Lampiran I. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di Tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya Annisa Gultom, mahasiswa yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Adapun penelitian yang sedang saya lakukan berjudul: "Pengaruh *Digital Marketing*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu"

Sehubungan dengan penelitian tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Seluruh informasi dan jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik serta penelitian. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam kuesioner ini. Oleh karena itu, saya mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memberikan jawaban yang jujur dan sesuai dengan pendapat maupun pengalaman yang sebenarnya.

Partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini sangat berarti bagi keberhasilan penelitian yang sedang saya lakukan. Atas waktu, perhatian, dan kerja sama yang diberikan, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Rantauprapat, 2026
Penulis

Annisa Gultom
NPM.2201100023

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AGADES DI KABUPATEN LABUHANBATU

Petunjuk pengisian kuesioner:

1) Bacalah setiap pernyataan pada kuesioner dengan teliti sebelum memberikan jawaban.
2) Berikan tanda (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman Anda.
3) Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Jawablah secara jujur sesuai kondisi yang sebenarnya.
4) Seluruh jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik.
5) Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

Identitas Responden:

Nama : .....

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia Responden ..... Tahun

Pernah melakukan pembelian produk Agades : ☐ 1 kali ☐ 2–3 kali ☐ 4–5 kali ☐ Lebih dari 5 kali

Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 - 5 yang memiliki makna:

Sangat Setuju	(SS)	= 5
Setuju	(S)	= 4
Ragu-ragu	(RR)	= 3
Tidak Setuju	(TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	= 1

***Digital Marketing* (X_1)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya dapat dengan mudah menemukan informasi mengenai produk agades melalui platfrom Digital Marketing.					
2	Prosuk agades memberikan informasi terbaru mengenai produk atau layanannya melalui media sosial.					
3	Konten promosi yang dibuat oleh agades menarik dan menghibur pelanggan.					
4	Saya percaya informasi produk atau layanan yang disediakan agades di media digital adalah akurat dan terpercaya.					
5	Aktivitas Digital Marketing agades ini membantu saya dalam mengambil keputusan pembelian.					

***Electronic Word of Mouth* (X_2)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering menemukan ulasan atau rekomendasi dari konsumen lain mengenai produk agades di media sosial.					
2	Informasi yang beredar mengenai Produk agades relevan dengan kebutuhan saya sebagai calon konsumen.					
3	Media sosial memudahkan saya memperoleh informasi mengenai produk agades dari konsumen lain.					
4	Agades memberikan respons yang cepat terhadap komentar atau pesan pelanggan.					

5	Agades menanggapi ulasan atau komentar yang diberikan konsumen di media sosial.					

Kesadaran Merek (X_3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya dapat dengan mudah mengenal merek yang dimiliki oleh agades					
2	Saya dapat mengenali produk tersebut melalui ciri khas yang dimiliki agades					
3	Saya merasa puas dan senang dengan produk yang dimiliki agades					
4	Saya lebih memilih membeli produk agades ini dibandingkan merek lain.					
5	Saya sering memgonsumsi produk yang dimiliki agades					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih produk di agades karena pilihannya beragram.					
2	Saya membeli produk agades karena merek yang terkenal.					

3	Saya membeli Produk agades pada saat promosi saja.					
4	Adanya promosi pada Digital Marketing membuat saya membeli produk dalam jumlah besar.					
5	Agades menawarkan berbagai macam cara pembayaran pada pelanggan.					

Lampiran II. Tabulasi Data Penelitian

***Digital Marketing* (X_1)**

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
1	2	2	2	2	2	10
2	3	3	3	4	3	16
3	4	3	3	4	3	17
4	5	4	5	5	5	24
5	4	3	3	4	4	18
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	3	19
8	3	3	4	4	4	18
9	3	3	3	4	2	15
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	4	4	21
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	3	4	4	19
14	3	3	4	3	3	16
15	3	3	3	3	3	15
16	4	4	4	4	4	20
17	3	3	3	3	2	14
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	4	3	4	17
20	4	4	4	3	4	19
21	4	4	3	4	4	19
22	3	3	3	3	3	15
23	3	4	3	4	3	17
24	4	3	4	3	3	17
25	4	3	4	4	4	19
26	4	4	4	3	3	18
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	5	4	4	21
29	5	5	5	5	5	25
30	3	4	3	3	3	16
31	3	3	2	2	3	13
32	3	3	3	3	3	15
33	3	3	3	3	3	15
34	3	3	3	3	3	15
35	4	4	4	4	4	20
36	3	3	4	3	3	16

37	3	2	3	3	3	14
38	3	3	3	3	3	15
39	3	4	4	3	3	17
40	3	4	4	4	4	19
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	3	4	19
43	3	3	4	4	4	18
44	4	4	3	4	3	18
45	4	4	3	4	4	19
46	3	4	4	3	3	17
47	3	3	3	3	3	15
48	4	3	3	3	3	16
49	4	4	4	4	4	20
50	3	4	4	3	4	18
51	3	4	4	4	4	19
52	3	3	3	3	3	15
53	4	4	4	3	3	18
54	4	5	4	4	4	21
55	3	2	3	2	3	13
56	4	5	4	4	4	21
57	3	3	2	3	3	14
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	2	3	3	14
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	3	3	4	4	18
63	3	3	4	4	3	17
64	4	4	4	4	4	20
65	3	4	3	3	3	16
66	4	4	4	4	4	20
67	3	2	3	3	3	14
68	5	4	5	4	4	22
69	4	3	3	3	3	16
70	3	2	2	3	2	12
71	4	5	4	4	4	21
72	3	3	2	3	4	15
73	3	4	4	3	4	18
74	4	5	4	4	3	20
75	3	4	4	4	4	19
76	3	3	3	2	2	13

77	4	3	4	3	3	17
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	3	3	3	4	3	16
81	3	3	3	3	2	14
82	3	3	3	3	3	15
83	3	3	3	4	3	16
84	4	4	3	4	4	19
85	3	3	2	3	3	14
86	3	3	2	2	3	13
87	3	3	3	3	3	15
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	4	4	3	18
91	4	3	4	4	4	19
92	4	4	4	4	4	20
93	4	3	3	3	4	17
94	4	5	5	5	5	24
95	4	4	4	3	4	19
96	3	4	3	4	3	17

***Electronic Word of Mouth* (X_2)**

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	5	5	5	5	4	24
2	4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	3	3	15
6	4	4	4	4	4	20
7	3	4	3	3	3	16
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	3	2	3	3	3	14
12	3	4	3	3	3	16
13	4	4	3	4	4	19
14	3	4	3	3	3	16

15	2	2	2	3	3	12
16	4	3	3	3	4	17
17	3	3	3	2	3	14
18	4	4	5	4	4	21
19	4	4	4	4	3	19
20	3	3	4	4	4	18
21	4	4	4	4	4	20
22	3	4	5	4	4	20
23	3	4	3	3	4	17
24	3	3	3	3	3	15
25	3	3	3	3	3	15
26	4	4	3	3	4	18
27	4	4	4	4	3	19
28	4	3	4	4	3	18
29	4	4	5	5	4	22
30	4	3	4	3	4	18
31	3	4	4	4	4	19
32	4	3	4	4	4	19
33	4	4	4	4	3	19
34	3	4	3	4	3	17
35	4	3	3	4	4	18
36	3	4	3	4	3	17
37	4	4	4	5	4	21
38	3	4	3	4	4	18
39	4	3	3	3	3	16
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	2	2	2	3	2	11
43	3	3	4	3	3	16
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	3	3	18
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	3	4	19
48	4	4	4	5	4	21
49	4	4	4	4	4	20
50	3	4	3	4	3	17
51	3	3	2	3	3	14
52	3	3	3	4	4	17
53	3	3	3	3	3	15
54	4	4	5	4	4	21

55	4	4	4	4	4	20
56	4	3	4	4	3	18
57	3	4	3	3	4	17
58	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	3	3	15
60	5	3	4	4	3	19
61	5	4	5	5	4	23
62	4	3	3	4	3	17
63	3	3	3	3	4	16
64	3	4	4	4	4	19
65	3	4	3	3	4	17
66	3	3	3	3	3	15
67	5	5	5	5	5	25
68	2	2	2	2	2	10
69	2	2	2	3	2	11
70	3	3	3	3	3	15
71	3	3	3	3	3	15
72	3	3	3	3	3	15
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	5	4	21
75	4	4	4	4	4	20
76	3	3	2	3	3	14
77	4	3	4	3	3	17
78	4	3	3	3	3	16
79	3	3	4	3	3	16
80	4	4	4	4	4	20
81	4	3	4	4	3	18
82	4	3	5	4	4	20
83	3	3	3	3	3	15
84	4	5	4	5	4	22
85	3	3	3	4	3	16
86	3	3	3	3	3	15
87	3	3	4	3	3	16
88	3	3	3	3	2	14
89	4	4	3	4	4	19
90	4	5	4	5	4	22
91	4	3	3	3	4	17
92	3	3	3	3	4	16
93	4	4	4	4	4	20
94	3	3	4	3	3	16

95	4	4	3	3	3	17
96	3	4	3	4	4	18

Kesadaran Merek (X_3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
1	3	3	2	1	3	12
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	4	20
5	2	3	3	3	3	14
6	4	4	4	4	3	19
7	2	2	2	2	2	10
8	2	3	2	3	2	12
9	3	4	3	4	3	17
10	4	4	4	4	4	20
11	3	3	3	3	3	15
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	3	4	19
14	3	3	3	3	3	15
15	3	3	3	4	3	16
16	4	4	4	4	4	20
17	3	2	3	3	3	14
18	3	3	4	4	3	17
19	3	3	3	3	3	15
20	4	4	4	4	4	20
21	5	4	5	5	4	23
22	3	4	3	3	4	17
23	2	2	3	2	3	12
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	3	4	3	16
26	4	3	4	4	4	19
27	3	3	3	3	4	16
28	4	4	4	5	5	22
29	2	2	2	3	3	12
30	3	4	4	3	3	17
31	4	3	4	4	4	19
32	4	4	4	4	5	21

33	3	4	4	4	4	19
34	2	3	3	3	3	14
35	2	3	3	3	3	14
36	4	4	4	3	4	19
37	3	3	3	3	3	15
38	4	3	3	4	3	17
39	3	4	3	3	3	16
40	4	3	3	4	4	18
41	3	3	3	3	3	15
42	3	2	3	3	2	13
43	3	3	3	3	3	15
44	3	3	3	2	2	13
45	3	2	3	2	3	13
46	4	4	4	5	5	22
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	3	3	3	17
49	5	5	5	5	5	25
50	3	3	3	3	3	15
51	3	4	4	3	4	18
52	3	3	3	3	3	15
53	3	4	3	4	3	17
54	5	4	4	4	4	21
55	2	3	3	3	2	13
56	4	4	4	5	4	21
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	3	3	15
60	5	4	4	4	4	21
61	4	4	3	4	4	19
62	3	3	3	3	3	15
63	4	4	4	4	4	20
64	4	3	4	4	3	18
65	4	4	4	4	4	20
66	2	2	2	3	2	11
67	4	4	4	4	5	21
68	3	3	3	3	4	16
69	4	4	5	4	4	21
70	3	4	4	4	3	18
71	5	5	5	4	4	23
72	3	3	3	3	3	15

73	3	3	3	3	3	15
74	5	5	5	4	4	23
75	3	3	3	4	3	16
76	3	3	3	3	3	15
77	3	3	4	3	3	16
78	3	3	3	4	3	16
79	3	4	4	4	4	19
80	4	4	4	4	4	20
81	3	3	3	3	4	16
82	3	3	3	2	2	13
83	3	3	3	3	3	15
84	4	4	4	4	3	19
85	4	4	4	4	3	19
86	5	5	4	5	4	23
87	4	4	4	4	4	20
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	4	4	20
90	4	3	4	4	4	19
91	4	4	4	5	4	21
92	3	3	4	4	3	17
93	3	3	3	3	3	15
94	4	4	4	4	4	20
95	2	3	3	2	3	13
96	3	3	3	4	4	17

Keputusan Pembelian (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
1	3	4	4	4	3	18
2	4	4	4	4	3	19
3	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	3	3	15
6	4	5	4	4	4	21
7	3	3	3	3	2	14
8	3	3	3	4	3	16
9	3	4	3	3	3	16
10	4	3	3	4	3	17

11	3	3	3	3	3	15
12	4	4	4	4	4	20
13	3	3	3	3	3	15
14	3	4	4	3	3	17
15	3	3	3	3	4	16
16	4	4	4	3	4	19
17	3	3	3	3	3	15
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	4	3	3	4	4	18
21	3	3	4	4	4	18
22	3	3	3	3	4	16
23	4	3	3	4	4	18
24	4	3	3	4	4	18
25	4	3	4	4	4	19
26	3	3	3	3	3	15
27	4	4	4	4	4	20
28	4	3	4	4	4	19
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	3	3	4	18
31	4	3	4	3	3	17
32	3	3	3	3	3	15
33	4	4	4	4	4	20
34	3	3	3	3	3	15
35	3	3	3	3	3	15
36	4	4	4	3	4	19
37	3	3	4	3	3	16
38	3	3	3	3	3	15
39	4	3	4	3	4	18
40	4	4	4	4	4	20
41	3	4	3	3	3	16
42	2	2	2	2	2	10
43	3	3	3	3	3	15
44	4	4	3	3	4	18
45	3	3	3	3	3	15
46	4	4	4	5	4	21
47	3	3	4	3	3	16
48	4	4	3	3	4	18
49	4	4	3	3	4	18
50	3	3	3	3	3	15

51	4	3	3	3	3	16
52	3	4	4	3	4	18
53	3	4	4	4	4	19
54	5	4	4	4	4	21
55	3	3	3	3	3	15
56	4	4	4	4	5	21
57	4	3	3	4	3	17
58	3	3	3	3	4	16
59	3	3	3	3	3	15
60	3	4	3	4	4	18
61	4	4	4	4	4	20
62	3	3	4	3	3	16
63	3	4	4	3	3	17
64	4	3	3	4	3	17
65	3	4	4	4	4	19
66	3	3	3	3	4	16
67	3	3	3	4	4	17
68	3	3	4	3	3	16
69	4	3	3	3	4	17
70	4	3	3	3	4	17
71	3	3	3	3	3	15
72	3	3	3	2	3	14
73	4	3	4	4	4	19
74	5	4	4	5	5	23
75	3	3	4	4	3	17
76	2	3	3	3	2	13
77	4	3	4	4	4	19
78	3	3	3	3	3	15
79	5	4	3	4	4	20
80	3	4	3	4	4	18
81	3	3	3	3	3	15
82	3	3	3	4	3	16
83	4	3	3	3	3	16
84	4	4	5	4	5	22
85	3	3	3	3	3	15
86	4	3	3	4	3	17
87	4	4	4	4	4	20
88	3	3	2	2	3	13
89	4	4	4	4	4	20
90	4	5	4	4	4	21

91	4	4	4	4	4	20
92	3	3	3	3	3	15
93	3	4	3	4	4	18
94	4	4	4	4	4	20
95	3	3	3	3	3	15
96	4	3	4	3	3	17

Lampiran III. Hasil Uji Instrument Penelitian

Hasil Uji Validitas Variabel *Digital Marketing* (X_1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.585**	.600**	.600**	.659**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.585**	1	.634**	.606**	.608**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.600**	.634**	1	.592**	.634**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.600**	.606**	.592**	1	.649**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.659**	.608**	.634**	.649**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.815**	.830**	.842**	.825**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Digital Marketing* (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	5

Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mouth* (X_2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.560**	.690**	.631**	.571**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.560**	1	.566**	.639**	.637**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.690**	.566**	1	.645**	.561**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.631**	.639**	.645**	1	.593**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.571**	.637**	.561**	.593**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.832**	.818**	.845**	.849**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Electronic Word of Mouth* (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	5

Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek (X_3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.744**	.785**	.674**	.679**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.744**	1	.757**	.625**	.647**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.785**	.757**	1	.676**	.665**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.674**	.625**	.676**	1	.642**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.679**	.647**	.665**	.642**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.899**	.867**	.892**	.839**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Merek (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	5

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.440**	.423**	.544**	.616**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.440**	1	.543**	.481**	.573**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.423**	.543**	1	.529**	.494**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.544**	.481**	.529**	1	.576**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	.616**	.573**	.494**	.576**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.775**	.766**	.753**	.800**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	5

Lampiran IV. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.71822521
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.061
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.851
Asymp. Sig. (2-tailed)		.464

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

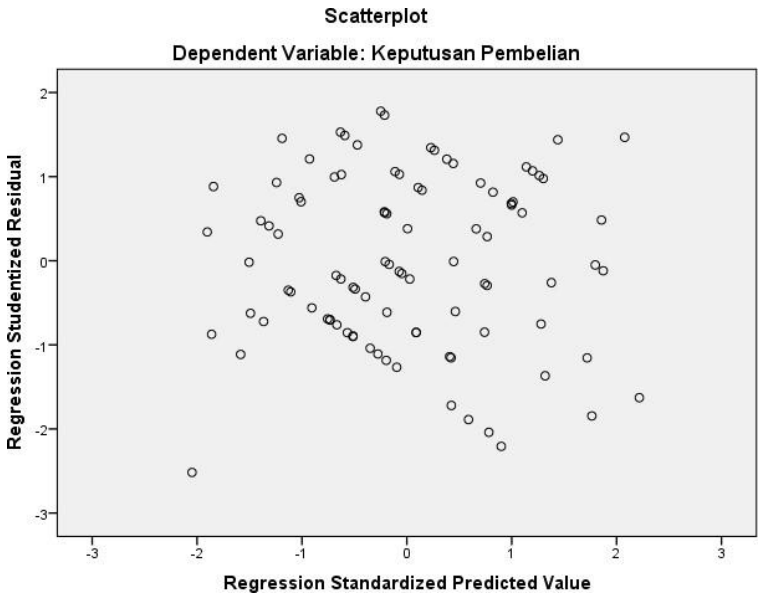
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.904	1.750		1.660	.100		
	Digital Marketing	.212	.065	.255	3.250	.002	.984	1.017
	Electronic Word of Mouth	.336	.065	.404	5.127	.000	.978	1.023
	Kesadaran Merek	.275	.058	.376	4.733	.000	.962	1.039

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heteroskedasitas



Lampiran V. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.904	1.750		1.660	.100
	Digital Marketing	.212	.065	.255	3.250	.002
	Electronic Word of Mouth	.336	.065	.404	5.127	.000
	Kesadaran Merek	.275	.058	.376	4.733	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran VI. Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.904	1.750		1.660	.100
	Digital Marketing	.212	.065	.255	3.250	.002
	Electronic Word of Mouth	.336	.065	.404	5.127	.000
	Kesadaran Merek	.275	.058	.376	4.733	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222.865	3	74.288	24.368	.000[b]
	Residual	280.468	92	3.049		
	Total	503.333	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek , Digital Marketing , Electronic Word of Mouth

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665[a]	.443	.425	1.74602

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek , Digital Marketing , Electronic Word of Mouth

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian