

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE*
(STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA BANJARMASIN)

Dalam rangka memenuhi tugas akhir Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari, bersama ini dengan hormat saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk menjadi responden penelitian saya. Kuesioner ini merupakan instrumen penelitian yang dilakukan oleh :

Peneliti : Abdulah Caesar Afif
NIM : 180105010306
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, saya mohon kiranya agar Saudara/Saudari berkenan untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan dalam rangka mendukung data penelitian. (Beri tanda \surd pada pilihan yang sesuai).

DATA RESPONDEN:

Nama Responden
Jenis Kelamin	(1). Laki-laki (2) Perempuan
Usia.	(1). 17 tahun-20 tahun (2). 21 tahun-26 tahun (3). Diatas 26 tahun
Universitas	(1). UINA Banjarmasin (2). ULM Banjarmasin (3). UNISKA Banjarmasin
Fakultas	(1). UINA Banjarmasin a. Fakultas Ushuluddin dan Humaniora b. Fakultas Dakwah dan Komunikasi c. Fakultas Syariah d. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan e. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2). ULM Banjarmasin a. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan b. Fakultas Ekonomi c. Fakultas Hukum d. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik e. Fakultas Kedokteran (3). UNISKA Banjarmasin a. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan b. Fakultas Studi Islam c. Fakultas Hukum
Pengeluaran Perbulan	(1) < Rp. 500.000 (2) Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000 (3) Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 (4) Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000 (5) > Rp. 3.500.000

Asal Daerah	(1) Kabupaten Tanah Laut (2) Kabupaten Kotabaru (3) Kabupaten Banjar (4) Kabupaten Barito Kuala (5) Kabupaten Tapin (6) Kabupaten Hulu Sungai Selatan (7) Kabupaten Hulu Sungai Tengah (8) Kabupaten Hulu Sungai Utara (9) Kabupaten Tabalong (10) Kabupaten Tanah Bumbu (11) Kabupaten Balangan (12) Kota Banjarmasin (13) Kota Banjarbaru
Media Sosial Yang sering digunakan	(1) Instagram (3) Twitter (5) Media sosial lainnya (2) TikTok (4) Facebook
<i>Marketplace</i> yang sering digunakan	(1) Shopee (3) TikTok Shop (5) Marketplace Lainnya (2) Tokopedia (4) Lazada

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pernyataan ini dengan memberi tanda (\checkmark) pada masing-masing pilihan jawaban kuesioner yang telah tersedia di setiap pernyataan tersebut.

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

CS : Cukup Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

A. *Celebrity Endorsment*

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<i>Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect, dan Similarity</i>						
1	Produk yang dipromosikan oleh selebriti sesuai dengan fakta dan realita, dan selebriti juga mengkonsumsi produk tersebut.					
2	Selebriti tampak profesional dalam mempromosikan produk.					
3	Selebriti yang saya amati terlihat cocok, sehingga dapat menarik konsumen.					
4	Selebriti yang saya amati mempunyai reputasi yang baik dan mempunyai <i>followers</i> yang banyak, sehingga layak untuk mempromosikan produk.					
5	Karakteristik selebriti yang saya amati sesuai dengan target pasar produk.					
<i>Rabbaniyah, Akhlakiyyah, Al-Waqiyah, dan Al-Insaniyyah</i>						
6	Selebriti yang saya amati tidak berlebihan dalam mempromosikan produk.					
7	Selebriti yang saya amati mengedepankan nilai moral dan etika.					
8	Selebriti yang saya amati berpenampilan bersih, rapi dan menutup aurat.					
9	Selebriti yang saya amati tidak menyinggung produk lain.					

B. Social Media Marketing

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Koneksi						
10	<i>Marketer</i> memberikan informasi yang menarik					
11	<i>Marketer</i> menyampaikan informasi secara sistematis dan teratur					
12	Terdapat jalinan komunikasi yang baik antara <i>marketer</i> dengan konsumen					
13	<i>Marketer</i> sanggup memenuhi kemauan konsumen yang selalu menginginkan pelayanan terbaik					
Transparansi brand, menyesuaikan harga dengan kualitas, dan memenuhi janji						
14	<i>Marketer</i> menjelaskan produk secara terperinci					
15	<i>Marketer</i> menjual produk yang mahal untuk kualitas tinggi dan produk kualitas rendah dijual dengan harga yang lebih murah					
16	Kualitas produk yang dijual sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh <i>marketer</i>					

C. Keputusan Belanja Online

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, dan memberikan rekomendasi						
17	Saya merasa kualitas produk yang dibeli sangat bagus					
18	Saya telah mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli dan membelinya lagi					

19	Saya akan memberikan rekomendasi produk yang dibeli kepada teman, keluarga dan kerabat					
Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam						
20	Tujuan saya mengkonsumsi adalah untuk meraih manfaat di dunia dan akhirat					
21	Ketika saya mengkonsumsi, saya menyesuaikan pengeluaran dengan kondisi keuangan yang ada					
22	Saya hanya mengkonsumsi sesuai dengan kebutuhan saja, bukan keinginan sehingga tidak boros					

Data Hasil Kuesioner Variabel *Celebrity Endorsment*

No.	X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	X1.P6	X1.P7	X1.P8	X1.P9
1	4	4	5	4	3	3	4	4	4
2	3	4	4	4	4	3	4	3	4
3	2	5	4	5	4	2	4	3	4
4	3	5	4	4	4	4	4	3	5
5	2	4	4	4	4	3	3	3	2
6	3	4	3	4	4	3	2	2	4
7	4	5	4	5	5	3	5	3	4
8	3	4	4	4	4	4	4	3	3
9	3	4	3	3	4	2	3	3	4
10	3	4	4	4	3	4	4	3	3
11	3	5	5	5	5	3	4	4	5
12	3	4	5	4	4	4	4	3	4
13	4	4	3	5	3	4	3	5	5
14	3	4	3	3	3	3	3	2	3
15	3	3	3	3	4	5	5	3	5
16	2	3	3	4	4	3	3	4	5
17	4	4	3	2	3	4	4	5	4
18	4	3	3	3	4	4	4	2	5
19	2	3	3	3	3	3	3	3	3
20	2	4	4	5	4	1	2	2	5
21	2	4	4	4	4	2	3	4	4
22	3	4	3	4	2	3	2	2	1
23	5	5	4	4	4	4	4	5	4
24	3	4	3	3	4	2	3	3	3
25	4	5	3	4	3	3	2	2	3
26	3	4	4	5	5	4	4	4	4
27	3	4	4	4	4	3	3	2	4
28	4	5	5	5	4	4	4	2	4
29	3	4	4	4	3	2	3	3	5
30	2	5	4	4	4	4	4	4	5
31	3	3	3	3	3	4	4	3	2
32	4	5	4	4	4	3	4	3	3
33	4	4	4	4	5	3	4	3	3
34	3	4	4	4	4	3	3	3	2
35	4	4	4	4	4	4	4	3	4
36	3	3	4	4	4	3	3	3	2
37	4	5	5	4	4	4	4	3	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	4	4	4	4	3	4	3	3
40	3	3	3	4	4	3	3	3	2
41	5	5	5	4	4	4	4	4	4

42	2	3	3	3	3	2	3	3	2
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	3	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	3	3	3	4
47	2	3	3	3	3	2	3	3	2
48	3	5	5	4	4	3	4	3	3
49	3	2	4	4	4	3	3	3	3
50	5	4	4	4	4	4	4	3	3
51	4	4	3	3	4	4	4	3	3
52	3	4	4	3	3	4	4	3	3
53	3	4	4	4	4	3	3	3	3
54	4	5	3	4	3	2	3	4	4
55	2	4	3	5	5	5	4	3	4
56	5	5	4	4	4	4	3	1	4
57	3	5	2	5	4	4	4	3	5
58	5	3	5	4	3	4	3	2	4
59	4	5	3	5	4	3	3	4	5
60	5	4	5	4	3	3	2	1	3
61	4	5	3	5	3	4	4	5	3
62	5	4	5	3	5	4	4	5	3
63	5	3	5	2	2	5	5	4	5
64	4	4	4	4	4	3	4	4	3
65	4	4	4	4	4	3	4	3	3
66	5	5	5	5	5	2	5	2	2
67	5	5	5	5	5	2	5	2	2
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	3	3	3	3	4	3	3	3
71	3	4	3	4	3	4	4	4	4
72	4	4	3	4	4	3	3	5	4
73	2	3	4	2	2	3	2	2	3
74	3	4	3	4	3	3	4	3	3
75	3	4	3	3	3	4	3	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	3	2	4	3	3	3	4
78	2	3	3	4	3	3	3	3	3
79	3	4	4	4	4	3	4	3	3
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	3	2	4	5	5	4	5	3	2
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	4	3	4	2	4	5	4	5	3
84	2	2	3	3	2	3	4	4	2
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	5	4	4	3	4	3	4	4	4

88	5	4	4	3	3	3	4	4	3
89	5	2	4	3	2	2	4	1	5
90	3	3	3	3	2	3	3	3	3
91	4	4	3	4	3	4	3	4	2
92	3	3	4	3	3	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3
94	4	3	4	4	4	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	2	2	3	3	2	4	3	3	3
97	3	4	5	4	4	4	4	3	4
98	3	4	4	4	4	3	3	3	4
99	4	4	4	4	3	3	3	3	3
100	5	5	5	5	4	4	4	4	4

Data Hasil Kuesioner Variabel Social Media Marketing

No.	X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	X2.P6	X2.P7
1	4	4	4	5	5	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	3	3	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	2	3	4	3	4
8	4	4	3	3	3	3	3
9	4	4	3	3	3	3	3
10	3	3	4	3	3	4	3
11	5	5	5	4	5	5	5
12	3	4	3	3	4	3	3
13	5	5	5	4	5	5	4
14	3	3	3	3	3	4	3
15	5	5	4	3	4	2	4
16	4	3	3	3	3	4	3
17	4	4	4	4	3	3	3
18	5	4	4	5	3	5	4
19	4	3	3	3	4	4	3
20	4	4	2	2	4	2	2
21	4	4	3	3	3	3	3
22	3	3	3	1	3	3	2
23	4	5	4	4	4	5	5
24	3	3	3	3	3	3	3
25	4	3	3	3	2	3	3
26	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	3	4	4	4	3
28	5	5	4	5	5	5	4

29	4	4	4	4	3	2	3
30	4	3	3	4	3	4	4
31	4	3	3	3	3	3	3
32	3	4	3	4	4	4	4
33	4	4	3	3	4	3	3
34	5	4	3	3	4	4	3
35	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	3	3	4	4	3
37	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	3	4	4	4
39	4	4	3	3	4	4	4
40	5	5	4	4	5	5	4
41	4	5	4	4	3	3	3
42	4	4	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	3	3	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3
48	4	4	4	3	3	3	3
49	4	3	3	4	3	3	3
50	5	4	4	4	4	4	4
51	4	4	3	3	4	4	4
52	4	4	3	3	4	3	3
53	3	3	3	3	3	2	3
54	4	5	3	3	2	5	5
55	3	4	5	4	2	4	3
56	5	3	2	4	4	5	3
57	4	4	3	5	5	3	2
58	5	2	4	3	5	4	5
59	3	4	2	4	4	4	5
60	5	4	5	3	5	3	5
61	4	4	5	3	4	5	3
62	5	4	4	5	3	5	5
63	4	5	3	4	4	3	5
64	4	4	5	5	4	4	4
65	5	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5
68	3	3	3	3	3	3	3
69	4	4	4	4	4	3	4
70	3	4	4	3	4	4	4
71	4	3	4	3	3	3	3
72	5	4	4	5	3	4	3
73	4	4	3	4	4	3	4
74	3	4	3	3	4	3	4
75	3	4	5	3	4	3	4

76	4	4	4	4	4	4	4
77	3	3	2	2	3	2	3
78	3	3	3	3	3	3	3
79	4	3	3	3	4	4	3
80	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	3	2	4	3	5
82	4	3	3	3	3	3	3
83	4	3	4	2	5	4	4
84	4	4	4	4	4	3	3
85	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	3	3	4	4
88	3	4	5	3	4	4	4
89	4	2	3	4	2	4	5
90	2	3	2	3	3	3	3
91	4	3	4	3	4	4	3
92	3	3	3	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3	3
96	3	3	3	3	3	3	3
97	4	4	4	4	3	3	3
98	4	4	4	4	4	4	3
99	3	3	3	3	3	3	4
100	4	4	3	3	4	4	4

Data Hasil Kuesioner Keputusan Belanja *Online*

No.	Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6
1	4	4	4	3	5	4
2	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	5	4
6	4	4	4	5	4	5
7	5	4	4	3	5	5
8	3	3	3	3	5	4
9	3	3	3	3	5	5
10	3	3	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5
12	3	2	3	5	5	5
13	3	4	4	5	5	5
14	3	4	4	5	4	4
15	5	5	4	5	5	5

16	3	4	3	3	5	4
17	4	3	3	4	5	5
18	5	4	5	3	5	5
19	4	3	3	5	4	5
20	3	4	2	1	4	3
21	4	4	4	4	4	4
22	2	3	3	3	5	5
23	4	4	4	5	5	5
24	3	3	3	5	4	4
25	4	3	3	3	2	2
26	4	4	4	4	5	5
27	3	4	3	4	5	5
28	4	4	4	3	3	4
29	4	4	4	3	3	3
30	3	3	3	4	5	5
31	3	3	3	4	5	4
32	4	4	4	5	3	3
33	4	4	3	5	4	4
34	3	3	2	3	4	4
35	4	4	4	3	3	3
36	3	3	2	3	3	3
37	4	4	4	5	4	4
38	4	4	4	5	4	4
39	4	4	4	3	4	4
40	4	4	4	4	4	4
41	4	4	3	3	3	3
42	3	3	2	3	3	3
43	5	5	4	5	4	4
44	4	4	4	4	3	3
45	5	5	4	4	4	4
46	4	4	3	4	4	3
47	3	3	3	3	3	2
48	4	4	3	4	4	4
49	3	3	2	4	3	3
50	4	4	4	4	4	4
51	4	4	3	3	3	3
52	3	3	2	4	3	3
53	3	3	2	3	3	2
54	4	5	3	4	4	5
55	4	3	4	4	1	2
56	5	5	5	5	3	4
57	3	3	1	4	4	3
58	4	4	3	5	4	5
59	4	3	5	4	5	2
60	4	3	2	4	4	4
61	5	4	5	4	4	4
62	4	4	5	4	5	5
63	5	4	4	5	5	4

64	5	5	4	4	3	3
65	4	4	3	4	4	4
66	5	5	2	5	5	5
67	5	5	2	5	5	5
68	3	3	3	3	3	3
69	4	4	4	4	4	4
70	3	3	3	3	3	4
71	3	4	3	3	3	3
72	4	5	4	4	3	4
73	4	4	4	4	4	4
74	3	3	4	3	4	3
75	3	4	2	3	3	2
76	3	4	4	4	5	4
77	4	4	4	4	4	4
78	3	3	3	4	2	2
79	4	3	3	3	4	4
80	4	4	4	4	4	4
81	4	3	3	3	3	4
82	3	3	3	3	3	3
83	4	3	2	5	4	3
84	3	3	3	3	3	3
85	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4
87	4	3	3	3	3	3
88	3	3	4	3	4	4
89	4	5	4	5	2	4
90	3	3	3	3	3	3
91	3	3	3	3	3	3
92	3	3	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3
96	4	4	4	3	3	4
97	3	3	3	3	3	3
98	4	4	3	3	4	4
99	4	3	3	3	3	3
100	5	5	4	5	4	4

Hasil Uji Validitas *Celebrity Endorsment*

Correlations

		X1.P 1	X1.P 2	X1.P 3	X1.P 4	X1.P 5	X1.P 6	X1.P 7	X1.P 8	X1.P 9	Celebrity Endorsme nt
X1.P1	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	1	.322 [*] .001 100	.419 [*] .000 100	.062 .537 100	.160 .111 100	.231 [*] .021 100	.323 [*] .001 100	.096 .341 100	.136 .177 100	.558 ^{**} .000 100
X1.P2	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.322 [*] .001 100	1 .296 [*] .003 100	.296 [*] .003 100	.525 [*] .000 100	.434 [*] .000 100	.003 .974 100	.198 [*] .049 100	.116 .250 100	.271 [*] .006 100	.603 ^{**} .000 100
X1.P3	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.419 [*] .000 100	.296 [*] .003 100	1 .273 [*] .006 100	.273 [*] .006 100	.349 [*] .000 100	.075 .459 100	.364 [*] .000 100	-.061 .545 100	.102 .311 100	.541 ^{**} .000 100
X1.P4	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.062 .537 100	.525 [*] .000 100	.273 [*] .006 100	1 .529 [*] .000 100	.529 [*] .000 100	-.070 .491 100	.176 .079 100	-.022 .830 100	.148 .140 100	.471 ^{**} .000 100
X1.P5	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.160 .111 100	.434 [*] .000 100	.349 [*] .000 100	.529 [*] .000 100	1 .069 100	.409 [*] .495 100	.108 .000 100	.166 .286 100	.166 .100 100	.585 ^{**} .000 100
X1.P6	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.231 [*] .021 100	.003 .974 100	.075 .459 100	-.070 .491 100	.069 .495 100	1 .419 [*] .000 100	.419 [*] .000 100	.349 [*] .000 100	.210 [*] .036 100	.480 ^{**} .000 100
X1.P7	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.323 [*] .001 100	.198 [*] .049 100	.364 [*] .000 100	.176 .079 100	.409 [*] .000 100	.419 [*] .000 100	1 .303 [*] .002 100	.303 [*] .002 100	.159 .113 100	.608 ^{**} .000 100
X1.P8	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.096 .341 100	.116 .250 100	-.061 .545 100	-.022 .830 100	.108 .286 100	.349 [*] .000 100	.303 [*] .002 100	1 .062 100	.188 .062 100	.447 ^{**} .000 100
X1.P9	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed)	.136 .177	.271 [*] .006	.102 .311	.148 .140	.166 .100	.210 [*] .036	.159 .113	.188 .062	1	.496 ^{**} .000

Social Media Marketing	Pearson Correlation	.723**	.697**	.712**	.710**	.663**	.742**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Keputusan Belanja *Online*

Correlations

		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Keputusan Belanja Online
Y.P1	Pearson Correlation	1	.705**	.491**	.438**	.179	.311**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.074	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P2	Pearson Correlation	.705**	1	.449**	.408**	.202*	.365**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.044	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P3	Pearson Correlation	.491**	.449**	1	.290**	.201*	.285**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.044	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P4	Pearson Correlation	.438**	.408**	.290**	1	.327**	.433**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P5	Pearson Correlation	.179	.202*	.201*	.327**	1	.737**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.074	.044	.044	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P6	Pearson Correlation	.311**	.365**	.285**	.433**	.737**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.004	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Belanja Online	Pearson Correlation	.710**	.712**	.639**	.695**	.665**	.771**	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).

Hasil Uji Reliabilitas *Celebrity Endorsment*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	9

Hasil Uji Reliabilitas *Social Media Marketing*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	7

Hasil Uji Reliabilitas *Keputusan Belanja Online*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	6

Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57889701
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.043
Test Statistic		.045

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glesjer

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.305	1.251		4.240	.000		
Celebrity Endorsment	-.052	.048	-.137	-1.083	.282	.600	1.667
Social Media Marketing	-.060	.052	-.146	-1.156	.251	.600	1.667

a. Dependent Variable: RES2

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.290	2	221.645	32.653	.000 ^b
	Residual	658.420	97	6.788		
	Total	1101.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Belanja Online

b. Predictors: (Constant), Social Media Marketing, Celebrity Endorsment

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.122	2.270		2.257	.026
	Celebrity Endorsment	.179	.087	.208	2.054	.043

Social Media Marketing	.446	.094	.482	4.754	.000
------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Belanja Online

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.390	2.60535

a. Predictors: (Constant), Social Media Marketing, Celebrity Endorsment

b. Dependent Variable: Keputusan Belanja Online

Tabel R

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Tabel T

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

