

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA UMKM AREM-AREM JAWARA DI KOTA SEMARANG)

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden

Di Kota Semarang

Perkenalkan saya Muhammad Adel Hilmi Halwanu, Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang angkatan 2020. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “***Pengaruh Celebrity Endorser dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada UMKM Arem-arem Jawa di Kota Semarang)***”.

Saya berharap Bapak/Ibu/Saudara/I bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya, apabila termasuk dalam kriteria yang tertulis di bawah ini:

- 1) Berdomisili di Kota Semarang
- 2) Individu yang mengetahui UMKM Arem-arem Jawa
- 3) Memiliki media sosial Tiktok atau Instagram
- 4) Pernah melihat/mengetahui Cik Min sebagai *Celebrity Endorser* di konten UMKM Arem-arem Jawa melalui media sosial Tiktok atau Instagram
- 5) Pernah membeli produk Arem-arem Jawa dalam 3 bulan terakhir
- 6) Bersedia mengisi kuesioner terkait dengan topik penelitian

Hasil kuesioner ini hanya akan dipergunakan dalam rangka penyusunan tugas akhir Skripsi sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1). Segala informasi dari hasil penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Diharapkan Bapak/Ibu/Sadara/I dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya guna membantu penelitian ini.

Demikian permohonan pengisian kuesioner ini, atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Adel Hilmi Halwanu

PETUNJUK PENGISIAN

Screening Questions

1. Pada bagian ini terdapat pertanyaan saringan (*Screening Questions*) yang digunakan untuk menyaring responden yang benar-benar sesuai kriteria.
2. Pilihlah salah satu dari 2 (dua) pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi anda yang sesungguhnya.

Pertanyaan terkait Identitas Responden

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

Pertanyaan terkait Variabel

1. Pada lembar ini terdapat beberapa pertanyaan yang harus diisi dan diharapkan agar menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur dan sebenar-benarnya
2. Tidak ada jawaban yang salah. Maka dari itu, tolong usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan
3. Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan cara memberikan tanda (O) pada jawaban yang ada pilih

Contoh Pengisian

1. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana isi konten yang ditampilkan dalam media sosial UMKM Arem-arem Jawa?
 - a. Sangat tidak menarik
 - b. Tidak menarik
 - c. Cukup menarik
 - d. Menarik
 - e. Sangat menarik

Alasan: Konten yang ditampilkan dalam media sosial memiliki teknik pengambilan video dan editing yang bagus.

SCREENING QUESTIONS

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I bersedia mengisi kuesioner ini?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai di sini)
2. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I saat ini berdomisi di Kota Semarang?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai di sini)
3. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I mengetahui UMKM Arem-arem Jawa?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai di sini)
4. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I memiliki dan menggunakan media sosial Tiktok atau Instagram?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai di sini)
5. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I pernah melihat/mengetahui Cik Min sebagai Celebrity Endorser di konten UMKM Arem-arem Jawa melalui media sosial Tiktok atau Instagram?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai di sini)
6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I pernah membeli produk Arem-arem Jawa dalam 3 bulan terakhir?
 - 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. Alamat :
5. Nomor HP :
6. Pendidikan terakhir:
 - a. SMA c. Sarjana (S1) e. Lainnya....
 - b. Diploma d. Pascasarjana (S2)
7. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa d. Karyawan BUMN
 - b. PNS/TNI/POLRI e. Karyawan Swasta
 - c. Ibu Rumah Tangga f. Lainnya....
8. Penghasilan/uang saku perbulan: Rp
9. Seberapa sering Bapak/Ibu/Saudara/I melihat/mengetahui konten promosi dari UMKM Arem-arem Jawa melalui media sosial?
 - a. Setiap hari c. Beberapa kali dalam sebulan
 - b. Beberapa kali dalam seminggu d. Beberapa kali dalam setahun
10. Seberapa sering Bapak/Ibu/Saudara/I membeli produk dari UMKM Arem-arem Jawa?
 - a. Setiap hari c. Beberapa kali dalam sebulan
 - b. Beberapa kali dalam seminggu d. Beberapa kali dalam setahun

PERTANYAAN TERKAIT VARIABEL

I. Variabel *Celebrity Endorser* (X1)

Kepercayaan

1. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana kredibilitas *celebrity endorser* yang digunakan dalam promosi produk UMKM Arem-arem Jawa?
- | | |
|--------------------------|--------------------|
| a. Sangat tidak kredibel | d. Kredibel |
| b. Tidak kredibel | e. Sangat kredibel |
| c. Cukup kredibel | |
- Alasan:.....

.....

2. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana popularitas *celebrity endorser* yang digunakan dalam promosi produk UMKM Arem-arem Jawa?
- a. Sangat tidak populer d. Populer
b. Tidak populer e. Sangat Populer
c. Cukup populer
- Alasan:.....
.....

Keahlian

3. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana kemampuan *celebrity endorser* dalam mempromosikan produk UMKM Arem-arem Jawa?
- a. Sangat tidak mampu d. Mampu
b. Tidak mampu e. Sangat Mampu
c. Cukup mampu
- Alasan:.....
.....
- Daya Tarik**
4. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana kemampuan *celebrity endorser* dalam menarik perhatian konsumen di dalam promosi produk UMKM Arem-arem Jawa?
- a. Sangat tidak mampu d. Mampu
b. Tidak mampu e. Sangat Mampu

- a. Cukup mampu

Alasan:.....

Kehormatan

1. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana reputasi *celebrity endorser* yang ditampilkan di dalam promosi produk UMKM Arem-arem Jawa?
- a. Sangat tidak bereputasi d. Bereputasi
b. Tidak bereputasi e. Sangat Bereputasi
c. Cukup bereputasi

Alasan:.....

Kesamaan dengan Audiens

2. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana kesamaan karakter atau sifat *celebrity endorser* dengan konsumen di dalam promosi produk UMKM Arem-arem Jawa?
- a. Sangat tidak sama d. Sama
b. Tidak sama e. Sangat Sama
c. Cukup sama

Alasan:.....

I. Variabel Social Media Marketing (X2)

Hiburan

3. Apakah konten yang disajikan dalam media sosial UMKM Arem-arem Jawa mampu menghibur Bapak/Ibu/Saudara/I?
- a. Sangat tidak mampu d. Mampu
b. Tidak mampu e. Sangat Mampu
c. Cukup mampu

Alasan:.....

Interaksi

4. Apakah media sosial UMKM Arem-arem Jawa mampu memberikan ruang kepada Bapak/Ibu/Saudara/I untuk dapat berinteraksi melalui kolom komentar?
- a. Sangat tidak mampu d. Mampu
b. Tidak mampu e. Sangat Mampu
c. Cukup mampu

Alasan:.....

5. Apakah media sosial UMKM Arem-arem Jawa mampu memberikan ruang kepada Bapak/Ibu/Saudara/I untuk dapat berkomunikasi melalui fitur *Direct Message*?
- a. Sangat tidak mampu d. Mampu
b. Tidak mampu e. Sangat Mampu
c. Cukup mampu

Alasan:.....

Mengikuti Trend

6. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I apakah media sosial UMKM Arem-arem Jawa mampu mengadopsi hal yang sedang trending dalam konten yang disajikan?
- a. Sangat tidak mampu d. Mampu
b. Tidak mampu e. Sangat Mampu
c. Cukup mampu

Alasan:.....

Kostumisasi

7. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I apakah media sosial UMKM Arem-arem Jawa mampu menyajikan konten mengenai layanan yang dapat dikostumisasi?
- a. Sangat tidak mampu d. Mampu

- a. Tidak mampu
b. Cukup mampu
e. Sangat Mampu

Alasan:.....
.....

Word of Mouth

1. Apakah konten yang disajikan dalam media sosial UMKM Arem-arem Jawa mampu menggerakkan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menyebarkannya kepada relasi Bapak/Ibu/Saudara/I?

- a. Sangat tidak mampu
b. Tidak mampu
c. Cukup mampu
d. Mampu
e. Sangat Mampu

Alasan:.....
.....

I. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pilihan Produk

2. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah *celebrity endorser* yang digunakan oleh UMKM Arem-arem Jawa mempengaruhi pilihan produk yang dibeli?

- a. Sangat tidak mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi
d. Mempengaruhi
e. Sangat mempengaruhi

Alasan:.....
.....

3. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah *social media marketing* UMKM Arem-arem Jawa mempengaruhi pilihan produk tertentu yang dibeli?

- a. Sangat tidak mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi
d. Mempengaruhi
e. Sangat mempengaruhi

Alasan:.....
.....

Pemilihan Merek

4. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah *celebrity endorser* yang digunakan oleh UMKM Arem-arem Jawa dapat mempengaruhi kemungkinan Anda untuk membeli produk dari merek UMKM Arem-arem Jawa?

- a. Sangat tidak mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi
d. Mempengaruhi
e. Sangat mempengaruhi

Alasan:.....
.....

5. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah *social media marketing* UMKM Arem-arem Jawa dapat mempengaruhi kemungkinan Anda untuk membeli produk dari merek UMKM Arem-arem Jawa?

- a. Sangat tidak mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi
d. Mempengaruhi
e. Sangat mempengaruhi

Alasan:.....
.....

Waktu Pembelian

6. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah promosi yang dilakukan oleh *celebrity endorser* dapat mempengaruhi kapan Anda memutuskan untuk membeli produk UMKM Arem-arem Jawa?

- a. Sangat tidak mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi
d. Mempengaruhi
e. Sangat mempengaruhi

Alasan:.....
.....

1. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah *social media marketing* UMKM Arem-arem Jawa dapat mempengaruhi kapan Anda memutuskan untuk membeli produk UMKM Arem-arem Jawa?

- a. Sangat tidak mempengaruhi d. Mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi e. Sangat mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi

Alasan:.....
.....

Jumlah Pembelian

2. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah promosi yang dilakukan oleh *celebrity endorser* dapat mempengaruhi jumlah pembelian produk UMKM Arem-arem Jawa?

- a. Sangat tidak mempengaruhi d. Mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi e. Sangat mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi

Alasan:.....
.....

3. Menurut pandangan Bapak/Ibu/Saudara/I, apakah *social media marketing* UMKM Arem-arem Jawa dapat mempengaruhi jumlah pembelian produk merek tersebut?

- a. Sangat tidak mempengaruhi d. Mempengaruhi
b. Tidak mempengaruhi e. Sangat mempengaruhi
c. Cukup mempengaruhi

Alasan:.....
.....

Lampiran 2 Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Penghasilan/Uang saku perbulan	
1	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	4.000.000
2	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.500.000
3	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.000.000
4	Laki-laki	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
5	Perempuan	Sarjana (S1)	Fresssshgraduate	Rp	500.000
6	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.000.000
7	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.500.000
8	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.500.000
9	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.500.000
10	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.000.000
11	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.500.000
12	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	800.000
13	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	3.000.000
14	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.000.000
15	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	4.000.000
16	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	2.000.000
17	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	5.000.000

18	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	200.000
19	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
20	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
21	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.000.000
22	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.504.000
23	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	6.000.000
24	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	8.000.000
25	Laki-laki	Diploma	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
26	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	5.000.000
27	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.500.000
28	Perempuan	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	15.000.000
29	Perempuan	Diploma	PNS/TNI/POLRI	Rp	6.000.000
30	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
31	Laki-laki	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
32	Perempuan	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	5.000.000
33	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.500.000
34	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.500.000
35	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	8.000.000
36	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	5.000.000
37	Perempuan	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	8.000.000
38	Perempuan	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	8.600.000
39	Laki-laki	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	6.000.000
40	Perempuan	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	8.000.000
41	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
42	Perempuan	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	5.000.000
43	Perempuan	Pascasarjana (S2)	Karyawan Swasta	Rp	5.000.000
44	Perempuan	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
45	Perempuan	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.700.000
46	Laki-laki	Sarjana (S1)	Tidak bekerja	Rp	1.500.000
47	Perempuan	Diploma	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.200.000
48	Perempuan	Diploma	Karyawan Swasta	Rp	10.000.000

49	Laki-laki	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	10.000.000
50	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.500.000
51	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	3.000.000
52	Perempuan	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	5.000.000
53	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	6.000.000
54	Laki-laki	Diploma	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
55	Perempuan	Diploma	Karyawan Swasta	Rp	3.000.000
56	Perempuan	Diploma	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
57	Perempuan	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	5.000.000
58	Laki-laki	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	6.000.000
59	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.000.000
60	Perempuan	Pascasarjana (S2)	PNS/TNI/POLRI	Rp	9.000.000
61	Perempuan	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	5.000.000
62	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	2.500.000
63	Perempuan	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	4.000.000
64	Laki-laki	SMA	PNS/TNI/POLRI	Rp	6.000.000
65	Perempuan	Sarjana (S1)	PNS/TNI/POLRI	Rp	4.000.000
66	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan BUMN	Rp	10.000.000
67	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	4.500.000
68	Laki-laki	Diploma	Karyawan Swasta	Rp	10.000.000
69	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	1.000.000
70	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	10.000.000
71	Laki-laki	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	6.000.000
72	Perempuan	Sarjana (S1)	Karyawan Swasta	Rp	5.000.000
73	Laki-laki	Pascasarjana (S2)	Karyawan BUMN	Rp	15.000.000
74	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
75	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	500.000
76	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	350.000
77	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	3.000.000
78	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	6.000.000
79	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
80	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
81	Laki-laki	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.500.000
82	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	5.000.000
83	Laki-laki	Sarjana (S1)	Pengusaha	Rp	7.000.000
84	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000

85	Laki-laki	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.500.000
86	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta	Rp	3.000.000
87	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	5.000.000
88	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	3.000.000
89	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
90	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
91	Perempuan	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.000.000
92	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
93	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.000.000
94	Laki-laki	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.400.000
95	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	1.000.000
96	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp	3.500.000
97	Laki-laki	Sarjana (S1)	Pelajar/Mahasiswa	Rp	2.300.000

No.	Frekuensi Melihat/Mengetahui Konten Promosi UMKM Arem-arem Jawara	Frekuensi Pembelian Produk UMKM Arem-arem Jawara
1	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam sebulan
2	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
3	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
4	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
5	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
6	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
7	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
8	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
9	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam setahun
10	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
11	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
12	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
13	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
14	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
15	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam setahun
16	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam setahun
17	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
18	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
19	Setiap hari	Setiap hari
20	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
21	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu

22	Setiap hari	Setiap hari
23	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
24	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam setahun
25	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
26	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
27	Setiap hari	Beberapa kali dalam seminggu
28	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
29	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
30	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
31	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
32	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
33	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
34	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
35	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
36	Setiap hari	Setiap hari
37	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
38	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
39	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
40	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
41	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam seminggu
42	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
43	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
44	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
45	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
46	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
47	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
48	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
49	Setiap hari	Beberapa kali dalam seminggu
50	Setiap hari	Setiap hari
51	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
52	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
53	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
54	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
55	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
56	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
57	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam setahun
58	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
59	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
60	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu

61	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
62	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
63	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
64	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
65	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
66	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
67	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
68	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
69	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
70	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
71	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
72	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
73	Setiap hari	Setiap hari
74	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam setahun
75	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam setahun
76	Setiap hari	Beberapa kali dalam seminggu
77	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
78	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam setahun
79	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
80	Setiap hari	Setiap hari
81	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
82	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
83	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
84	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam setahun
85	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam setahun
86	Beberapa kali dalam setahun	Beberapa kali dalam setahun
87	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
88	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam sebulan
89	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
90	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
91	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
92	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
93	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam setahun
94	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
95	Beberapa kali dalam sebulan	Beberapa kali dalam sebulan
96	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu
97	Beberapa kali dalam seminggu	Beberapa kali dalam seminggu

Lampiran 3 Data Tabel Induk

Responden	<i>Celebrity Endorser</i>						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	5	5	4	5	27
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	4	4	4	4	4	23
6	5	4	4	5	5	4	27
7	4	4	5	4	4	4	25
8	4	5	5	5	4	4	27
9	3	4	4	4	4	4	23
10	4	4	5	4	4	4	25
11	5	5	5	4	4	4	27
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	4	29
14	4	4	5	5	5	5	28
15	4	4	5	4	4	5	26
16	4	3	3	3	4	3	20
17	4	4	4	5	5	5	27
18	4	4	5	4	5	5	27
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	4	5	5	5	5	29
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	5	4	4	25
25	3	3	3	3	3	3	18
26	5	4	4	4	4	4	25
27	5	5	5	5	4	4	28
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	4	4	4	27
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	4	5	5	4	28
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	4	4	4	4	24
35	5	4	4	4	4	4	25

36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	5	4	4	5	4	27
40	5	5	5	5	5	4	29
41	5	4	4	4	4	4	25
42	4	5	5	5	4	4	27
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	5	4	5	4	27
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	4	5	29
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	5	30
55	3	3	4	3	4	4	21
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	5	5	5	5	5	29
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	4	4	5	5	5	28
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	4	5	5	4	4	27
70	4	4	5	4	4	4	25
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	4	4	5	4	5	27
73	5	5	5	5	5	5	30
74	3	4	4	5	4	4	24

75	4	5	4	5	4	5	27
76	4	5	5	4	4	5	27
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	5	5	5	5	4	28
79	4	3	4	4	4	4	23
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	4	5	4	5	4	27
82	4	3	4	4	4	4	23
83	4	5	5	5	4	4	27
84	4	4	4	5	3	3	23
85	5	4	3	5	4	3	24
86	4	4	4	4	3	3	22
87	4	4	3	4	3	4	22
88	4	5	5	5	4	4	27
89	4	5	3	4	5	3	24
90	5	4	4	4	4	4	25
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	5	4	5	5	4	27
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	5	5	5	5	4	28
95	5	4	4	4	4	4	25
96	4	5	4	4	4	4	25
97	4	4	4	4	5	4	25

Responden	<i>Social Media Marketing</i>						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	5	4	5	4	4	4	26
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	3	4	4	23
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	5	4	5	4	26
7	5	4	4	5	5	4	27
8	5	5	5	4	4	4	27
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	5	4	4	5	26
12	4	4	4	4	4	3	23

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

52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	5	4	5	4	5	27
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	5	5	4	4	5	27
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	4	4	4	4	4	25
72	5	5	5	5	4	5	29
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	4	3	4	4	25
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	5	4	5	4	5	27
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	5	4	5	5	27
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	4	5	4	4	5	27
82	4	3	5	3	4	5	24
83	4	5	4	4	5	5	27
84	5	4	4	4	4	3	24
85	4	4	5	5	3	5	26
86	4	5	5	4	4	4	26
87	4	4	4	3	5	5	25
88	3	4	5	3	5	5	25
89	5	4	3	5	5	5	27
90	4	5	4	4	4	4	25

68	4	5	5	5	5	5	5	5	39
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	4	5	4	4	5	4	4	34
71	5	4	4	4	5	4	4	5	35
72	5	5	5	5	5	5	4	4	38
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	3	4	5	4	4	3	4	3	30
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	4	5	5	4	4	4	4	4	34
77	5	5	5	5	4	4	4	4	36
78	5	5	5	5	4	4	4	5	37
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	4	5	5	4	5	4	4	5	36
82	5	4	4	3	4	4	4	4	32
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	4	4	4	4	4	3	4	4	31
85	4	3	5	4	4	3	3	4	30
86	4	4	4	4	3	3	4	4	30
87	4	3	4	3	5	4	3	3	29
88	5	5	5	5	5	4	3	3	35
89	3	4	5	3	4	5	4	5	33
90	5	4	4	4	4	5	5	5	36
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	5	5	4	4	5	5	4	5	37
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	5	4	5	4	4	4	4	5	35
95	4	4	5	5	5	5	5	5	38
96	4	5	5	4	5	5	5	4	37
97	4	5	5	5	4	4	5	4	36

Lampiran 4 Uji Validitas Variabel *Celebrity Endorser* (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.9897	6.198	.644	.892
X1.2	22.0000	5.937	.749	.876
X1.3	21.9485	5.945	.735	.878
X1.4	21.9175	6.035	.753	.875
X1.5	22.0103	6.052	.735	.878
X1.6	22.0928	6.023	.726	.879

Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel *Celebrity Endorser* (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	6

Lampiran 6 Uji Validitas Variabel *Social Media Marketing* (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	22.2062	5.332	.700	.848
X2.2	22.2062	5.395	.702	.848
X2.3	22.1959	5.409	.665	.854
X2.4	22.2990	4.983	.733	.842
X2.5	22.2680	5.552	.616	.862
X2.6	22.1753	5.521	.644	.858

Lampiran 7 Uji Reliabilitas Variabel *Social Media Marketing* (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	6

Lampiran 8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	30.8247	12.771	.694	.914
Y.2	30.8351	12.556	.751	.910
Y.3	30.7113	13.291	.653	.917
Y.4	30.8866	12.372	.787	.907
Y.5	30.8557	12.687	.722	.912
Y.6	30.8763	12.214	.799	.906
Y.7	30.8866	12.393	.781	.907
Y.8	30.8557	12.500	.701	.914

Lampiran 9 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	8

Lampiran 10 Uji Regresi Sederhana Variabel *Celebrity Endorser* (X1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 ^a	.630	.626	2.467

a. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	983.814	1	983.814	161.630	<.001 ^b
	Residual	578.248	95	6.087		
	Total	1562.062	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.288	2.292		2.744	.007
	Celebrity Endorser (X1)	1.097	.086	.794	12.713	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 11 Uji Regresi Sederhana Variabel *Social Media Marketing* (X2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.694	2.230

a. Predictors: (Constant), Social Media Marketing (X2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1089.785	1	1089.785	219.214	<,001 ^b
	Residual	472.277	95	4.971		
	Total	1562.062	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Social Media Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.514	2.222		1.131	.261
	Social Media Marketing (X2)	1.227	.083	.835	14.806	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 12 Uji Regresi Berganda *Celebrity Endorser* (X1) dan *Social Media Marketing* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.745	.739	2.060

a. Predictors: (Constant), Social Media Marketing (X2),
Celebrity Endorser (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1163.216	2	581.608	137.073	<,001 ^b
	Residual	398.846	94	4.243		
	Total	1562.062	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Social Media Marketing (X2), Celebrity Endorser (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.573	2.106		.272	.786
	Celebrity Endorser (X1)	.490	.118	.355	4.160	<.001
	Social Media Marketing (X2)	.815	.125	.554	6.502	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 13 Similarity Index

Pengaruh Celebrity Endorser dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian - Adel Hilmi

ORIGINALITY REPORT

15%	14%	7%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints2.undip.ac.id Internet Source	2%
2	eprints.undip.ac.id Internet Source	2%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
5	adoc.pub Internet Source	<1%
6	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
7	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1%
8	123dok.com Internet Source	<1%
9	www.scribd.com Internet Source	<1%