

LAMPIRAN

A. MATRIKS

Variabel	Indikator	Tolak Ukur	Skala
X1: Terpaan Informasi Skincare Overclaim	Frekuensi Paparan	Kuantitas atau jumlah repetisi responden dalam menemui dan menonton konten @dokterdetektif	Likert
	Durasi / Keterlibatan	Jumlah waktu yang dihabiskan responden untuk mengonsumsi informasi mengenai <i>overclaim</i>	
	Atensi	Tingkat keseriusan dan daya serap pikiran responden terhadap pesan yang disampaikan	
X2: Electronic Word of Mouth	Intensitas e-WOM	Seberapa masif diskusi atau volume informasi yang beredar di platform TikTok mengenai isu <i>overclaim</i>	Likert
	Valensi e-WOM	Arah atau sifat dari pesan yang disampaikan oleh sesama pengguna (apakah cenderung menghujat atau membela)	
	Kualitas Informasi	Substansi atau kedalaman informasi yang dibagikan dalam diskusi	
Y: Minat Beli Skincare	Minat Transaksional	Kecenderungan responden untuk tetap atau tidak lagi melakukan pembelian nyata	Likert
	Minat Referensial	Kesediaan responden untuk memberikan testimoni atau saran kepada lingkungan sosialnya	

	Minat Preferensial	Posisi Azarine dalam hierarki pilihan konsumen dibandingkan merek pesaing	
	Minat Eksploratif	Respon pencarian informasi sebagai bentuk keraguan terhadap merek	

B. KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk untuk responden:

- Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pandangan responden terhadap konten akun @dokterdetektif, electronic word of mouth (e-WOM), dan minat beli produk skincare Azarine.
- Tidak ada jawaban benar atau salah. Jawablah sesuai pengalaman dan pendapat Anda.
- Identitas responden dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Skala jawaban yang digunakan:

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

A. Identitas dan Pertanyaan Penyaring

1. Jenis kelamin: Laki-laki / Perempuan / Lainnya
2. Usia: ____ tahun
3. Pekerjaan: Pelajar / Mahasiswa / Wiraswasta / Pegawai swasta / PNS / Lainnya
4. Pemasukan per bulan: < Rp500.000 / Rp500.000–Rp1.000.000 / Rp1.000.001–Rp4.000.000 / > Rp4.000.000
5. Pengeluaran untuk produk kecantikan per bulan: < Rp250.000 / Rp250.000–Rp500.000 / Rp500.001–Rp750.000 / > Rp750.000
6. Apakah Anda pengguna TikTok? Ya / Tidak
7. Apakah Anda pernah melihat konten akun @dokterdetektif yang membahas isu skincare overclaim? Ya / Tidak

8. Apakah Anda mengenal atau pernah menggunakan produk skincare Azarine? Ya / Tidak

Catatan: responden yang menjawab 'Tidak' pada nomor 6 atau 7 sebaiknya tidak dilanjutkan sebagai sampel penelitian utama.

B. Variabel X1 – Terpaan Informasi Akun @dokterdetektif

Definisi operasional: tingkat frekuensi, durasi, dan perhatian responden terhadap konten akun @dokterdetektif yang membahas isu skincare overclaim di TikTok.

No.	Indikator	Pernyataan	Skala
1	Frekuensi paparan	Saya cukup sering melihat konten @dokterdetektif yang membahas isu skincare overclaim di TikTok.	1–5
2	Frekuensi paparan	Konten @dokterdetektif tentang skincare overclaim cukup sering muncul di beranda TikTok saya.	1–5
3	Frekuensi paparan	Saya pernah secara sengaja mencari konten @dokterdetektif yang membahas isu skincare overclaim di TikTok.	1–5
4	Frekuensi paparan	Saya mengikuti perkembangan isu skincare overclaim dari akun @dokterdetektif secara berulang.	1–5
5	Durasi/keterlibatan	Saya biasanya menonton konten @dokterdetektif sampai selesai ketika topiknya berkaitan dengan skincare overclaim.	1–5
6	Durasi/keterlibatan	Saya meluangkan waktu khusus untuk memahami isi konten @dokterdetektif mengenai isu overclaim.	1–5
7	Atensi	Saya memperhatikan isi penjelasan @dokterdetektif secara serius	1–5

		ketika membahas skincare overclaim.	
8	Atensi	Saya dapat mengingat pokok informasi yang disampaikan @dokterdetektif tentang isu skincare overclaim.	1–5
9	Atensi	Konten @dokterdetektif membuat saya lebih peka terhadap klaim produk skincare.	1–5
10	Atensi	Informasi dari konten @dokterdetektif memengaruhi cara saya menilai produk skincare.	1–5

C. Variabel X2 – Electronic Word of Mouth (e-WOM)

Definisi operasional: tingkat intensitas, valensi, dan kualitas informasi dari komentar, ulasan, atau tanggapan pengguna lain di media sosial yang berkaitan dengan isu skincare overclaim.

No.	Indikator	Pernyataan	Skala
11	Intensitas e-WOM	Saya sering membaca komentar atau ulasan pengguna lain tentang skincare di TikTok atau media sosial lain.	1–5
12	Intensitas e-WOM	Saya menemukan cukup banyak komentar pengguna lain yang membahas isu skincare overclaim.	1–5
13	Intensitas e-WOM	Saya membaca komentar pengguna lain pada konten @dokterdetektif tentang skincare overclaim.	1–5
14	Intensitas e-WOM	Saya sering melihat konten reaksi, stitch, atau tanggapan dari pengguna lain terkait isu skincare overclaim.	1–5

15	Valensi e-WOM	Sebagian besar komentar yang saya temui tentang skincare overclaim bernada negatif.	1–5
16	Valensi e-WOM	Saya melihat banyak pengguna lain menyampaikan kekecewaan terhadap produk skincare yang dinilai overclaim.	1–5
17	Kualitas informasi	Komentar atau ulasan pengguna lain membantu saya memahami isu overclaim dengan lebih jelas.	1–5
18	Kualitas informasi	Pengalaman yang dibagikan pengguna lain membuat saya lebih yakin terhadap isu overclaim yang dibahas.	1–5
19	Kualitas informasi	Pendapat pengguna lain di media sosial memengaruhi penilaian saya terhadap produk skincare tertentu.	1–5
20	Kualitas informasi	Informasi dari pengguna lain membuat saya mempertimbangkan ulang pilihan merek skincare yang saya gunakan.	1–5

D. Variabel Y – Minat Beli Skincare Azarine

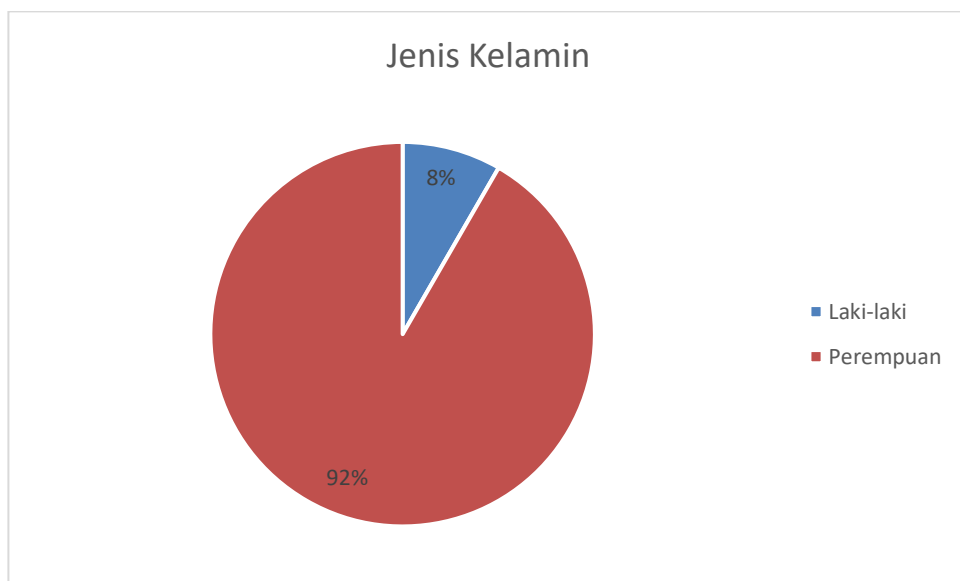
Definisi operasional: kecenderungan responden untuk membeli, memilih, merekomendasikan, atau mencari informasi lebih lanjut tentang produk skincare Azarine setelah menerima terpaan informasi dan e-WOM terkait isu overclaim.

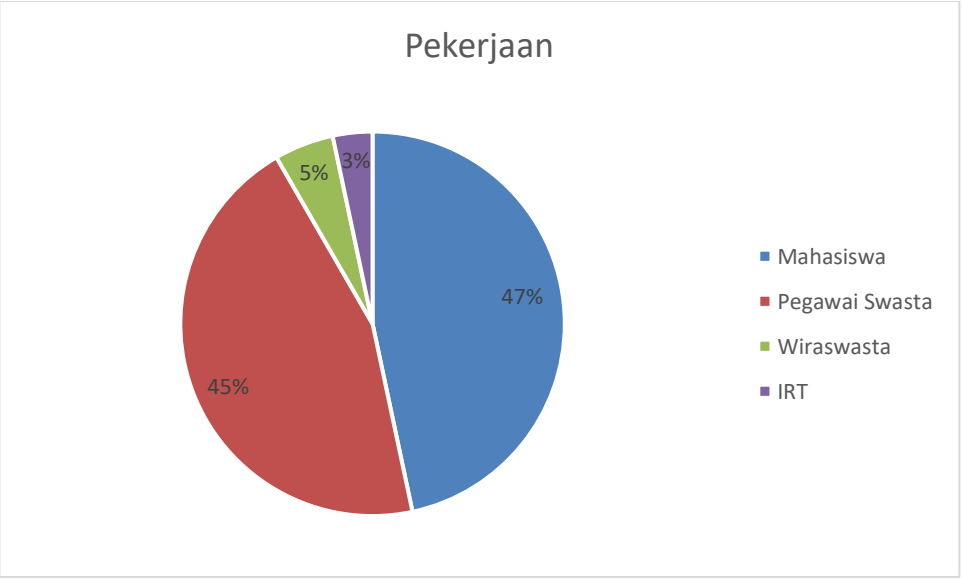
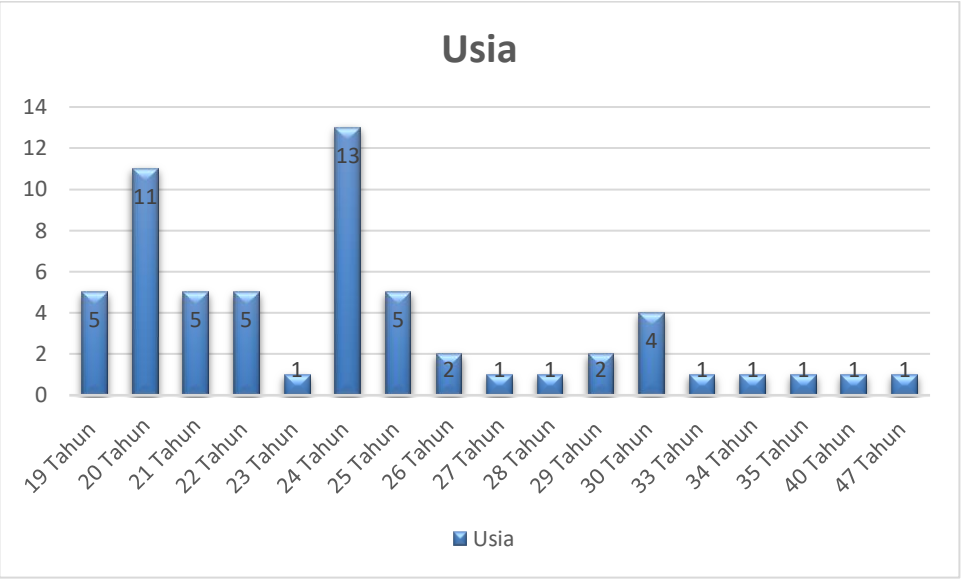
No.	Indikator	Pernyataan	Skala
21	Minat transaksional	Saya mengurungkan niat membeli produk Azarine setelah mengetahui isu overclaim yang beredar.	1–5

22	Minat preferensial	Saya lebih memilih merek skincare lain dibanding Azarine setelah melihat informasi tersebut.	1–5
23	Minat preferensial	Saya cenderung beralih ke merek lain yang saya anggap lebih dapat dipercaya dibanding Azarine.	1–5
24	Minat referensial	Saya tidak tertarik merekomendasikan produk Azarine kepada orang lain.	1–5
25	Minat eksploratif	Saya terdorong mencari informasi tentang produk skincare lain sebagai alternatif pengganti Azarine.	1–5
26	Minat eksploratif	Saya membandingkan Azarine dengan merek lain sebelum memutuskan pembelian.	1–5

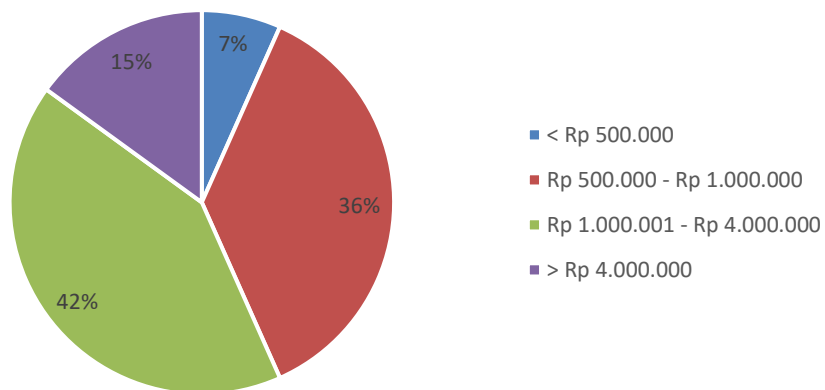
C. HASIL PENELITIAN

Profil Responden

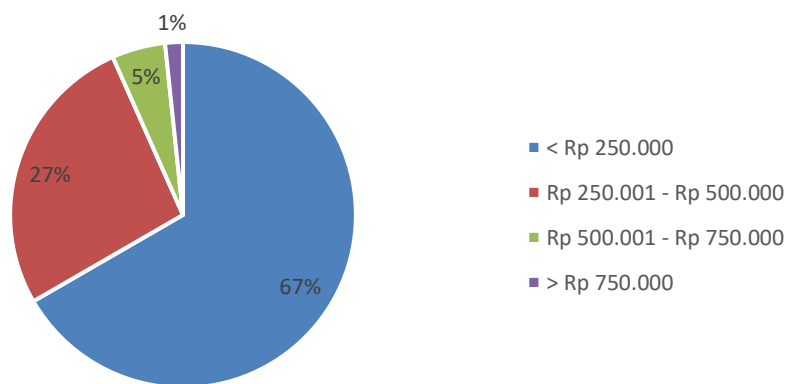




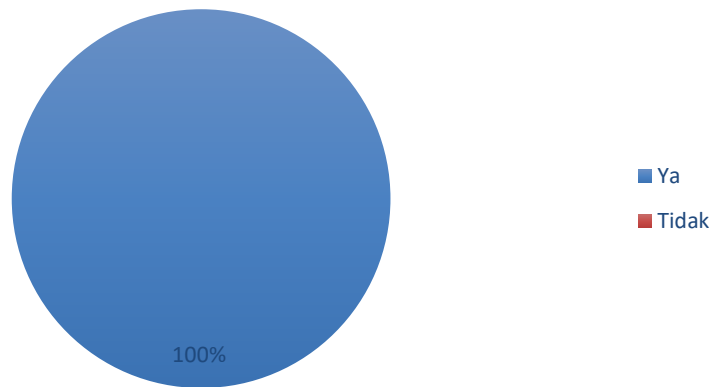
Pemasukan setiap Bulan



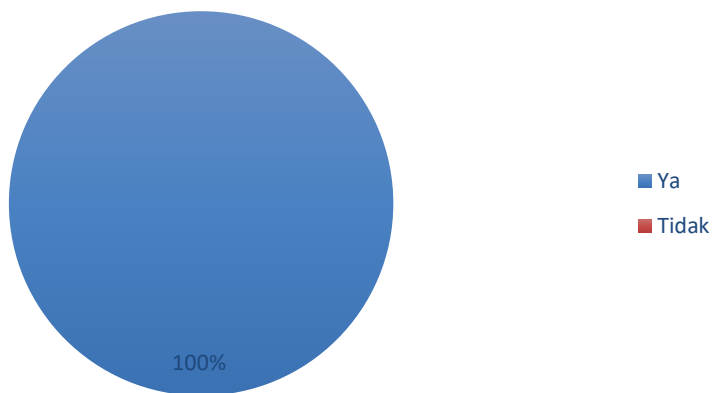
Pengeluaran untuk Produk Kecantikan setiap Bulan

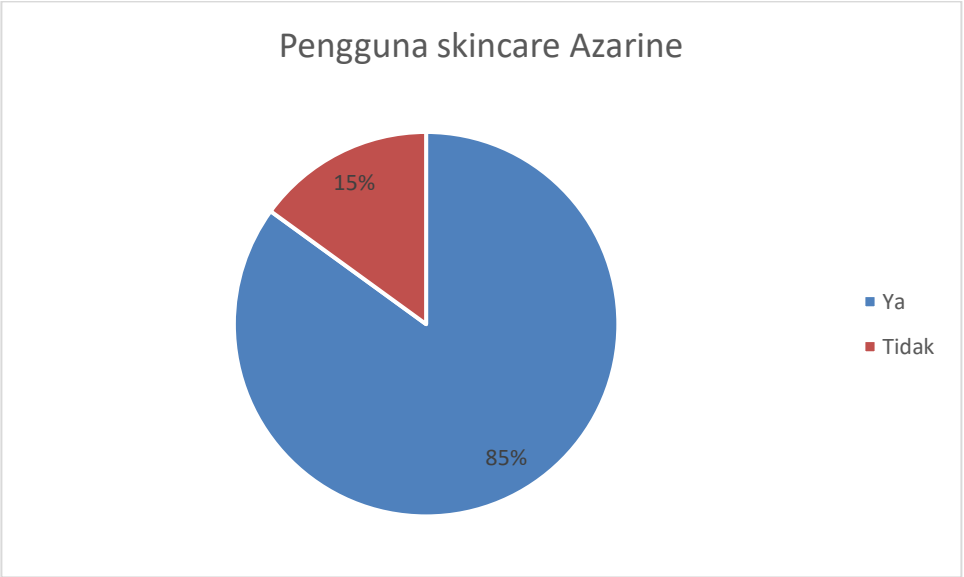


Pengguna Titktok



Terpapar Konten Akun @dokterdetektif

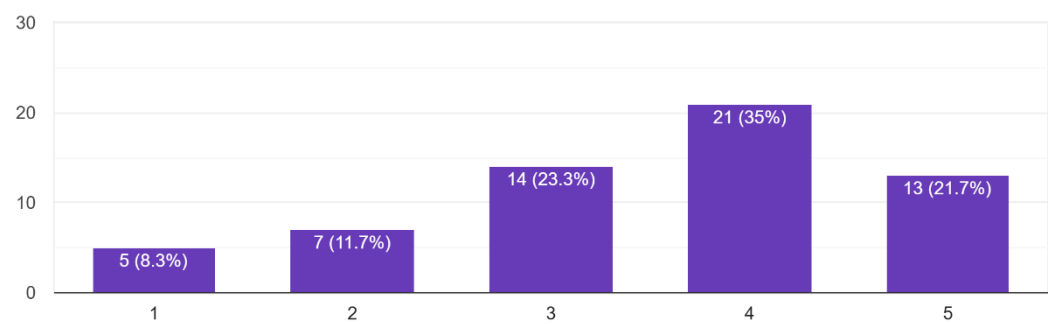




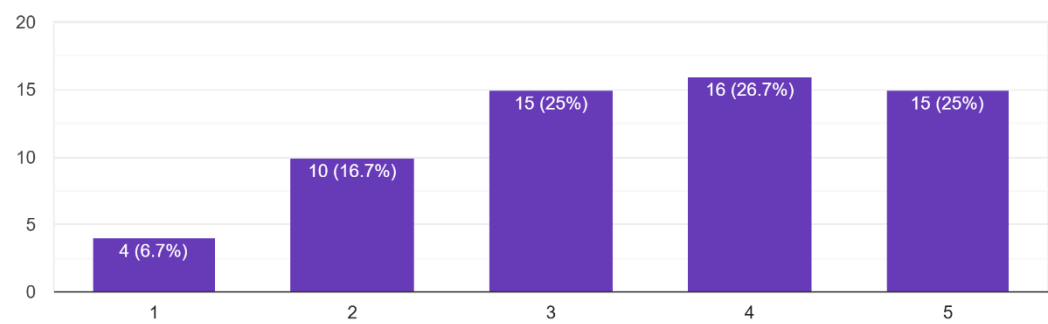
Terpaan Informasi Akun @dokterdetektif

Saya cukup sering melihat konten @dokterdetektif yang membahas isu skincare overclaim di TikTok.

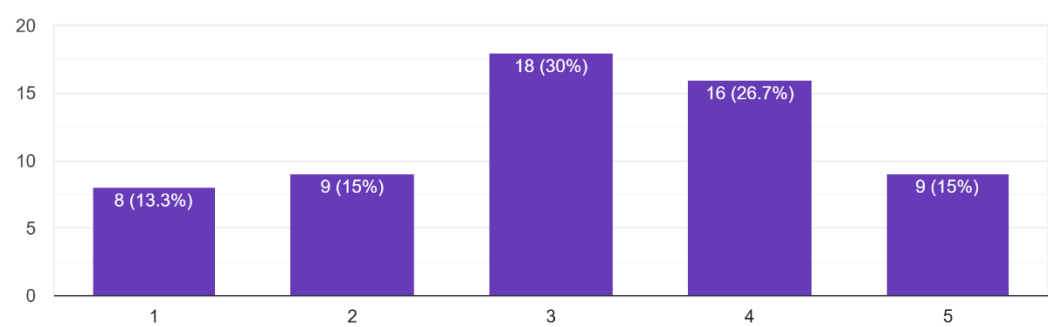
60 responses



Konten @dokterdetektif tentang skincare overclaim cukup sering muncul di beranda TikTok saya.
60 responses

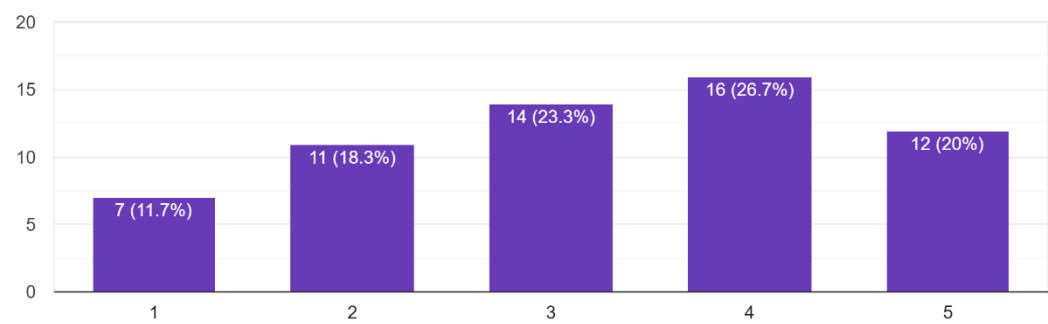


Saya pernah secara sengaja mencari konten @dokterdetektif yang membahas isu skincare overclaim di TikTok.
60 responses



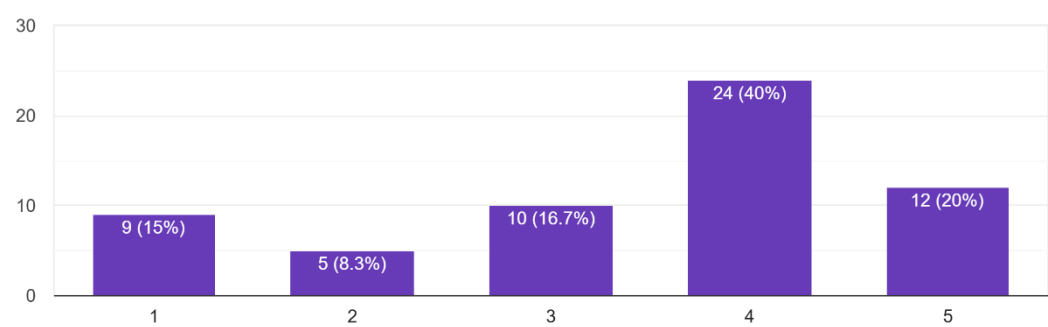
Saya mengikuti perkembangan isu skincare overclaim dari akun @dokterdetektif secara berulang.

60 responses



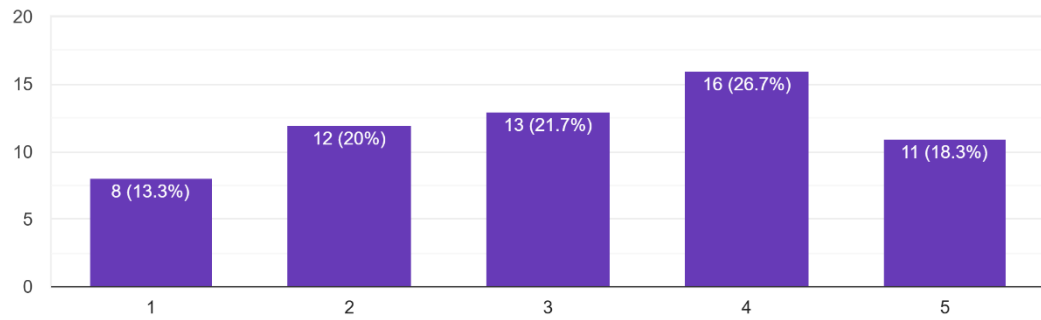
Saya biasanya menonton konten @dokterdetektif sampai selesai ketika topiknya berkaitan dengan skincare overclaim.

60 responses



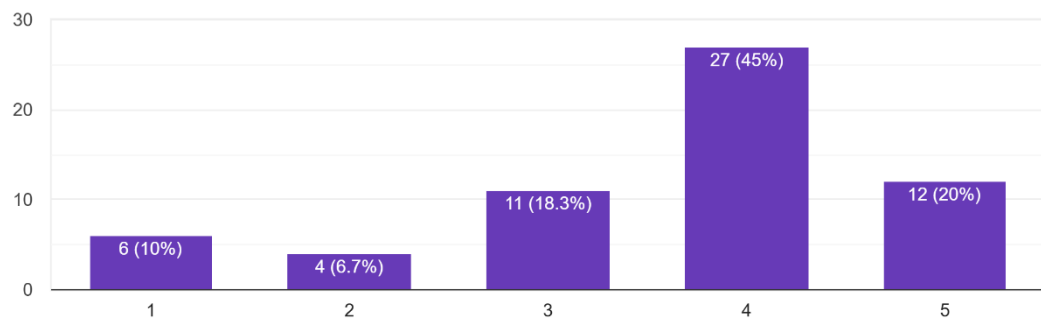
Saya meluangkan waktu khusus untuk memahami isi konten @dokterdetektif mengenai isu overclaim.

60 responses



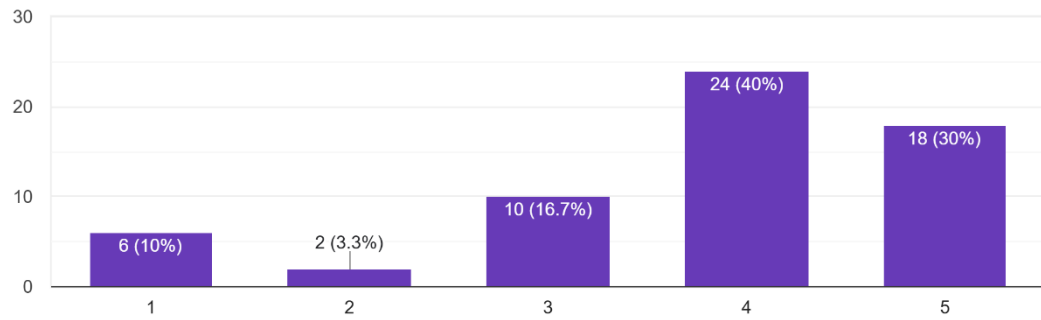
Saya memperhatikan isi penjelasan @dokterdetektif secara serius ketika membahas skincare overclaim.

60 responses



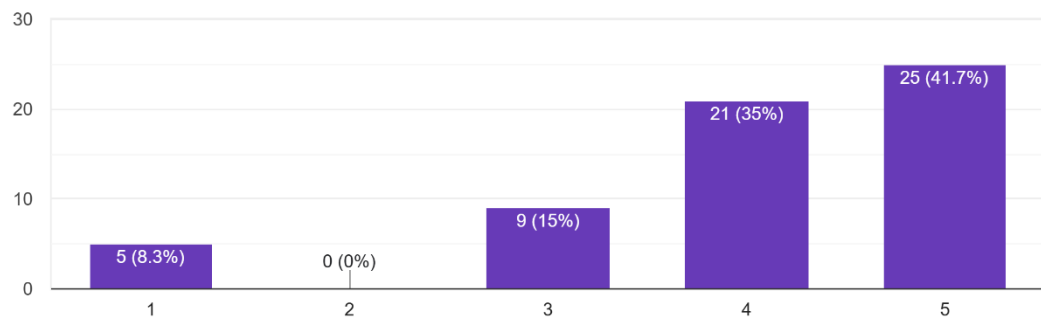
Saya dapat mengingat pokok informasi yang disampaikan @dokterdetektif tentang isu skincare overclaim.

60 responses



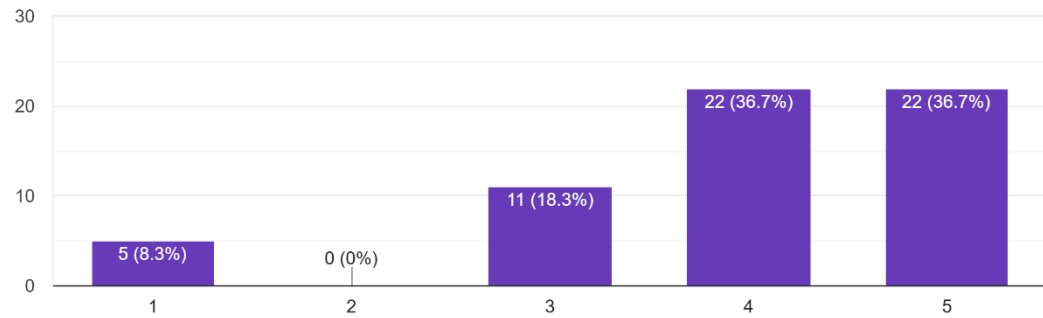
Konten @dokterdetektif membuat saya lebih peka terhadap klaim produk skincare.

60 responses



Informasi dari konten @dokterdetektif memengaruhi cara saya menilai produk skincare.

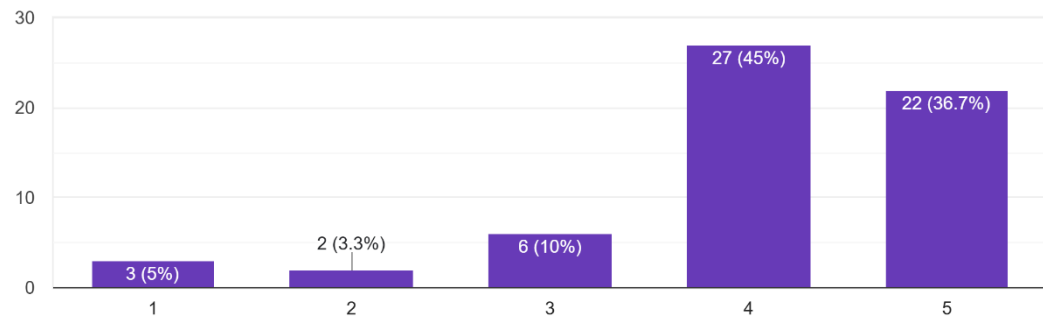
60 responses



Electronic Word of Mouth (e-WOM)

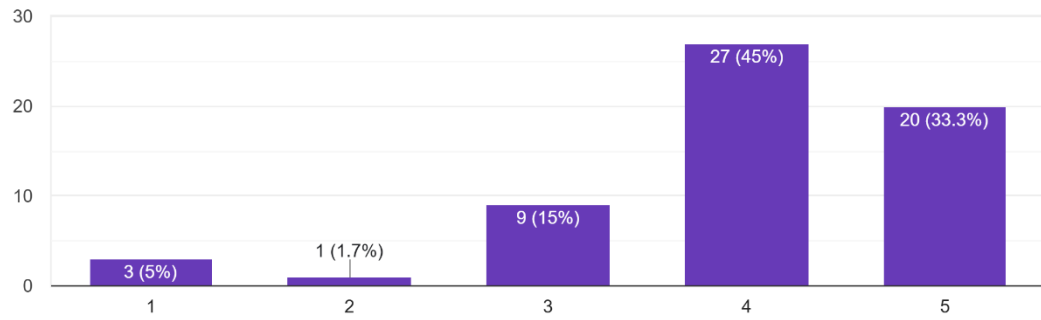
Saya sering membaca komentar atau ulasan pengguna lain tentang skincare di TikTok atau media sosial lain.

60 responses



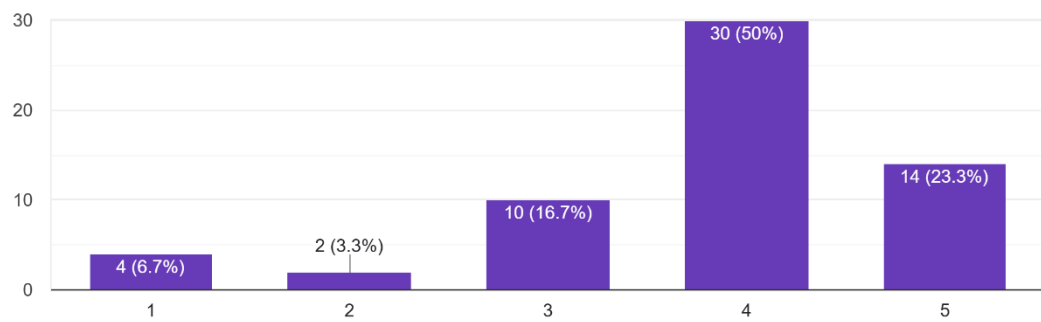
Saya menemukan cukup banyak komentar pengguna lain yang membahas isu skincare overclaim.

60 responses



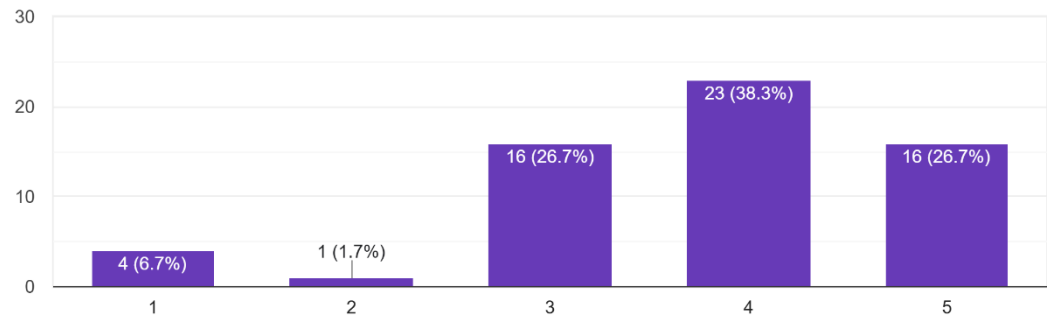
Saya membaca komentar pengguna lain pada konten @dokterdetektif tentang skincare overclaim.

60 responses



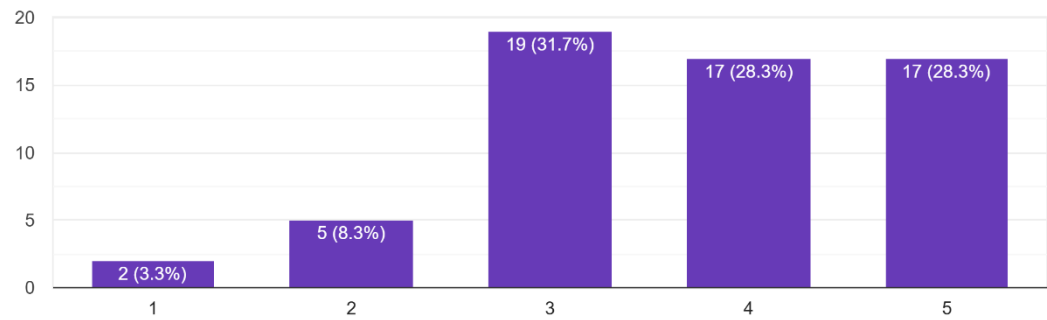
Saya sering melihat konten reaksi, stitch, atau tanggapan dari pengguna lain terkait isu skincare overclaim.

60 responses



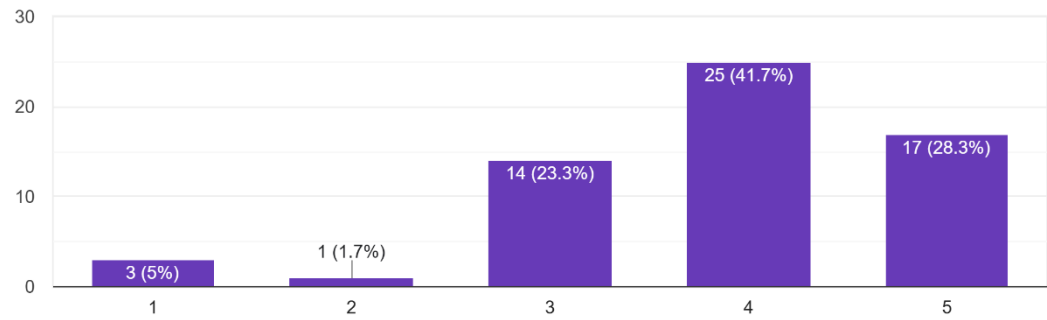
Sebagian besar komentar yang saya temui tentang skincare overclaim bernada negatif.

60 responses



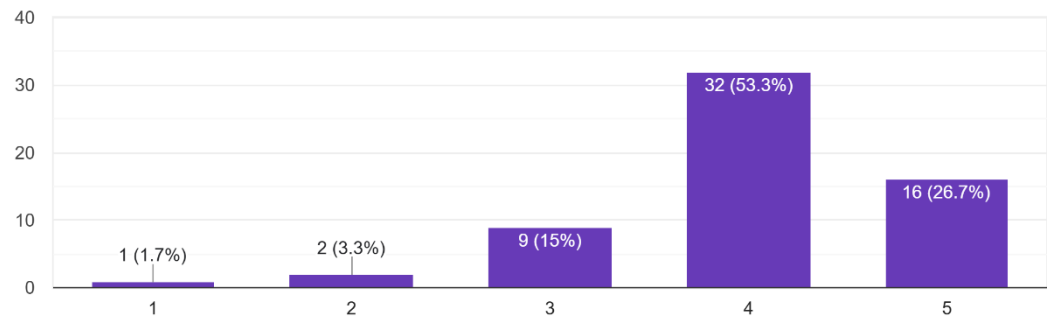
Saya melihat banyak pengguna lain menyampaikan kekecewaan terhadap produk skincare yang dinilai overclaim.

60 responses



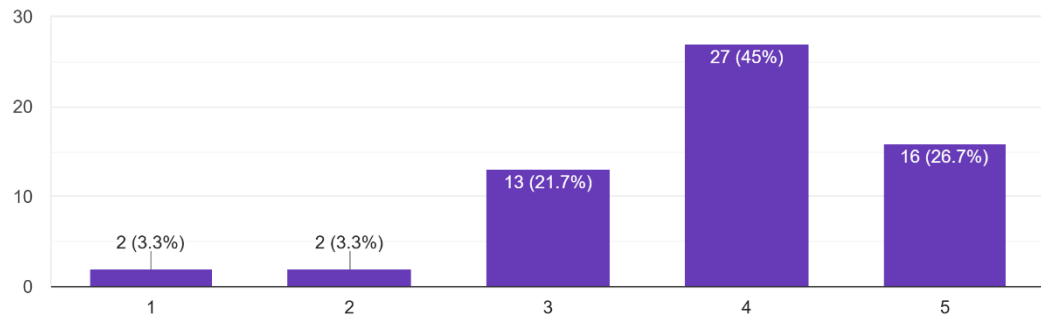
Komentar atau ulasan pengguna lain membantu saya memahami isu overclaim dengan lebih jelas.

60 responses



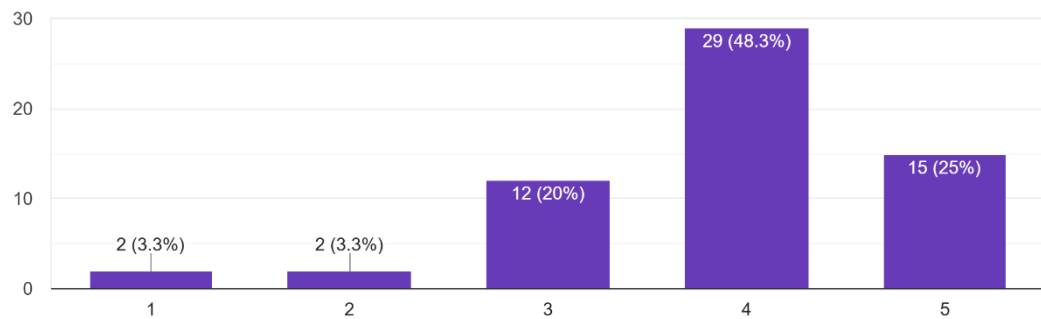
Pengalaman yang dibagikan pengguna lain membuat saya lebih yakin terhadap isu overclaim yang dibahas.

60 responses



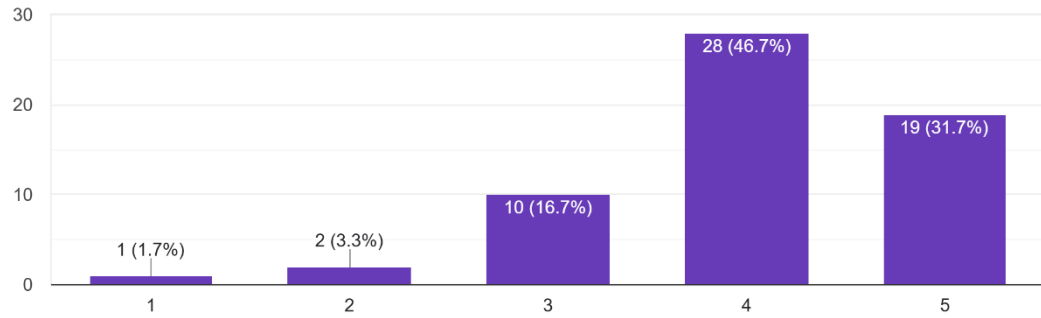
Pendapat pengguna lain di media sosial memengaruhi penilaian saya terhadap produk skincare tertentu.

60 responses



Informasi dari pengguna lain membuat saya mempertimbangkan ulang pilihan merek skincare yang saya gunakan.

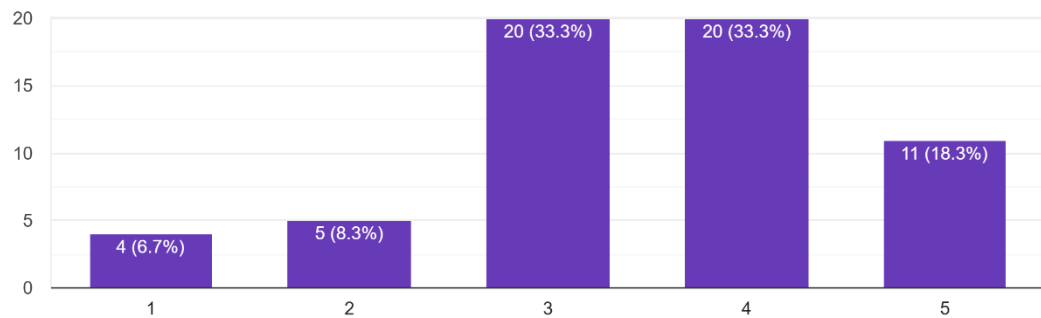
60 responses



Minat Beli *Skincare* Azarine

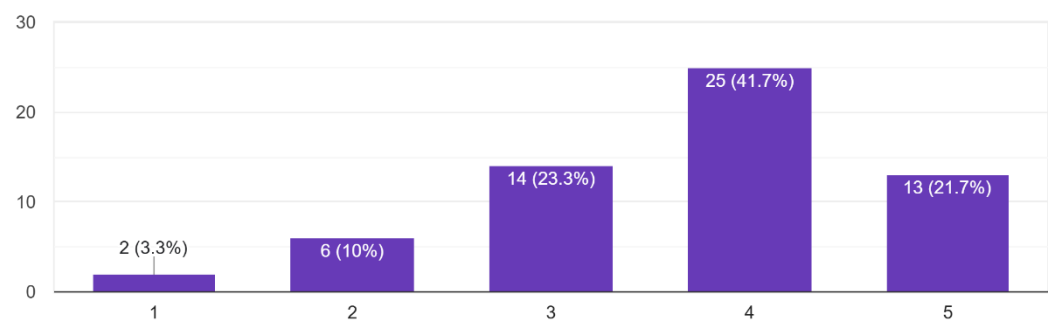
Saya mengurungkan niat membeli produk Azarine setelah mengetahui isu overclaim yang beredar.

60 responses



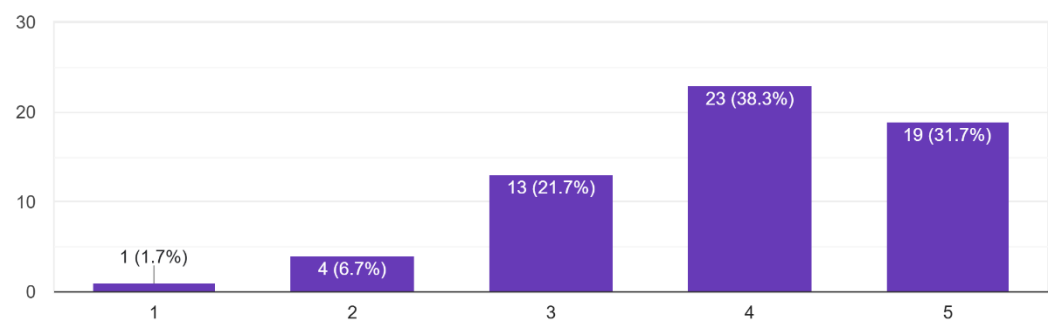
Saya lebih memilih merek skincare lain dibanding Azarine setelah melihat informasi tersebut.

60 responses



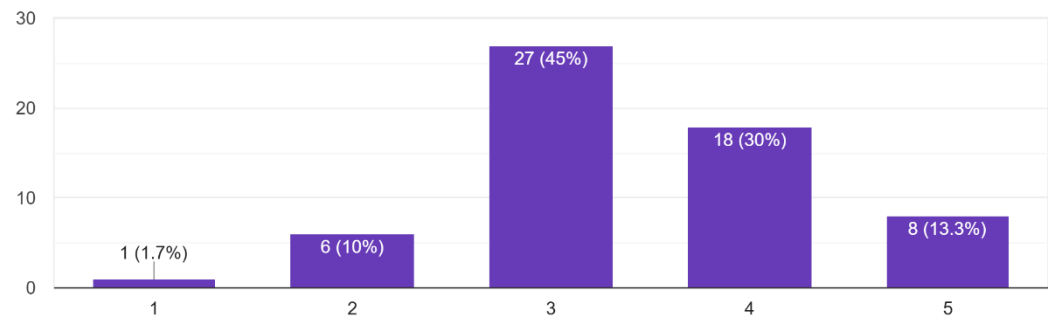
Saya cenderung beralih ke merek lain yang saya anggap lebih dapat dipercaya dibanding Azarine.

60 responses



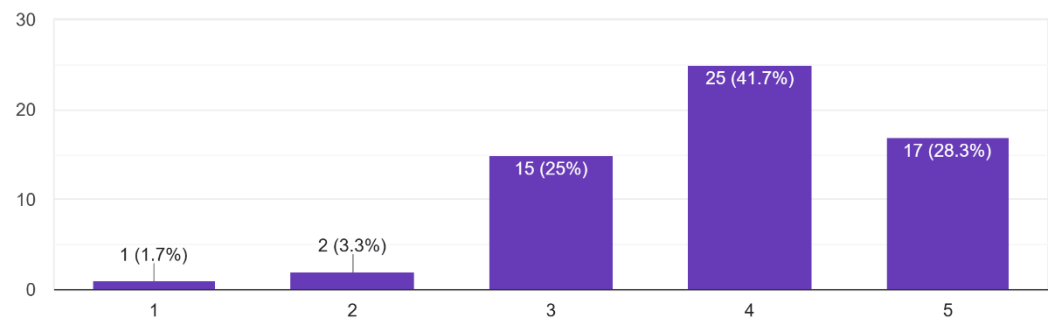
Saya tidak tertarik merekomendasikan produk Azarine kepada orang lain.

60 responses



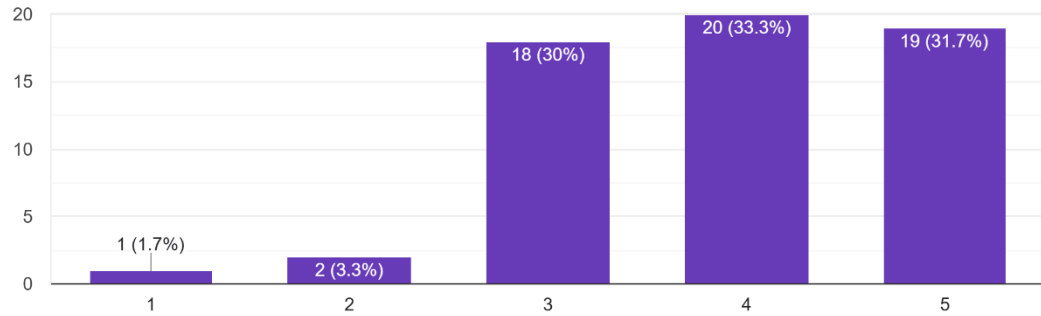
Saya terdorong mencari informasi tentang produk skincare lain sebagai alternatif pengganti Azarine.

60 responses



Saya membandingkan Azarine dengan merek lain sebelum memutuskan pembelian.

60 responses



D. TABEL INDUK

No	Terpapar Informasi Skincare Overlain										TOTAL	Electronic Word of Mouth										TOTAL	Mint Beli Skincare										TOTAL
1	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	44	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48	1	1	5	5	5	5	5	22			
2	3	3	2	3	5	5	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	24			
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	18			
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	6			
5	5	5	3	3	3	3	4	2	4	5	39	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	40	1	2	2	2	4	3	3	15			
6	3	2	3	3	4	2	4	4	4	4	33	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34	4	3	3	2	3	3	3	18			
7	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	39	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40	3	4	4	3	4	4	4	22			
8	4	3	3	2	4	5	5	5	5	3	39	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44	3	3	5	4	4	4	5	24			
9	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	28	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	41	3	3	2	2	4	4	4	18			
10	4	3	4	4	5	2	5	5	5	5	42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4	5	5	3	4	4	5	26			
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	2	1	2	3	3	3	18	1	4	4	4	4	4	4	21			
12	4	3	2	2	3	2	4	3	4	3	30	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	33	3	4	4	2	3	2	3	18			
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	4	4	4	5	25			
14	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	34	3	3	3	3	3	3	3	18			
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	4	4	4	5	4	24			
16	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5	43	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47	3	3	4	2	5	5	5	22			
17	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	5	30			
18	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	13	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	5	5	5	5	3	4	4	27			
19	3	2	4	2	4	2	5	4	5	4	35	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	41	3	4	4	3	4	4	4	22			
20	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	4	4	4	23			
21	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	35	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	3	3	22			
22	2	2	1	1	2	2	2	5	5	5	27	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	46	3	5	5	4	5	3	3	25			
23	2	2	1	1	1	2	4	5	5	5	28	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	46	3	4	4	3	5	5	5	24			
24	2	2	2	2	1	2	3	4	5	5	28	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	46	3	5	5	3	5	5	5	26			
25	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	38	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37	2	3	4	3	4	4	4	20			
26	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	44	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48	5	4	5	4	4	4	5	27			
27	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	33	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34	3	4	4	3	3	3	3	20			
28	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43	4	4	4	3	5	5	4	24			
29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	5	5	5	4	4	4	4	27			
30	2	2	3	2	3	3	2	3	3	4	27	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	29	2	2	3	3	3	3	3	16			
31	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	34	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	33	4	3	3	3	3	3	3	19			
32	3	3	1	3	4	4	4	4	5	4	35	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38	3	3	3	3	3	3	3	18			
33	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	44	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	43	3	3	3	3	3	4	3	19			
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	4	4	4	23			
35	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	39	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	40	4	3	3	3	3	3	3	18			
36	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47	5	4	5	3	3	3	5	25			
37	5	5	4	2	2	1	1	1	4	4	29	5	4	4	1	2	4	5	1	1	2	29	4	2	3	4	3	3	3	19			
38	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	23			
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	24			
40	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	35	3	3	3	3	3	3	3	18			
41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	24			
42	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	4	5	5	5	29			
43	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	44	4	5	5	5	5	5	5	29			
44	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44	4	4	4	4	5	4	5	26			
45	3	3	1	1	1	1	3	3	5	5	26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	5	5	3	5	5	5	27			
46	3	3	3	3	1	1	3	3	4	5	29	4	4	3	5	3	3	4	5	3	3	37	5	5	5	3	5	5	5	28			
47	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	38	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	47	4	4	4	4	4	4	4	24			
48	2	2	2	2	2	2	3	3	5	5	28	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	39	4	4	4	3	5	5	5	26			
49	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	33	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	27	3	4	4	3	5	3	3	22			
50	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44	5	5	5	3	4	4	5	27			
51	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	31	2	4	3	3	3	4	3	3	2	4	31	2	2	2	3	3	2	4	16			
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	3	3	4	4	20	5	5	5	5	4	3	3	27			
53	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	42	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	45	3	2	2	2	4	2	2	15			
54	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	22	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	24	2	3	3	3	3	3	3	17			
55	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	44	4	4	4	5	5	5	4	27			
56	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	41	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46	5	5	5	4	4	4	5	28			
57	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	4	3	4	4	4	5	5	25			
58	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48	5	4	3	4	5	5	4	26			
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	4	4	4	4	4	4	4	24			
60	3	2	3	2	4	3	3	3	4	4	31	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38	2	2	2	2	2	2	3	13			

E. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

- Uji Validitas Terpaan Informasi *Skincare Overclaim* di TikTok @dokterdetektif (X1)

		Correlations										
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.909***	.697***	.768***	.669***	.643***	.650***	.629***	.641***	.578***	.885***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P02	Pearson Correlation	.909***	1	.740***	.798***	.600***	.632***	.533***	.553***	.531***	.528***	.842***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P03	Pearson Correlation	.697***	.740***	1	.742***	.570***	.480***	.468***	.461***	.363**	.374**	.730***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.004	.003	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P04	Pearson Correlation	.768***	.798***	.742***	1	.681***	.620***	.621***	.587***	.438***	.444***	.830***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P05	Pearson Correlation	.669***	.600***	.570***	.681***	1	.847***	.743***	.634***	.473***	.411**	.824***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P06	Pearson Correlation	.643***	.632***	.480***	.620***	.847***	1	.687***	.672***	.510***	.445***	.811***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P07	Pearson Correlation	.650***	.533***	.468***	.621***	.743***	.687***	1	.841***	.699***	.603***	.841***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P08	Pearson Correlation	.629***	.553***	.461***	.587***	.634***	.672***	.841***	1	.824***	.744***	.851***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P09	Pearson Correlation	.641***	.531***	.363**	.438***	.473***	.510***	.699***	.824***	1	.907***	.776***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P10	Pearson Correlation	.578***	.528***	.374**	.444***	.411**	.445***	.603***	.744***	.907***	1	.732***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.003	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	.885***	.842***	.730***	.830***	.824***	.811***	.841***	.851***	.776***	.732***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

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

- Uji Reliabilitas Terpaan Informasi *Skincare Overclaim* di TikTok @dokterdetektif (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	10

- Uji Validitas *Electronic Word of Mouth* (X2)

		Correlations										
		P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	TOTAL
P11	Pearson Correlation	1	.831***	.757***	.650***	.577***	.717***	.779***	.571***	.565***	.538***	.848***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P12	Pearson Correlation	.831***	1	.781***	.701***	.608***	.728***	.657***	.561***	.536***	.514***	.843***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P13	Pearson Correlation	.757***	.781***	1	.673***	.662***	.702***	.667***	.530***	.540***	.499***	.831***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P14	Pearson Correlation	.650***	.701***	.673***	1	.682***	.651***	.596***	.678***	.641***	.596***	.837***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P15	Pearson Correlation	.577***	.608***	.662***	.682***	1	.767***	.559***	.605***	.600***	.545***	.807***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P16	Pearson Correlation	.717***	.728***	.702***	.651***	.767***	1	.731***	.593***	.604***	.610***	.862***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P17	Pearson Correlation	.779***	.657***	.667***	.596***	.559***	.731***	1	.671***	.662***	.637***	.835***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P18	Pearson Correlation	.571***	.561***	.530***	.678***	.605***	.593***	.671***	1	.793***	.766***	.813***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P19	Pearson Correlation	.565***	.536***	.540***	.641***	.600***	.604***	.662***	.793***	1	.781***	.806***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P20	Pearson Correlation	.538***	.514***	.499***	.596***	.545***	.610***	.637***	.766***	.781***	1	.775***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	.848***	.843***	.831***	.837***	.807***	.862***	.835***	.813***	.806***	.775***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

- Uji Reliabilitas *Electronic Word of Mouth* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	10

- Uji Validitas Minat Beli *Skincare* Azarine (Y)

		Correlations						
		P21	P22	P23	P24	P25	P26	TOTAL
P21	Pearson Correlation	1	.706***	.559***	.364**	.365**	.453***	.752***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	.004	.004	<,001	<,001
	N	60	60	60	60	60	60	60
P22	Pearson Correlation	.706***	1	.761***	.383**	.550***	.502***	.841***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	.003	<,001	<,001	<,001
	N	60	60	60	60	60	60	60
P23	Pearson Correlation	.559***	.761***	1	.536***	.641***	.719***	.896***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	60	60	60	60	60	60	60
P24	Pearson Correlation	.364**	.383**	.536***	1	.435***	.423***	.657***
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	60	60	60	60	60	60	60
P25	Pearson Correlation	.365**	.550***	.641***	.435***	1	.638***	.761***
	Sig. (2-tailed)	.004	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	60	60	60	60	60	60	60
P26	Pearson Correlation	.453***	.502***	.719***	.423***	.638***	1	.789***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	.752***	.841***	.896***	.657***	.761***	.789***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	60	60	60	60	60	60	60

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

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

- Uji Reliabilitas Minat Beli *Skincare* Azarine (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	6

F. HASIL UJI KORELASI KENDALL'S TAU-B

- Uji Korelasi *Kendall's Tau_b* Terpaan Informasi *Skincare Overclaim* di TikTok @dokterdetektif (X1) dengan Minat Beli *Skincare* Azarine (Y)

Correlations			Terpaan Informasi	Minat Beli
Kendall's tau_b	Terpaan Informasi	Correlation Coefficient	1.000	.317***
		Sig. (2-tailed)	.	<,001
		N	60	60
	Minat Beli	Correlation Coefficient	.317***	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,001	.
		N	60	60

***. Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).

- Uji Korelasi *Kendall Tau_b* *Electronic Word of Mouth* (X2) dengan Minat Beli *Skincare* Azarine (Y)

Correlations			e-WOM	Minat Beli
Kendall's tau_b	e-WOM	Correlation Coefficient	1.000	.400***
		Sig. (2-tailed)	.	<,001
		N	60	60
	Minat Beli	Correlation Coefficient	.400***	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,001	.
		N	60	60

***. Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).