

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Telah Melakukan Penelitian



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

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

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

No: 131 /UN7- F7- 6.4.1 /U /VI /2025

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

Nama	: Muhammad Iqbal Setiawan
NIM	: 14030121140186
Departemen	: Administrasi Bisnis
Waktu Penelitian	: 07 Januari 2025
Lokasi Penelitian	: Jakarta Timur
Judul	: PENGARUH E-CONTENT MARKETING DAN LIVESTREAM SHOPPING TERHADAP DIGITAL CUSTOMER ENGAGEMENT PADA PRODUK F&B DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN DI JAKARTA TIMUR)

Benar nama diatas telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi/tugas akhir dengan judul “ PENGARUH E-CONTENT MARKETING DAN LIVESTREAM SHOPPING TERHADAP DIGITAL CUSTOMER ENGAGEMENT PADA PRODUK F&B DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN DI JAKARTA TIMUR) ”.

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

Semarang, 7 Juni 2025

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

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

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *E-CONTENT MARKETING* DAN *LIVESTREAM SHOPPING* TERHADAP *DIGITAL CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA PRODUK *F&B* DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN DI JAKARTA TIMUR)

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Jakarta Timur

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal Setiawan

NIM : 14030121140186

Program Studi : S1 Administrasi Bisnis

Asal Kampus : Universitas Diponegoro

Bermaksud untuk melakukan penelitian terkait tugas akhir skripsi dengan judul “**Pengaruh *E-Content Marketing* Dan *Livestream Shopping* Terhadap *Digital Customer Engagement* Pada Produk *F&B* Di Shopee (Studi Pada Konsumen Di Jakarta Timur)**” dan saya membutuhkan responden dengan kriteria antara lain sebagai berikut:

1. Masyarakat yang berdomisili Jakarta Timur
2. Berusia minimal 18 tahun
3. Pernah melihat promosi produk F&B melalui Shopee Live atau Shopee Video pada aplikasi Shopee
4. Bersedia mengisi kuesioner untuk keperluan penelitian

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,

Muhammad Iqbal Setiawan

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 tinggal atau berdomisili di Jakarta Timur?
 - A. Ya
 - B. Tidak (Berhenti sampai di sini)
2. Apakah Anda termasuk dalam konsumen yang saat ini berusia 18?
 - A. Ya
 - B. Tidak (Berhenti sampai di sini)
3. Apakah Anda pernah melihat promosi produk *F&B* melalui Shopee Live atau Shopee Video pada aplikasi Shopee?
 - A. Ya
 - B. Tidak (Berhenti sampai di sini)
4. 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) Pasar Rebo	(B) Makasar	(C) Duren Sawit
(D) Ciracas	(E) Kramat Jati	(F) Cakung
(G) Cipayung	(H) Jatinegara	(I) Pulogadung
(J) Matraman		
7. Pendidikan Terakhir :

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

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

(A) $\leq$ Rp. 2.500.000	(D) $>$ Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
(B) $>$ Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000	(E) $>$ Rp. 5.500.000
(C) $>$ Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000	

Pertanyaan Terkait Variabel

A. E-Content marketing

1. Relevansi

1. Saya merasa informasi yang disampaikan penjual dalam *content marketing* pada Shopee Video relevan dengan kebutuhan saya.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

2. Saya merasa *content marketing* penjual pada Shopee Video sesuai dengan tren atau kebutuhan terkini di masyarakat.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

2. Akurasi

3. Saya merasa informasi produk yang disampaikan penjual cukup akurat pada *content marketing* di Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

4. Saya merasa informasi yang diberikan penjual dalam *content marketing* pada Shopee Video dapat dipercaya.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

3. Bernilai

5. Saya merasakan manfaat dari informasi yang disampaikan penjual pada *content marketing* di Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

6. Saya merasa penjual memberikan informasi yang detail terkait produk yang dijual pada *content marketing* di Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

4. Mudah Dipahami

7. Saya mudah memahami pesan yang disampaikan penjual dalam *content marketing* di Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

8. Saya merasa gaya bahasa yang digunakan penjual dalam *content marketing* pada Shopee Video cukup jelas, sederhana, dan mudah dimengerti.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

5. Mudah Ditemukan

9. Saya mudah menemukan *content marketing* produk F&B pada Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

10. Saya merasa sering menemukan *content marketing* produk F&B pada Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

6. Konsisten

11. Saya merasa penjual pada Shopee Video sangat konsisten dalam mengunggah *content marketing* mereka secara berkala dari waktu ke waktu.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

12. Saya merasa penjual sangat konsisten dalam memperbarui informasi produk mereka melalui *content marketing* di Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

B. Livestream Shopping

1. Streamer Attractiveness

13. Saya merasa *streamer* (penjual) mampu menciptakan live yang menarik pada Shopee Live.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

14. Saya merasa *streamer* (penjual) berpengaruh dalam mendorong saya untuk melakukan transaksi melalui Shopee Live.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

2. Para-Social Interaction

15. Saya merasakan keterlibatan melalui interaksi dengan *streamer* (penjual) pada Shopee Live.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

16. Saya merasakan kedekatan emosional yang kuat melalui interaksi dengan *streamer* (penjual) pada Shopee Live.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

3. *Information Quality*

17. Saya merasa informasi produk yang disajikan oleh *streamer* (penjual) lengkap dan detail saat live di Shopee Live.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

18. Saya merasa termotivasi untuk melakukan pembelian produk setelah melihat penyajian informasi dari *streamer* (penjual) pada Shopee Live.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

C. *Digital Customer Engagement*

1. *Trust*

19. Saya merasa produk dan layanan yang ditampilkan di Shopee Live atau Shopee Video relevan dengan kebutuhan atau tujuan saya sebagai pelanggan.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

20. Saya merasa Shopee Live atau Shopee Video mudah digunakan dalam melakukan interaksi dengan penjual.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

2. *Dedication*

21. Saya merasakan terlibat saat saya menonton atau berinteraksi di Shopee Live atau Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

22. Saya merasa tertarik dengan produk atau layanan yang ditampilkan oleh penjual di Shopee Live atau Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

3. *Reputation*

23. Saya merasa testimoni atau ulasan positif dari pengguna lain berpengaruh dalam meningkatkan kepercayaan saya pada produk yang ditawarkan di Shopee Live atau Shopee Video.

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

24. Saya merasa Shopee Live atau Shopee Video sangat mampu menawarkan produk yang sesuai dengan preferensi saya.

- | | |
|------------------------|------------------------|
| a. Sangat Tidak Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Sangat Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Netral | |

Alasan:.....

.....

Lampiran 3. Identitas Responden

Nama Lengkap	Usia	Jenis Kelamin	Kecamatan	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan/Uang Saku per-bulan
IA	25	Perempuan	Cakung	SMA/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000
S	23	Perempuan	Cakung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
KC	21	Perempuan	Cakung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000
APU	19	Perempuan	Cakung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
KC	21	Perempuan	Cakung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
AC	20	Perempuan	Cakung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000
AD	21	Perempuan	Cakung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
IS	24	Perempuan	Cakung	Sarjana/Sederajat	Wirausaha	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
A	25	Perempuan	Cakung	Sarjana/Sederajat	Wirausaha	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
IAY	22	Perempuan	Cakung	Sarjana/Sederajat	Wirausaha	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
I	23	Perempuan	Cipayung	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
N	24	Laki-laki	Cipayung	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
N	25	Perempuan	Cipayung	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
C	24	Perempuan	Cipayung	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
NI	21	Perempuan	Cipayung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
A	21	Perempuan	Cipayung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
NZ	21	Perempuan	Cipayung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
N	20	Perempuan	Cipayung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
I	23	Perempuan	Cipayung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
G	29	Perempuan	Cipayung	Sarjana/Sederajat	PNS/TNI/Polri	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
HP	24	Laki-laki	Ciracas	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000

N	27	Perempuan	Ciracas	Diploma/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
HS	24	Perempuan	Ciracas	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
HN	25	Perempuan	Ciracas	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
ZA	24	Perempuan	Ciracas	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
NFA	25	Perempuan	Ciracas	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
ILA	23	Perempuan	Ciracas	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
kLAT	25	Perempuan	Ciracas	Sarjana/Sederajat	PNS/TNI/Polri	> Rp. 5.500.000
fNUG	26	Laki-laki	Ciracas	Sarjana/Sederajat	PNS/TNI/Polri	> Rp. 5.500.000
YWI	22	Laki-laki	Ciracas	Diploma/Sederajat	Wirausaha	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
A	25	Perempuan	Duren Sawit	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
AD	22	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
W	22	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
R	22	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
YR	21	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
N	20	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
A	20	Laki-laki	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
AKE	21	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
M	19	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
LGR	21	Perempuan	Duren Sawit	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000
V	22	Perempuan	Jatinegara	Diploma/Sederajat	Wirausaha	> Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000
C	23	Perempuan	Jatinegara	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 5.500.000
D	27	Laki-laki	Jatinegara	SMA/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
NY	21	Perempuan	Jatinegara	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
AS	20	Perempuan	Jatinegara	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000

S	21	Perempuan	Jatinegara	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
NR	20	Perempuan	Jatinegara	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
MR	21	Perempuan	Jatinegara	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
N	21	Laki-laki	Jatinegara	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
A	28	Perempuan	Jatinegara	Sarjana/Sederajat	PNS/TNI/Polri	> Rp. 5.500.000
SHA	28	Perempuan	Kramat Jati	Diploma/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
PCLA	25	Perempuan	Kramat Jati	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
RS	27	Laki-laki	Kramat Jati	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.500.000
TMAT	24	Perempuan	Kramat Jati	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.500.000
HMA	26	Perempuan	Kramat Jati	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.500.000
KW	21	Laki-laki	Kramat Jati	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
VY	21	Perempuan	Kramat Jati	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
F	20	Perempuan	Kramat Jati	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
VD	22	Perempuan	Kramat Jati	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
WYU	21	Laki-laki	Kramat Jati	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
A	23	Perempuan	Makasar	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
NPU	25	Perempuan	Makasar	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
AK	21	Perempuan	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
TP	22	Perempuan	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
FD	21	Laki-laki	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
ZA	21	Laki-laki	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
KAB	21	Laki-laki	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
W	21	Laki-laki	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
RP	22	Perempuan	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000

RAN	22	Perempuan	Makasar	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
SHA	24	Perempuan	Matraman	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
DMA	25	Perempuan	Matraman	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
ES	22	Perempuan	Matraman	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.500.000
K	22	Perempuan	Matraman	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.500.000
VA	23	Perempuan	Matraman	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
NZ	22	Perempuan	Matraman	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
M	20	Perempuan	Matraman	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
AR	21	Perempuan	Matraman	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
A	21	Perempuan	Matraman	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
DK	24	Perempuan	Matraman	Sarjana/Sederajat	Wirausaha	> Rp. 5.500.000
SN	26	Perempuan	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Freelancer	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
NFA	23	Perempuan	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
NW	25	Perempuan	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.500.000
A	23	Perempuan	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 5.500.000
NABI	24	Laki-laki	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
CK	26	Perempuan	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Pegawai BUMN	> Rp. 5.500.000
AA	27	Perempuan	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Pegawai BUMN	> Rp. 5.500.000
FLA	25	Perempuan	Pasar Rebo	Sarjana/Sederajat	Pegawai BUMN	> Rp. 5.500.000
YAN	22	Perempuan	Pasar Rebo	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
AK	21	Perempuan	Pasar Rebo	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
M	22	Perempuan	Pulogadung	Diploma/Sederajat	Karyawan Swasta	> Rp. 4.500.000 – Rp. 5.500.000
APE	21	Perempuan	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
ZAZ	21	Perempuan	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000

BP	22	Perempuan	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
UDWI	23	Perempuan	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
A	21	Laki-laki	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000
RAD	21	Laki-laki	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
AI	22	Laki-laki	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 2.500.000
AB	21	Laki-laki	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
GB	21	Laki-laki	Pulogadung	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000

Lampiran 4. Tabel Induk

No	<i>E-Content Marketing</i>												<i>Livestream Shopping</i>						<i>Digital Customer Engagaement</i>					
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Y	Y	Y	Y	Y	Y
	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	2.	2.	2.	2.	2.	2.	1.	1.	1.	1.	1.	1.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
6	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
9	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3
12	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
13	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
17	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
18	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
19	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
20	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
21	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4
22	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4
25	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
26	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4

58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4
59	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
60	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3
61	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4
62	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
63	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
64	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
65	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
66	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
69	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4
70	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
71	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
72	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
73	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
74	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
75	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
76	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
77	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4
78	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
79	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
80	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
81	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
83	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
86	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
87	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4

89	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
90	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
91	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
92	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
94	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4
95	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
96	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
98	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
99	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
100	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4

Lampiran 5. Uji Validitas

a. E-Content Marketing

		Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,462**	,551**	,667**	,526**	,467**	,383**	,479**	,441**	,421**	,559**	,486**	,700**
	Sig. (2-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
X1.2	Pearson Correlation	,462**	1	,635**	,542**	,567**	,620**	,496**	,570**	,542**	,595**	,537**	,495**	,776**
	Sig. (2-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
X1.3	Pearson Correlation	,551**	,635**	1	,563**	,592**	,642**	,493**	,502**	,536**	,539**	,559**	,538**	,785**
	Sig. (2-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
X1.4	Pearson Correlation	,667**	,542**	,563**	1	,510**	,407**	,458**	,465**	,377**	,476**	,511**	,529**	,709**
	Sig. (2-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
X1.5	Pearson Correlation	,526**	,567**	,592**	,510**	1	,531**	,465**	,519**	,531**	,575**	,532**	,532**	,750**
	Sig. (2-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
X1.6	Pearson Correlation	,467**	,620**	,642**	,407**	,531**	1	,507**	,644**	,631**	,655**	,540**	,652**	,807**
	Sig. (2-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
X1.7	Pearson Correlation	,383**	,496**	,493**	,458**	,465**	,507**	1	,502**	,452**	,434**	,506**	,550**	,689**
	Sig. (2-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
X1.8	Pearson Correlation	,479**	,570**	,502**	,465**	,519**	,644**	,502**	1	,586**	,684**	,639**	,617**	,795**
	Sig. (2-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
X1.9	Pearson Correlation	,441**	,542**	,536**	,377**	,531**	,631**	,452**	,586**	1	,603**	,469**	,568**	,741**
	Sig. (2-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
X1.10	Pearson Correlation	,421**	,595**	,539**	,476**	,575**	,655**	,434**	,684**	,603**	1	,605**	,567**	,787**
	Sig. (2-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
X1.11	Pearson Correlation	,559**	,537**	,559**	,511**	,532**	,540**	,506**	,639**	,469**	,605**	1	,628**	,774**
	Sig. (2-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
X1.12	Pearson Correlation	,486**	,495**	,538**	,529**	,532**	,652**	,550**	,617**	,568**	,567**	,628**	1	,791**
	Sig. (2-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_X1	Pearson Correlation	,700**	,776**	,785**	,709**	,750**	,807**	,689**	,795**	,741**	,787**	,774**	,791**	1
	Sig. (2-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 (2-tailed).

b. Livestream Shopping

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,291**	,392**	,339**	,433**	,286**	,696**
	Sig. (2-tailed)		,003	,000	,001	,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,291**	1	,276**	,343**	,457**	,336**	,661**
	Sig. (2-tailed)	,003		,006	,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,392**	,276**	1	,241*	,264**	,301**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006		,016	,008	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,339**	,343**	,241*	1	,490**	,336**	,666**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,016		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,433**	,457**	,264**	,490**	1	,150	,677**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,008	,000		,136	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,286**	,336**	,301**	,336**	,150	1	,627**
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,002	,001	,136		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,696**	,661**	,650**	,666**	,677**	,627**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Digital Customer Engagement

		Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	,487**	,438**	,333**	,393**	,349**	,755**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,487**	1	,443**	,391**	,217*	,338**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,030	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,438**	,443**	1	,173	,127	,419**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,084	,209	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,333**	,391**	,173	1	,480**	,255*	,661**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,084		,000	,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	,393**	,217*	,127	,480**	1	,143	,583**
	Sig. (2-tailed)	,000	,030	,209	,000		,156	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	,349**	,338**	,419**	,255*	,143	1	,616**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,010	,156		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,755**	,738**	,641**	,661**	,583**	,616**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6. Uji Reliabilitas

a. *E-Content Marketing*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,933	,933	12

b. *Livestream Shopping*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,739	,746	6

c. *Digital Customer Engagement*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,751	,749	6

Lampiran 7. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

a. *E-Content Marketing*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,538 ^a	,289	,282	1,649

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X1

b. *Livestream Shopping*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,640 ^a	,409	,403	1,503

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2

c. *Simultan*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 ^a	,601	,593	1,242

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Lampiran 8. Uji Regresi dan Uji Signifikansi

a. E-Content Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,459	1,358		10,648	,000
	TOTAL_X1	,169	,027	,538	6,315	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Livestream Shopping

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,766	1,852		4,194	,000
	TOTAL_X2	,599	,073	,640	8,238	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

c. Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	225,384	2	112,692	73,105	,000 ^b
	Residual	149,526	97	1,542		
	Total	374,910	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Lampiran 9. Tabel r

df = (N-2)	Tabel r one tail		df = (N-2)	Tabel r one tail	
	0.05	0.025		0.05	0.025
	Tabel r two tails			Tabel r two tails	
	0.1	0.05		0.1	0.05
1	0.9877	0.9969	61	0.2091	0.2480
2	0.9000	0.9500	62	0.2075	0.2461
3	0.8054	0.8783	63	0.2058	0.2441
4	0.7293	0.8114	64	0.2042	0.2423
5	0.6694	0.7545	65	0.2027	0.2404
6	0.6215	0.7067	66	0.2012	0.2387
7	0.5822	0.6664	67	0.1997	0.2369
8	0.5494	0.6319	68	0.1982	0.2352
9	0.5214	0.6021	69	0.1968	0.2335
10	0.4973	0.5760	70	0.1954	0.2319
11	0.4762	0.5529	71	0.1940	0.2303
12	0.4575	0.5324	72	0.1927	0.2287
13	0.4409	0.5140	73	0.1914	0.2272
14	0.4259	0.4973	74	0.1901	0.2257
15	0.4124	0.4821	75	0.1888	0.2242
16	0.4000	0.4683	76	0.1876	0.2227
17	0.3887	0.4555	77	0.1864	0.2213
18	0.3783	0.4438	78	0.1852	0.2199
19	0.3687	0.4329	79	0.1841	0.2185
20	0.3598	0.4227	80	0.1829	0.2172
21	0.3515	0.4132	81	0.1818	0.2159
22	0.3438	0.4044	82	0.1807	0.2146
23	0.3365	0.3961	83	0.1796	0.2133
24	0.3297	0.3882	84	0.1786	0.2120
25	0.3233	0.3809	85	0.1775	0.2108
26	0.3172	0.3739	86	0.1765	0.2096
27	0.3115	0.3673	87	0.1755	0.2084
28	0.3061	0.3610	88	0.1745	0.2072
29	0.3009	0.3550	89	0.1735	0.2061
30	0.2960	0.3494	90	0.1726	0.2050
31	0.2913	0.3440	91	0.1716	0.2039
32	0.2869	0.3388	92	0.1707	0.2028
33	0.2826	0.3338	93	0.1698	0.2017
34	0.2785	0.3291	94	0.1689	0.2006
35	0.2746	0.3246	95	0.1680	0.1996

36	0.2709	0.3202	96	0.1671	0.1986
37	0.2673	0.3160	97	0.1663	0.1975
df = (N-2)	Tabel r one tail		df = (N-2)	Tabel r one tail	
	0.05	0.025		0.05	0.025
	Tabel r two tails			Tabel r two tails	
	0.1	0.05		0.1	0.05
38	0.2638	0.3120	98	0.1654	0.1966
39	0.2605	0.3081	99	0.1646	0.1956
40	0.2573	0.3044	100	0.1638	0.1946
41	0.2542	0.3008	101	0.1630	0.1937
42	0.2512	0.2973	102	0.1622	0.1927
43	0.2483	0.2940	103	0.1614	0.1918
44	0.2455	0.2907	104	0.1606	0.1909
45	0.2429	0.2876	105	0.1599	0.1900
46	0.2403	0.2845	106	0.1591	0.1891
47	0.2377	0.2816	107	0.1584	0.1882
48	0.2353	0.2787	108	0.1576	0.1874
49	0.2329	0.2759	109	0.1569	0.1865
50	0.2306	0.2732	110	0.1562	0.1857
51	0.2284	0.2706	111	0.1555	0.1848
52	0.2262	0.2681	112	0.1548	0.1840
53	0.2241	0.2656	113	0.1541	0.1832
54	0.2221	0.2632	114	0.1535	0.1824
55	0.2201	0.2609	115	0.1528	0.1816
56	0.2181	0.2586	116	0.1522	0.1809
57	0.2162	0.2564	117	0.1515	0.1801
58	0.2144	0.2542	118	0.1509	0.1793
59	0.2126	0.2521	119	0.1502	0.1786
60	0.2108	0.2500	120	0.1496	0.1779

Lampiran 10. Tabel t

df = (N-2)	Tabel t one tail		df = (N-2)	Tabel t one tail	
	0.05	0.025		0.05	0.025
	Tabel t two tails			Tabel t two tails	
	0.1	0.05		0.1	0.05
1	6,314	12,706	51	1,675	2,008
2	2,920	4,303	52	1,675	2,007
3	2,353	3,182	53	1,674	2,006
4	2,132	2,776	54	1,674	2,005
5	2,015	2,571	55	1,673	2,004
6	1,943	2,447	56	1,673	2,003
7	1,895	2,365	57	1,672	2,002
8	1,860	2,306	58	1,672	2,002
9	1,833	2,262	59	1,671	2,001
10	1,812	2,228	60	1,671	2,000
11	1,796	2,201	61	1,670	2,000
12	1,782	2,179	62	1,670	1,999
13	1,771	2,160	63	1,669	1,998
14	1,761	2,145	64	1,669	1,998
15	1,753	2,131	65	1,669	1,997
16	1,746	2,120	66	1,668	1,997
17	1,740	2,110	67	1,668	1,996
18	1,734	2,101	68	1,668	1,995
19	1,729	2,093	69	1,667	1,995
20	1,725	2,086	70	1,667	1,994
21	1,721	2,080	71	1,667	1,994
22	1,717	2,074	72	1,666	1,993
23	1,714	2,069	73	1,666	1,993
24	1,711	2,064	74	1,666	1,993
25	1,708	2,060	75	1,665	1,992
26	1,706	2,056	76	1,665	1,992
27	1,703	2,052	77	1,665	1,991
28	1,701	2,048	78	1,665	1,991
29	1,699	2,045	79	1,664	1,990
30	1,697	2,042	80	1,664	1,990
31	1,696	2,040	81	1,664	1,990
32	1,694	2,037	82	1,664	1,989
33	1,692	2,035	83	1,663	1,989
34	1,691	2,032	84	1,663	1,989
35	1,690	2,030	85	1,663	1,988

36	1,688	2,028	86	1,663	1,988
37	1,687	2,026	87	1,663	1,988
df = (N-2)	Tabel t one tail		df = (N-2)	Tabel t one tail	
	0.05	0.025		0.05	0.025
	Tabel t two tails			Tabel t two tails	
	0.1	0.05		0.1	0.05
38	1,686	2,024	88	1,662	1,987
39	1,685	2,023	89	1,662	1,987
40	1,684	2,021	90	1,662	1,987
41	1,683	2,020	91	1,662	1,986
42	1,682	2,018	92	1,662	1,986
43	1,681	2,017	93	1,661	1,986
44	1,680	2,015	94	1,661	1,986
45	1,679	2,014	95	1,661	1,985
46	1,679	2,013	96	1,661	1,985
47	1,678	2,012	97	1,661	1,985
48	1,677	2,011	98	1,661	1,984
49	1,677	2,010	99	1,660	1,984
50	1,676	2,009	100	1,660	1,984

Lampiran 11. Tabel F

df = (N-2)	df = (N-1)					df = (N-2)	df = (N-1)				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	161	199	216	225	230	61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31

38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
df = (N-2)	df = (N-1)					df = (N-2)	df = (N-1)				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29

Lampiran 12. Uji Turnitin

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints2.undip.ac.id

Internet Source

2%

2

eprints.undip.ac.id

Internet Source

2%

3

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

1%

4

repo.itera.ac.id

Internet Source

1%

5

eprints.unmas.ac.id

Internet Source

1%

6

repository.unika.ac.id

Internet Source

1%

7

repository.unhas.ac.id

Internet Source

1%

8

ejournal.unesa.ac.id

Internet Source

<1%

9

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1%

10

Submitted to Universitas Sains Alquran

Student Paper

<1%

11

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

<1%

12

Submitted to Universiti Teknologi Petronas

Student Paper

<1%

13

123dok.com

Internet Source

<1%

14

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

<1%

15

repository.ub.ac.id

Internet Source

<1%

41	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
42	Submitted to Universitas Tadulako Student Paper	<1 %
43	idoc.pub Internet Source	<1 %
44	Fecky M. Pangemanan, Debby Ch. Rotinsulu, Daisy S.M. Engka. "PENGARUH PARTISIPASI MASYARAKAT DAN TRANSPARANSI DALAM PENGELOLAAN DANA DESA TERHADAP PENYUSUNAN APBDESA TALAWAAN KECAMATAN TALAWAAN KABUPATEN MINAHASA UTARA TAHUN 2017", JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI DAN KEUANGAN DAERAH, 2019 Publication	<1 %
45	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1 %
46	plj.ac.id Internet Source	<1 %
47	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 33 words