) Pegawai BUMN	(G) Ibu Rumah Tangga
(D) Karyawan Swasta	(H) Lainnya.....
9. Pendapatan per-bulan :
 - (A) $\leq$ Rp. 1.000.000
 - (B) $>$ Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
 - (C) $>$ Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
 - (D) $>$ Rp. 5.000.000

Pertanyaan Terkait Variabel

Brand Image

Strength of Brand Association

1. Seberapa mudah diingat dan dikenali *marketplace* Lazada menurut Anda?

a. Sangat mudah	d. Tidak mudah
b. Mudah	e. Sangat tidak mudah
c. Kurang mudah	

Alasan:.....

.....
2. Bagaimana pendapat Anda mengenai seberapa baik reputasi yang dimiliki oleh *marketplace* Lazada?

a. Sangat baik	d. Tidak Baik
b. Baik	e. Sangat tidak baik
c. Kurang baik	

Alasan:.....

Favorability of Brand Association

3. Seberapa menarik menurut Anda isi pesan atau kalimat iklan *marketplace* Lazada?
- | | |
|-------------------|-------------------------|
| a. Sangat menarik | d. Tidak menarik |
| b. Menarik | e. Sangat tidak menarik |
| c. Kurang menarik | |

Alasan:.....

4. Seberapa mampu menurut Anda *marketplace* Lazada dalam memenuhi kebutuhan Anda?
- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat mampu | d. Tidak mampu |
| b. Mampu | e. Sangat tidak mampu |
| c. Kurang mampu | |

Alasan:.....

Uniqueness of Brand Associations

5. Seberapa mudah dibedakannya menurut Anda identitas (logo, *tagline*, *jingle*, dll) yang dimiliki oleh *marketplace* Lazada dengan *marketplace* lainnya?
- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat mudah | d. Tidak mudah |
| b. Mudah | e. Sangat tidak mudah |
| c. Kurang mudah | |

Alasan:.....

6. Seberapa inovatif menurut Anda desain visual (*user interface*, katalog, dll) dari *marketplace* Lazada?
- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Sangat inovatif | d. Tidak inovatif |
| b. Inovatif | e. Sangat tidak inovatif |
| c. Kurang inovatif | |

Alasan:.....

Content Marketing

Relevansi

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat relevansi informasi yang disampaikan dalam konten marketing *marketplace* Lazada dengan kebutuhan Anda?
- | | |
|-------------------|------------------|
| a. Sangat relevan | d. Tidak relevan |
|-------------------|------------------|

- b. Relevan
- c. Kurang relevan
- e. Sangat tidak relevan

Alasan:.....

8. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat kesesuaian konten marketing *marketplace* Lazada dengan tren atau kebutuhan terkini di masyarakat?
- a. Sangat sesuai
 - b. sesuai
 - c. Kurang sesuai
 - d. Tidak sesuai
 - e. Sangat tidak sesuai

Alasan:.....

Akurasi

9. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat akurasi dari informasi produk yang disampaikan melalui konten marketing *marketplace* Lazada?
- a. Sangat akurat
 - b. Akurat
 - c. Kurang akurat
 - d. Tidak akurat
 - e. Sangat tidak akurat

Alasan:.....

10. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat kepercayaan informasi yang diberikan melalui konten marketing *marketplace* Lazada?
- a. Sangat dapat dipercaya
 - b. Dapat dipercaya
 - c. Kurang dapat dipercaya
 - d. Tidak dapat dipercaya
 - e. Sangat tidak dapat dipercaya

Alasan:.....

Bernilai

11. Seberapa besar manfaat yang Anda rasakan dari informasi yang disampaikan dalam konten marketing *marketplace* Lazada?
- a. Sangat bermanfaat
 - b. Bermanfaat
 - c. Kurang bermanfaat
 - d. Tidak bermanfaat
 - e. Sangat tidak bermanfaat

Alasan:.....

12. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat kemampuan konten marketing *marketplace* Lazada dalam memberikan wawasan terkait produk?
- a. Sangat mampu
 - b. Mampu
 - c. Kurang mampu
 - d. Tidak mampu
 - e. Sangat tidak mampu

- c. Kurang mampu

Alasan:.....

Mudah Dipahami

13. Seberapa mudah Anda memahami pesan yang disampaikan dalam konten marketing *marketplace* Lazada?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat mudah | d. Tidak mudah |
| b. Mudah | e. Sangat tidak mudah |
| c. Kurang mudah | |

Alasan:.....

14. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat kejelasan (sederhana dan mudah dimengerti) gaya bahasa yang digunakan dalam konten marketing *marketplace* Lazada?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat jelas | d. Tidak jelas |
| b. Jelas | e. Sangat tidak jelas |
| c. Kurang jelas | |

Alasan:.....

Mudah Ditemukan

15. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat kemudahan dalam menemukan konten marketing *marketplace* Lazada di berbagai platform media sosial?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat mudah | d. Tidak mudah |
| b. Mudah | e. Sangat tidak mudah |
| c. Kurang mudah | |

Alasan:.....

16. Seberapa sering Anda menemukan konten marketing *marketplace* Lazada di *platform* media sosial yang Anda gunakan?

- | | |
|------------------|------------------|
| a. Sangat sering | d. Jarang |
| b. Sering | e. Sangat jarang |
| c. Kadang-kadang | |

Alasan:.....

Konsisten

17. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat konsistensi *marketplace* Lazada dalam memperbarui konten marketing mereka di berbagai *platform* digital?

- a. Sangat konsisten
- b. konsisten
- c. Kurang konsisten
- d. Tidak konsisten
- e. Sangat tidak konsisten

Alasan:.....

18. Bagaimana pendapat Anda mengenai tingkat konsistensi *marketplace* Lazada dalam mengunggah konten marketing mereka secara berkala dari waktu ke waktu?

- a. Sangat konsisten
- b. konsisten
- c. Kurang konsisten
- d. Tidak konsisten
- e. Sangat tidak konsisten

Alasan:.....

Purchase Intention

Minat Transaksional

19. Bagaimana tingkat keinginan Anda untuk mencari informasi mengenai *marketplace* Lazada setelah melihat iklan atau konten marketing dari *marketplace* Lazada?

- a. Sangat ingin
- b. Ingin
- c. Kurang ingin
- d. Tidak ingin
- e. Sangat tidak ingin

Alasan:.....

20. Bagaimana tingkat ketertarikan Anda untuk membeli produk melalui *marketplace* Lazada setelah mengetahui terdapat berbagai macam barang di *marketplace* Lazada?

- a. Sangat tertarik
- b. Tertarik
- c. Kurang tertarik
- d. Tidak tertarik
- e. Sangat tidak tertarik

Alasan:.....

Minat Referensial

21. Bagaimana minat Anda untuk merekomendasikan *marketplace* Lazada kepada orang lain?

- a. Sangat minat
- b. Minat
- c. Kurang minat
- d. Tidak minat
- e. Sangat tidak minat

Alasan:.....

22. Bagaimana minat Anda untuk *sharing* informasi mengenai *marketplace* Lazada kepada orang lain?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat minat | d. Tidak minat |
| b. Minat | e. Sangat tidak minat |
| c. Kurang minat | |

Alasan:.....

Minat Preferensial

23. Bagaimana minat Anda untuk menjadikan *marketplace* Lazada sebagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan Anda?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat minat | d. Tidak minat |
| b. Minat | e. Sangat tidak minat |
| c. Kurang minat | |

Alasan:.....

24. Seberapa besar kemungkinan Anda memilih *marketplace* Lazada dibandingkan dengan *marketplace* lain ketika berbelanja *online*?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat besar | d. Tidak besar |
| b. besar | e. Sangat tidak besar |
| c. Kurang besar | |

Alasan:.....

Minat Eksploratif

25. Bagaimana tingkat ketertarikan Anda untuk mencari informasi lebih lanjut di internet atau media sosial mengenai *marketplace* Lazada?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Sangat tertarik | d. Tidak tertarik |
| b. Tertarik | e. Sangat tidak tertarik |
| c. Kurang tertarik | |

Alasan:.....

26. Bagaimana tingkat ketertarikan Anda untuk mencari tahu lebih banyak mengenai promo, penawaran, atau produk yang ada di *marketplace* Lazada?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Sangat tertarik | d. Tidak tertarik |
| b. Tertarik | e. Sangat tidak tertarik |
| c. Kurang Tertarik | |

Alasan:.....

Lampiran 4. Identitas Responden

Usia	Jenis Kelamin	Domisili	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan per-bulan
22	Laki-laki	Cilandak	Diploma/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
24	Perempuan	Cilandak	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
24	Perempuan	Cilandak	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
20	Perempuan	Cilandak	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
23	Laki-laki	Cilandak	Sarjana/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
26	Perempuan	Cilandak	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Laki-laki	Cilandak	Sarjana/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
20	Perempuan	Cilandak	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
25	Perempuan	Cilandak	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 5.000.000
25	Laki-laki	Cilandak	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
21	Perempuan	Jagakarsa	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
18	Perempuan	Jagakarsa	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
24	Perempuan	Jagakarsa	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
26	Perempuan	Jagakarsa	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
26	Laki-laki	Jagakarsa	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
20	Perempuan	Jagakarsa	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
23	Perempuan	Jagakarsa	Sarjana/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
25	Laki-laki	Jagakarsa	Sarjana/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
24	Laki-laki	Jagakarsa	Diploma/Sederajat	Wirausaha/Wiraswasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
26	Laki-laki	Jagakarsa	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
22	Perempuan	Kebayoran Baru	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Perempuan	Kebayoran Baru	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
21	Perempuan	Kebayoran Baru	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
24	Perempuan	Kebayoran Baru	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
20	Perempuan	Kebayoran Baru	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
25	Perempuan	Kebayoran Baru	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
23	Perempuan	Kebayoran Baru	Sarjana/Sederajat	Fresh Graduate	≤ Rp. 1.000.000
22	Perempuan	Kebayoran Baru	Sarjana/Sederajat	Pegawai BUMN	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
22	Laki-laki	Kebayoran Baru	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000

24	Perempuan	Kebayoran Baru	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
22	Laki-laki	Kebayoran Lama	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
22	Laki-laki	Kebayoran Lama	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
27	Perempuan	Kebayoran Lama	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
23	Perempuan	Kebayoran Lama	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
21	Laki-laki	Kebayoran Lama	Diploma/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
17	Perempuan	Kebayoran Lama	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
26	Perempuan	Kebayoran Lama	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
24	Perempuan	Kebayoran Lama	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
27	Laki-laki	Kebayoran Lama	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
22	Laki-laki	Kebayoran Lama	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
27	Laki-laki	Mampang Prapatan	Sarjana/Sederajat	Pegawai BUMN	> Rp. 5.000.000
23	Perempuan	Mampang Prapatan	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
27	Perempuan	Mampang Prapatan	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
18	Perempuan	Mampang Prapatan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
22	Laki-laki	Mampang Prapatan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
27	Laki-laki	Mampang Prapatan	Sarjana/Sederajat	Wirausaha/Wirawasta	> Rp. 5.000.000
20	Perempuan	Mampang Prapatan	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
23	Laki-laki	Mampang Prapatan	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
17	Perempuan	Mampang Prapatan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
18	Perempuan	Mampang Prapatan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
21	Laki-laki	Pancoran	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Perempuan	Pancoran	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Laki-laki	Pancoran	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
21	Perempuan	Pancoran	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
21	Perempuan	Pancoran	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
21	Perempuan	Pancoran	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
21	Perempuan	Pancoran	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000

22	Laki-laki	Pancoran	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
25	Laki-laki	Pancoran	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 5.000.000
22	Laki-laki	Pancoran	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
22	Laki-laki	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
21	Perempuan	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
21	Laki-laki	Pasar Minggu	Sarjana/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Laki-laki	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
22	Perempuan	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Wirausaha/Wiraswasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
21	Laki-laki	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
25	Laki-laki	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
19	Laki-laki	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
23	Laki-laki	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
22	Perempuan	Pasar Minggu	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Laki-laki	Pesanggrahan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
21	Laki-laki	Pesanggrahan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Laki-laki	Pesanggrahan	Diploma/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
20	Perempuan	Pesanggrahan	Sarjana/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
22	Perempuan	Pesanggrahan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
25	Laki-laki	Pesanggrahan	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
20	Perempuan	Pesanggrahan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
24	Perempuan	Pesanggrahan	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
27	Perempuan	Pesanggrahan	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
17	Laki-laki	Pesanggrahan	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
21	Perempuan	Setiabudi	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
21	Perempuan	Setiabudi	Sarjana/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
24	Laki-laki	Setiabudi	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
24	Laki-laki	Setiabudi	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
23	Perempuan	Setiabudi	Diploma/Sederajat	Pegawai BUMN	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000

21	Perempuan	Setiabudi	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
19	Perempuan	Setiabudi	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
23	Perempuan	Setiabudi	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
27	Perempuan	Setiabudi	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
27	Perempuan	Setiabudi	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
24	Perempuan	Tebet	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
25	Laki-laki	Tebet	Diploma/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
25	Perempuan	Tebet	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000
19	Perempuan	Tebet	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
19	Laki-laki	Tebet	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
19	Perempuan	Tebet	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
22	Perempuan	Tebet	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
20	Perempuan	Tebet	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
17	Perempuan	Tebet	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000
23	Perempuan	Tebet	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000

Lampiran 5. Tabel Induk

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5
4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5
5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3
5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	2	2	5	3	2	4	3	3	2	3	5	4	5	5	4	4	1	2	3	2	2	3	2	3
4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	2	2	2	2
5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	3	5	4	4	5

5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	1	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	5	5	3	4	4	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	2	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	3	5	3	5	4	4	3	2	4	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	3	3	2	5
4	2	4	3	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	3	2	2	2	2	3	4
5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
5	4	3	5	5	3	5	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4
5	4	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5

3	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	3	4
4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	3	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	2	2	1	2
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3
4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4
5	4	5	3	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4	3	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4

5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
4	3	2	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	5	5	5	3	3	2	3	3	4	3	4	3	5
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	2	2	4	4	4	3	2
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
3	4	4	5	5	4	4	3	3	5	4	3	4	5	5	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4
5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5
5	3	4	5	5	5	5	3	4	4	2	3	4	5	2	1	3	5	4	5	4	5	5	3	4	5
3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	3	2	3	2	2	2	2	3
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	2	4	2	4	3	4	3	3	2	2	2	3	3
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	5	4	4	4	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	3	5	3	5	3	3	2	3	3	4	2	1	2	3	2	3	2	1	3	3	3	4

Lampiran 6. Hasil Pengujian SPSS

1. Uji Validitas X1

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.619**	.510**	.596**	.417**	.469**	.818**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.619**	1	.601**	.557**	.176*	.512**	.788**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.040	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.510**	.601**	1	.519**	.184*	.514**	.762**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.033	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.596**	.557**	.519**	1	.341**	.465**	.792**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.417**	.176*	.184*	.341**	1	.274**	.521**
	Sig. (1-tailed)	.000	.040	.033	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.469**	.512**	.514**	.465**	.274**	1	.734**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.818**	.788**	.762**	.792**	.521**	.734**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

X2.8	Pearson Correlation	.418**	.386**	.551**	.453**	.551**	.556**	.603**	1	.588**	.361**	.453**	.418**	.698**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.364**	.485**	.463**	.550**	.608**	.572**	.633**	.588**	1	.676**	.636**	.572**	.808**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.348**	.320**	.425**	.393**	.445**	.564**	.488**	.361**	.676**	1	.570**	.625**	.717**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	.489**	.561**	.616**	.559**	.560**	.605**	.626**	.453**	.636**	.570**	1	.666**	.820**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.375**	.475**	.536**	.524**	.374**	.576**	.544**	.418**	.572**	.625**	.666**	1	.749**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL.2	Pearson Correlation	.656**	.669**	.794**	.718**	.755**	.804**	.794**	.698**	.808**	.717**	.820**	.749**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

3. Uji Validitas Y

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL.3
Y.1	Pearson Correlation	1	.747**	.732**	.717**	.698**	.635**	.747**	.643**	.857**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.747**	1	.695**	.695**	.730**	.628**	.749**	.723**	.861**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.732**	.695**	1	.793**	.789**	.735**	.723**	.689**	.890**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.717**	.695**	.793**	1	.770**	.741**	.750**	.664**	.888**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.698**	.730**	.789**	.770**	1	.773**	.712**	.645**	.885**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.635**	.628**	.735**	.741**	.773**	1	.717**	.585**	.843**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.747**	.749**	.723**	.750**	.712**	.717**	1	.676**	.881**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.643**	.723**	.689**	.664**	.645**	.585**	.676**	1	.808**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL.3	Pearson Correlation	.857**	.861**	.890**	.888**	.885**	.843**	.881**	.808**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

4. Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.834	.831	6

5. Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.929	12

6. Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha Based on Standardized		
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.952	.952	8

7. Uji Koefisien Korelasi X1 terhadap Y

Correlations

		BRAND IMAGE	PURCHASE INTENTION
BRAND IMAGE	Pearson Correlation	1	.722**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
PURCHASE INTENTION	Pearson Correlation	.722**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

8. Uji Koefisien Korelasi X2 Terhadap Y

Correlations

		CONTENT MARKETING	PURCHASE INTENTION
CONTENT MARKETING	Pearson Correlation	1	.640**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
PURCHASE INTENTION	Pearson Correlation	.640**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

9. Uji Koefisien Korelasi X1 dan X2 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.543	4.33897

a. Predictors: (Constant), CONTENT MARKETING, BRAND IMAGE

10. Regresi Linier Sederhana X1 Terhadap Y

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1.539	3.200		.632
	BRAND IMAGE	1.323	.128	.722	.000

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

11. Regresi Linier Sederhana X2 Terhadap Y

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.020	3.324		.230
	CONTENT MARKETING	.562	.068	.640	.000

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

12. Regresi Linier Berganda X1 dan X2 Terhadap Y

Coefficients^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-4.055	3.256		-1.246	.216
	BRAND IMAGE	.990	.179	.540	5.544	.000
	CONTENT MARKETING	.223	.085	.254	2.605	.011

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

13. Uji Koefisien Determinasi X1 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.521	.516	4.46528

a. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE

14. Uji Koefisien Determinasi X2 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.404	4.95370

a. Predictors: (Constant), CONTENT MARKETING

15. Uji Koefisien Determinasi X1 dan X2 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.543	4.33897

a. Predictors: (Constant), CONTENT MARKETING, BRAND IMAGE

16. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X1 Terhadap Y

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1.539	3.200		.632
	BRAND IMAGE	1.323	.128	.722	.000

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

17. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X2 Terhadap Y

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.020	3.324		.230
	CONTENT MARKETING	.562	.068	.640	.000

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

18. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2251.252	2	1125.626	59.789	.000 ^b
	Residual	1826.188	97	18.827		
	Total	4077.440	99			

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

b. Predictors: (Constant), CONTENT MARKETING, BRAND IMAGE