

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Perkenalkan Saudara/i, saya Ve a Afi Antica Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an An Nur sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Selebriti Korea dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Scarlett Whitening* pada Santri Gen Z di Bantul.”

Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi beberapa pertanyaan kuesioner ini dengan lengkap dan objektif, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Minimal 1 kali melakukan pembelian *Scarlett Whitening*
2. Santri yang berdomisili di Bantul
3. Gen Z

Seluruh data dan informasi Saudara/i hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian akademik dan akan dijaga kerahasiaannya.

Dengan demikian, saya menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan dan kerjasama Saudara/i dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Hormat saya,

Ve a Afi Antica

21402141

Petunjuk pengisian

- A. Isilah identitas responden dengan data diri saudara/i
- B. Kolom jawaban terdiri dari SS,S,KS,TS yang memiliki arti:
1. SS : Sangat Setuju
 2. S : Setuju
 3. KS : Kurang Setuju
 4. TS : Tidak Setuju
- C. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan penilaian saudara/i berdasarkan kondisi sebenarnya.
1. Variabel *Brand Ambassador* (X1)

NO	Indikator	pertanyaan	SS	S	KS	TS
			4	3	2	1
1.	<i>Visibility</i> (Kepopuleran)	Saya melakukan pembelian <i>Scarlett Whitening</i> karena menggunakan <i>Brand Ambassador</i> selebriti Korea				
		Saya membeli produk <i>skincare Scarlett Whitening</i> yang trending karena <i>Brand Ambassador</i> yang dipilih				

2.	<i>Credibility</i> (Keahlian)	Saya merasa <i>Brand Ambassador</i> selebriti Korea yang dipilih mampu mempromosikan produknya dengan baik				
		Saya yakin <i>Brand Ambassador</i> yang dipilih sudah ahli dibidangnya				
3.	<i>Attraction</i> (Daya Tarik)	Saya merasa <i>Brand Ambassador</i> selebriti Korea yang dipilih dapat menarik hati calon konsumen				
		Saya merasa calon konsumen sudah lebih dulu tertarik kepada <i>Brand Ambassador</i> yang dipilih				
4.	<i>Power</i> (Kekuatan)	Saya merasa <i>Brand Ambassador</i> selebriti Korea yang digunakan dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk <i>Skincare Scarlett Whitenig</i> .				
		Saya percaya terhadap produk <i>Scarlett Whitenig</i> karena kekuatan promosi yang dilakukan oleh <i>Brand Ambassadornya</i>				

2. Variabel *Online Customer Review* (X2)

NO	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS
			4	3	2	1
1.	<i>Perceived Usefulness</i> (Kegunaan yang dirasakan)	Saya merasa <i>Online Customer Review</i> sangat membantu calon konsumen untuk memilih suatu produk <i>Scarlett Whitening</i>				
		Saya percaya <i>Online Customer Review</i> membantu calon konsumen <i>Scarlett Whitening</i> untuk memilih jenis <i>series</i> yang dibutuhkan				
2.	<i>Source Creadibility</i> (Kredibilitas Awal)	Saya yakin <i>Online Customer Review</i> membuat review dengan jujur dalam menyampaikan hal terkait <i>skincare Scarlett Whitening</i>				
		Saya percaya <i>review</i> yang di sampaikan <i>Online Customer Review</i> benar adanya				

3.	<i>Argument Quality</i> (Kualitas Argumen)	Saya merasa Online Customer Review memiliki argumen yang kuat saat me-review <i>Scarlett Whitening</i> dikarenakan sudah mencoba produk tersebut				
		Saya yakin Online Customer Review menyampaikan argument sesuai dengan apa yang mereka rasakan				
4.	Pandangan	Saya melakukan pembelian dengan melihat review dari Online Customer Review apakah <i>Scarlett Whitening</i> bagus digunakan				
		Saya melakukan pembelian <i>Scarlett Whitening</i> dengan membandingkan review baik dan kurang baik dari Online Customer Review				
5.	Jumlah Ulasan	Saya yakin memilih <i>Scarlett Whitening</i> dikarenakan banyak ulasan tentang produk <i>skincare</i> tersebut.				
		Saya memilih <i>Scarlett Whitening</i> karena banyak yang merekomendasikan produk tersebut				

3. Variabel keputusan pembelian (Y)

NO	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS
1.	Pilihan Produk	Saya lebih memilih <i>Scarlett Whitening</i> dibanding dengan produk <i>skincare</i> lain				
		Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> diantara beberapa pilihan				
2.	Pilihan Merek	Saya memilih <i>Scarlett Whitening</i> dikarenakan merek tersebut memiliki keunggulan				
		Saya membeli <i>Scarlett Whitening</i> karena memiliki merek yang terkenal				
3.	Pilihan Penyalur	Saya membeli <i>Scarlett Whitening</i> tergantung dengan siapa yang menjualkan produk <i>skincare</i> tersebut				
		Saya melakukan pembelian <i>Scarlett Whitening</i> melalui online juga offline store				

4.	Waktu Pembelian	Saya melakukan pembelian <i>skincare Scarlett Whitening</i> di waktu tertentu				
		Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> dengan menunggu waktu yang tepat				
5.	Jumlah Pembelian	Saya membeli produk <i>skincare Scarlett Whitening</i> sesuai jumlah yang dibutuhkan				
		Saya membeli <i>Scarlett Whitening</i> sesuai dengan keinginan				
6.	Metode Pembayaran	Saya membeli <i>skincare Scarlett Whitening</i> karena metode pembayaran yang digunakan cukup mudah				
		Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena metode pembayarannya cepat di proses				

Lampiran 2. Hasil dari Kuesioner

TABULASI DATA

Variabel X1

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
1	2	2	3	3	3	2	2	2	19
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	4	4	3	3	3	3	26
4	3	3	3	3	3	3	4	3	25
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	3	2	4	4	4	4	4	3	28
7	2	2	3	3	3	3	3	2	21
8	3	4	3	2	3	3	2	3	23
9	3	2	2	1	2	2	2	2	16
10	3	3	3	3	3	3	4	3	25
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	3	3	3	2	4	3	4	4	26
13	2	2	4	3	3	3	3	3	23
14	2	2	1	1	2	2	2	1	13
15	2	1	3	3	3	3	3	3	21
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	2	1	2	3	3	4	4	3	22
18	3	3	3	3	3	3	4	4	26
19	2	2	4	3	4	3	4	3	25
20	3	3	4	4	4	3	3	3	27
21	1	4	4	4	4	3	4	4	28
22	4	4	3	3	1	1	1	3	20
23	3	3	4	3	4	3	3	3	26
24	2	2	2	3	3	4	3	3	22
25	1	1	3	3	4	4	4	1	21
26	2	4	3	3	4	4	2	3	25
27	3	4	4	4	4	4	4	4	31
28	3	4	4	4	4	3	3	3	28
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32	3	3	3	3	4	3	4	3	26
33	3	4	3	4	4	3	4	3	28

73	3	4	4	4	3	1	3	3	25
74	1	1	3	3	3	3	2	2	18
75	3	3	4	4	4	4	3	3	28

39	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
45	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	27
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
48	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
52	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	26
53	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	32
54	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	27
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	4	3	2	2	2	3	4	3	2	2	27
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
64	2	4	3	3	4	3	3	3	4	2	31
65	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	33
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	1	3	2	3	3	3	1	1	1	3	21
68	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	34
69	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
70	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	36
71	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	33
72	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39

TABULASI DATA

VARIABEL Y

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	TOTAL
1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	29
2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	41
4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	34
5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	38
6	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	35
7	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	25
8	2	1	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	21
9	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	30
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
11	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
12	2	2	2	4	1	3	1	2	4	4	2	2	29
13	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	40
14	3	3	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	25
15	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	1	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	37
18	2	4	4	3	2	4	4	4	3	4	2	3	39
19	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	35
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
21	2	2	3	4	2	4	3	3	4	2	4	4	37
22	2	2	1	2	3	1	1	1	1	2	1	2	19
23	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	40
24	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	43
25	2	4	2	3	1	4	3	3	3	3	3	3	34
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	3	2	3	4	2	2	3	2	1	3	2	3	30
29	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
30	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	38
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
33	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3	4	37
34	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	36
35	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	38
36	3	3	3	2	2	2	2	4	4	2	4	4	35

37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
38	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
40	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	26
41	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
42	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	30
43	2	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	30
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
45	1	2	2	1	1	2	4	3	4	4	2	2	28
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
48	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	26
49	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	34
50	3	2	3	4	1	1	2	3	3	3	3	3	31
51	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	31
52	2	2	3	3	1	3	3	3	4	4	4	4	36
53	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	34
54	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	31
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
56	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
57	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	20
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
60	1	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	31
61	2	2	1	2	3	1	1	1	1	2	1	2	19
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
63	1	2	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	33
64	1	2	4	4	1	3	2	2	2	3	3	3	30
65	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	3	3	4	4	1	3	3	2	2	2	2	2	31
68	1	1	3	3	4	4	2	2	3	3	3	2	31
69	3	3	4	4	2	2	2	2	2	4	3	3	34
70	2	2	3	3	1	1	2	2	3	3	3	2	27
71	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	35
72	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	40
73	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	36
74	3	4	3	4	2	2	2	2	3	4	3	3	35
75	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	42

Lampiran 3. Hasil Uji

Uji Validitas X1

		Correlations								
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.697**	.361**	.282	.347	.380**	.318**	.346**	.643**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.030	.020	.001	.006	.003	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P02	Pearson Correlation	.697**	1	.468**	.376**	.273*	.299**	.273*	.426**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.019	.010	.019	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P03	Pearson Correlation	.361**	.468**	1	.658**	.558**	.340**	.507**	.478**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.003	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P04	Pearson Correlation	.292	.376**	.658**	1	.545**	.231*	.529**	.473**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.040	.001	.000		.000	.047	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P05	Pearson Correlation	.397	.273*	.558**	.545**	1	.452**	.728**	.532**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.020	.019	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P06	Pearson Correlation	.380**	.299**	.340**	.251*	.452**	1	.569**	.403**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.003	.047	.000		.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P07	Pearson Correlation	.318**	.273*	.507**	.529**	.728**	.569**	1	.608**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.006	.019	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P08	Pearson Correlation	.346**	.426**	.478**	.473**	.532**	.403**	.608**	1	.742**

Uji Validitas Y

Correlations														
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.738**	.519**	.509**	.455**	.370	.345**	.355**	.433*	.365*	.349**	.502**	.648**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.014	.006	.002	.025	.022	.002	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P02	Pearson Correlation	.738**	1	.547**	.512**	.481**	.407**	.504**	.489**	.374**	.426**	.396**	.508**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74	75
P03	Pearson Correlation	.519**	.547**	1	.644**	.358**	.508**	.469**	.483**	.382**	.481**	.497**	.576**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74	75
P04	Pearson Correlation	.509**	.512**	.644**	1	.340**	.402**	.383*	.350**	.482*	.551**	.480**	.512**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.007	.000	.014	.002	.014	.000	.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74	75
P05	Pearson Correlation	.455**	.481**	.438**	.360**	1	.421**	.413**	.401**	.295*	.308**	.400**	.393**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.007		.000	.000	.000	.027	.007	.000	.001	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74	75
P06	Pearson Correlation	.370	.407**	.508**	.402**	.421**	1	.612**	.545**	.532**	.371**	.547**	.546**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74	75
P07	Pearson Correlation	.315**	.504**	.469**	.293*	.413**	.612**	1	.668**	.545**	.438**	.440**	.526**	.719**

	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.014	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74	75
P08	Pearson Correlation	.355**	.489**	.483**	.350**	.401**	.545**	.668**	1	.708**	.477**	.571**	.707**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74
P09	Pearson Correlation	.283*	.374**	.382**	.482*	.295*	.532**	.545**	.708**	1	.507**	.658**	.611**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.015	.001	.001	.014	.027	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74
P10	Pearson Correlation	.365*	.426**	.481**	.551**	.308**	.371**	.438**	.477**	.507**	1	.441**	.445**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000	.007	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74
P11	Pearson Correlation	.349**	.396**	.497**	.480**	.400**	.547**	.440**	.571**	.658**	.441**	1	.728**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
P12	Pearson Correlation	.502**	.508**	.576**	.512**	.393**	.546**	.526**	.707**	.611**	.445**	.728**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
TO TAL	Pearson Correlation	.648**	.749**	.751**	.687**	.616**	.703**	.719**	.775**	.674**	.666**	.748**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	74	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	74	74

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

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

Uji Realibilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	8

Uji Realibilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.949	10

Uji Realibilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.908	12

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.54389508
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.057
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.198 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.185	1.829		1.195	.236
	X1	.067	.095	.113	.705	.483
	X2	.007	.073	.016	.100	.920
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.533	1.877
	X2	.533	1.877
a. Dependent Variable: Y			

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.025	2.948		2.383	.020
	X1	.486	.154	.345	3.157	.002
	X2	.491	.118	.456	4.167	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	75	21.00	11.00	32.00	23.3467	4.76613
X2	75	29.00	11.00	40.00	31.3333	6.22839
Y	75	29.00	19.00	48.00	33.7467	6.71041
Valid N (listwise)	75					

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.025	2.948		2.383	.020
	X1	.486	.154	.345	3.157	.002
	X2	.491	.118	.456	4.167	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1804.310	2	902.155	42.513	.000 ^b
	Residual	1527.877	72	21.221		
	Total	3332.187	74			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.541	.529	4.60657
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Lampiran 4. Observasi

1. Pondok pesantren Krapyak



2. Pondok pesantren An Nur



3. Ponpes Al Imdad Putri

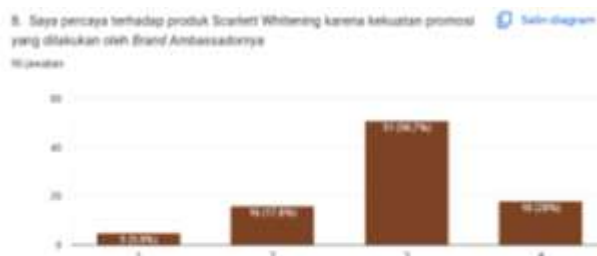


Lampiran 5. Pengisian Kuesioner *Online*

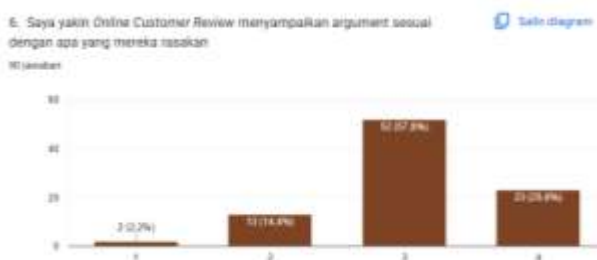


Lampiran 6. Diagram Hasil Angket pertanyaan paling dominan

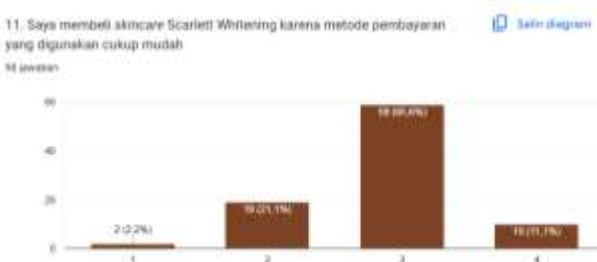
Variabel X1 (pertanyaan ke-8)



Variabel X2 (pertanyaan ke-6)

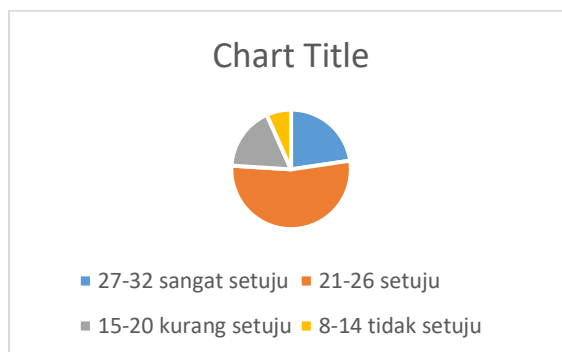


Variabel Y (pertanyaan ke-11)

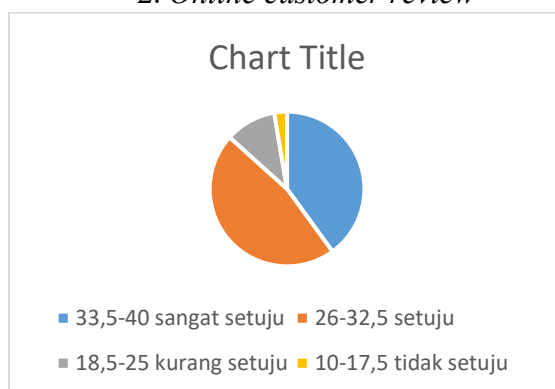


Lampiran 7. Diagram Data Penelitian Berdasarkan Variabel

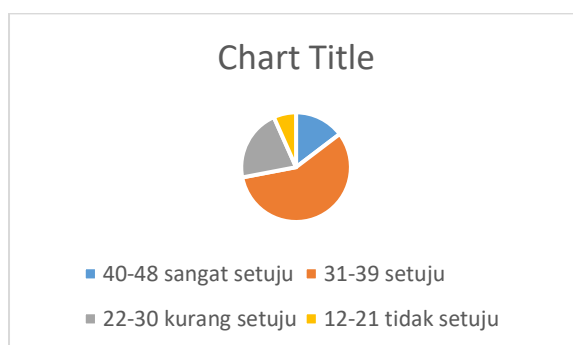
1. *Brand Ambassador*



2. *Online customer review*



3. Keputusan pembelian



Lampiran 7. CV

CURRICULUM VITAE



Nama : Ve Afi Antica
 TTL : Braja Harjosari, 11 Maret 2004
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat Asal : Braja Indah, Kec. Braja Selehah, Lampung Timur,
 Lampung
 Alamat Domisili : Ponpes An Nur Komplek Khodijah Pusat, Pendowoharjo,
 Sewon, Bantul
 Email : afianticavea@gmail.com
 Telp : 089636593064
 Nama Orang Tua
 Ayah : Markun
 Ibu : Sarmiyati
 Email : afianticavea@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Pertiwi Braja Indah
 - b. SDN 1 Braja Sakti Way Jepara
 - c. SMP Tahfidzul Qur'an Al Mannan Way Jepara
 - d. MA Al Ma'had An Nur Bantul
 - e. IIQ An Nur Yogyakarta
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Ponpes Al Mannan Way Jepara Lampung Timur
 - b. Ponpes An Nur Ngrukem Bantul