

## LAMPIRAN

### *Lampiran 1* Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

##### **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Content Marketing, Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Prabu Motor Ponorogo**

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Perkenalkan nama saya Salas Fatkur Rohman Afif, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir (Skripsi) pada jenjang Strata 1.

Saya mengundang partisipasi Anda dalam penelitian ini.

Adapun kriteria partisipan dalam penelitian ini adalah:

1. Pernah membeli mobil bekas di Prabu Motor Ponorogo minimal satu kali.
2. Berdomisili di Jawa Timur bagian barat yang meliputi: Madiun, Ponorogo, Magetan, Ngawi, Pacitan, Kediri, Tulungagung, Nganjuk, Blitar, dan Trenggalek

Identitas diri dan informasi yang Anda berikan bersifat rahasia. Saya berkomitmen untuk menjaga kerahasiaan data dan informasi yang Anda berikan. Seluruh data dan informasi hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian semata. Akses terhadap data hanya dimiliki oleh peneliti dan tidak diberikan pada pihak ketiga.

Jawaban yang Anda berikan tidak bernilai benar atau salah. Meskipun demikian, sangat penting untuk memberikan jawaban sesuai dengan kondisi Anda sebenarnya.

Atas perhatian dan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

#### **I. Identitas Responden**

Nama :

Usia :

20 – 35 tahun

> 35 tahun

Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

Pendidikan Terakhir :

- SD/SMP
- SMA/SMK sederajat
- Diploma/S1/S2/S3

Pekerjaan :

- PNS/TNI/POLRI
- Pegawai Swasta
- Wirausaha
- .....

Domisili :

- Madiun
- Ponorogo
- Magetan
- Ngawi
- Pacitan
- Kediri
- Nganjuk
- Tulungagung
- Blitar
- Trenggalek

Pengalaman Pembelian :

- Belum Pernah
- Satu kali
- Lebih dari satu kali

## II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penelitian :

TS : Tidak Setuju = skor 1

KS : Kurang Setuju = skor 2

N : Netral = skor 3

S : Setuju = skor 4

SS : Sangat Setuju = skor 5

### III. Pertanyaan Kuesioner

#### Daftar Pertanyaan Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

No.	Pernyataan	TS	KS	N	S	SS
<b>Keterjangkauan Harga</b>						
1.	Harga mobil bekas yang ditawarkan Prabu Motor Ponorogo sangat terjangkau.					
<b>Kesesuaian harga dengan kualitas produk</b>						
2.	Harga mobil bekas yang ditawarkan Prabu Motor Ponorogo sesuai dengan kualitas produk.					
<b>Daya Saing Harga</b>						
3.	Harga mobil bekas di Prabu Motor Ponorogo mampu bersaing dengan showroom lain.					
<b>Kesesuaian harga dengan manfaat</b>						
4.	Harga yang ditawarkan Prabu Motor Ponorogo sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					

#### Daftar Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

No.	Pernyataan	TS	KS	N	S	SS
<b>Reliabilitas (<i>reliability</i>)</b>						
1.	Karyawan Prabu Motor Ponorogo memberikan informasi yang jelas terkait produk yang ditawarkan.					
2.	Karyawan Prabu Motor Ponorogo memberikan solusi yang saya butuhkan terkait mobil bekas.					
<b>Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)</b>						
3.	Karyawan Prabu Motor Ponorogo melayani dengan cepat.					
4.	Karyawan Prabu Motor Ponorogo siap tanggap dalam melayani permintaan pelanggan.					
<b>Jaminan (<i>assurance</i>)</b>						
5.	Karyawan Prabu Motor Ponorogo mempunyai keahlian di bidang mobil bekas.					
<b>Empati (<i>emphaty</i>)</b>						
6.	Prabu Motor Ponorogo memberikan perhatian terhadap pelanggan apabila terjadi masalah.					
7.	Karyawan Prabu Motor Ponorogo memberikan yang saya butuhkan.					
<b>Bukti fisik (<i>tangibles</i>)</b>						
8.	Karyawan Prabu Motor Ponorogo melayani pelanggan dengan ramah.					

**Daftar Pertanyaan Variabel *Content Marketing* (X<sub>3</sub>)**

No.	Pernyataan	TS	KS	N	S	SS
<b>Reliabilitas</b>						
1.	Informasi pada <i>Content</i> Prabu Motor Ponorogo sangat bermanfaat.					
<b>Disbelief</b>						
2.	Informasi pada <i>Content</i> Prabu Motor Ponorogo dapat dipercaya.					
<b>Persuasion Knowledge</b>						
3.	<i>Content</i> Prabu Motor Ponorogo mudah dipahami.					

**Daftar Pertanyaan Variabel *Electronic Word of Mouth* (X<sub>4</sub>)**

No.	Pernyataan	TS	KS	N	S	SS
<b>Membicarakan</b>						
1.	Ulasan di sosial media membicarakan Prabu Motor Ponorogo yang positif.					
<b>Merekomendasikan</b>						
2.	Pada sosial media, banyak yang merekomendasikan Prabu Motor Ponorogo.					
<b>Mendorong</b>						
3.	Saya membeli mobil bekas di Prabu Motor Ponorogo karena membaca ulasan pada sosial media.					

**Daftar Pertanyaan Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Pernyataan	TS	KS	N	S	SS
<b>Sesuai kebutuhan</b>						
1.	Mobil bekas di Prabu Motor Ponorogo sesuai dengan kebutuhan saya.					
<b>Mempunyai manfaat</b>						
2.	Mobil bekas di Prabu Motor Ponorogo mempunyai manfaat bagi saya.					
<b>Ketepatan dalam membeli produk</b>						
3.	Harga yang ditawarkan Prabu Motor Ponorogo sesuai dengan keinginan saya.					
<b>Pembelian berulang</b>						
4.	Saya berminat untuk membeli mobil bekas lagi di Prabu Motor Ponorogo.					

*Lampiran 2 Tabulasi Data*

*Hasil Kuesioner Variabel Harga (X1)*

<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>Total</b>
3	2	4	3	12
4	4	4	4	16
2	3	4	4	13
2	2	3	2	9
4	2	4	5	15
2	4	4	1	11
2	4	1	4	11
4	2	4	2	12
4	2	3	2	11
1	2	2	2	7
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
4	5	4	3	16
5	5	4	3	17
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
3	4	4	5	16
3	4	3	5	15
2	4	5	2	13
2	4	4	4	14
1	2	2	3	8
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
3	4	4	3	14
2	3	4	3	12
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16

4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
5	3	4	5	17
4	3	5	3	15
5	5	5	5	20
2	3	3	3	11
4	4	5	4	17
3	2	3	2	10
5	4	4	5	18
2	3	3	2	10
1	1	3	2	7
5	5	5	4	19
3	2	2	2	9
3	4	5	4	16
2	4	3	2	11
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
3	2	2	2	9
5	5	4	5	19
3	4	3	4	14
4	5	4	5	18
2	2	3	2	9
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
3	4	3	2	12
1	2	2	1	6
4	5	4	5	18
5	4	4	3	16
3	4	4	2	13
5	4	5	5	19
2	3	2	3	10
3	4	3	3	13
5	4	5	5	19
2	3	2	3	10
4	5	4	5	18

5	4	5	5	19
2	3	4	3	12
4	4	5	3	16
2	1	3	4	10
2	2	4	4	12
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
2	3	3	2	10
4	5	4	4	17
2	3	2	3	10
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
2	4	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18

5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	4	3	3	15
5	3	4	5	17
5	3	4	3	15
5	5	4	4	18
3	4	5	5	17
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	3	3	3	14
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
2	3	4	1	10
3	2	3	4	12
1	2	4	2	9
2	3	4	3	12
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	4	4	5	17



5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
5	3	4	5	17
5	4	5	3	17
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	2	3	3	11
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	4	4	5	18
5	3	3	3	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	3	5	3	16
5	5	5	3	18
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16

4	4	4	3	15
4	3	4	4	15
4	4	3	3	14
4	4	4	3	15
4	4	5	3	16
4	3	4	5	16
5	4	4	5	18
4	5	5	3	17
3	4	4	4	15
4	5	5	5	19
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
4	4	5	3	16
5	4	3	3	15
3	3	4	4	14
5	5	5	4	19
3	4	5	3	15
3	4	5	5	17
5	4	3	3	15
5	5	5	5	20
3	4	5	3	15
5	4	3	5	17
3	3	4	4	14
5	5	4	4	18
3	4	5	5	17
3	4	5	5	17
4	5	4	4	17
3	4	5	3	15
3	3	3	3	12

5	5	5	4	19
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
3	3	4	4	14
3	4	5	4	16
5	5	4	4	18
5	4	3	5	17
5	4	4	4	17
3	3	2	3	11
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	3	5	4	17
5	3	3	4	15
5	5	3	3	16
4	3	4	3	14
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	3	5	17
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	3	3	3	13
5	3	3	3	14
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12

5	5	5	5	20
2	2	3	3	10
3	4	4	4	15
5	5	5	4	19
3	5	4	5	17
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	4	5	3	15
4	4	4	3	15
4	4	5	4	17
3	4	4	3	14
2	4	4	3	13
2	4	4	3	13
2	3	4	3	12
3	4	3	4	14
5	4	5	4	18
3	3	3	2	11
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	3	4	3	14
5	5	4	5	19
4	3	4	3	14
4	3	4	4	15
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	3	4	3	14

3	4	3	4	14
4	4	4	5	17
4	4	5	5	18
5	5	5	4	19
4	5	5	4	18
2	3	2	2	9
4	3	4	3	14
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
3	3	3	4	13
4	4	5	5	18
3	4	3	3	13
4	3	3	3	13
3	2	3	2	10
3	4	3	4	14
4	3	4	3	14
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
5	4	4	5	18
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	4	4	4	17
2	3	3	4	12
3	4	5	3	15
2	3	4	4	13
2	3	2	3	10
2	3	3	3	11
3	2	3	4	12
4	3	4	4	15
5	3	4	5	17
4	2	2	3	11
5	4	5	4	18
4	4	4	5	17

3	5	5	4	17
2	3	4	3	12
3	4	4	4	15
3	3	4	4	14
2	2	3	4	11
3	4	5	3	15
2	3	4	4	13
3	2	3	4	12
3	3	2	4	12
3	3	4	4	14
4	2	3	4	13
5	3	4	3	15
5	2	3	2	12
4	3	3	3	13
5	4	4	5	18
4	3	4	4	15
3	4	4	5	16
4	3	4	5	16
5	4	5	4	18
3	3	3	2	11
3	3	2	2	10
4	4	5	4	17
4	2	2	3	11
3	3	3	3	12
3	3	2	2	10
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
3	4	3	4	14
4	3	3	3	13
3	5	5	5	18
5	5	5	5	20
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16

5	3	3	3	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	3	3	3	14
5	5	5	5	20
4	3	3	2	12
5	5	3	3	16
5	3	4	3	15
3	3	3	3	12
5	3	3	3	14
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	3	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	2	3	2	10
3	3	3	3	12
5	4	3	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
5	3	3	3	14
5	3	5	3	16
3	2	3	2	10
5	3	4	3	15

5	4	5	4	18
5	5	5	5	20

Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>X2.5</b>	<b>X2.6</b>	<b>X2.7</b>	<b>X2.8</b>	<b>Total</b>
3	3	3	3	3	4	3	3	25
3	3	3	4	4	4	5	5	31
4	3	3	4	3	3	4	3	27
2	2	3	3	2	2	3	3	20
2	1	1	4	2	4	3	1	18
2	1	1	2	1	2	1	2	12
2	1	1	4	2	4	1	2	17
3	1	2	4	1	5	3	4	23
4	2	3	4	2	4	4	3	26
2	2	2	2	2	4	2	2	18
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	3	3	4	4	3	3	3	27
4	2	3	4	2	3	3	4	25
3	2	3	3	3	3	3	2	22
3	2	3	4	4	3	3	3	25
3	3	4	4	4	4	3	3	28
3	2	4	4	4	4	3	4	28
3	2	3	4	2	5	4	3	26
3	2	2	2	1	5	4	3	22
4	4	3	4	4	4	3	4	30
3	3	4	4	4	3	4	3	28
5	3	4	5	5	3	5	4	34
2	1	3	4	1	4	2	2	19
3	2	1	4	2	4	2	2	20
2	3	1	2	1	4	2	1	16
5	5	4	4	4	4	4	3	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	3	4	4	4	3	2	26
3	3	4	4	3	3	2	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	5	4	4	5	5	37
3	3	5	5	4	5	4	4	33



5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	3	4	4	5	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	3	3	3	4	4	4	4	27
5	3	4	4	5	5	5	4	35
3	2	2	3	3	3	4	2	22
4	5	4	4	5	3	4	5	34
2	3	3	4	3	3	4	4	26
2	3	2	3	3	2	3	3	21
5	4	4	5	5	4	5	5	37
3	1	2	3	2	2	1	2	16
3	4	3	4	4	4	5	4	31
4	3	3	4	4	3	3	3	27
4	5	5	5	4	5	5	4	37
5	4	4	4	5	4	5	4	35
3	2	3	3	3	2	3	2	21
4	5	5	4	5	5	5	4	37
4	3	4	3	4	3	4	3	28
5	4	4	5	5	4	4	5	36
3	2	2	3	2	3	3	2	20
5	4	5	5	4	4	5	4	36
5	4	5	5	4	5	5	4	37
3	2	3	3	3	2	4	3	23
2	2	2	2	3	2	3	2	18
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	5	3	4	4	4	5	4	33
3	3	2	3	3	4	4	4	26
5	4	5	4	5	5	5	4	37
3	3	2	3	3	2	3	2	21
4	3	4	4	3	4	4	4	30
4	5	4	5	5	4	5	4	36
3	2	3	3	3	2	3	3	22
5	4	3	4	5	5	4	4	34
4	5	4	3	4	5	4	4	33
1	2	2	2	1	4	2	2	16
3	2	2	4	4	5	3	2	25
1	1	1	4	2	4	2	1	16
1	1	1	4	1	5	3	3	19
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40

4	3	3	4	4	3	4	4	29
3	2	3	3	2	2	4	3	22
5	4	4	5	4	4	5	4	35
3	2	3	3	3	3	4	3	24
4	3	4	5	4	4	5	5	34
5	2	5	5	5	5	5	5	37
4	3	4	4	4	4	3	4	30
3	3	4	4	4	4	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	3	4	4	3	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	5	5	5	5	5	5	38
4	3	5	5	5	5	5	5	37
5	3	3	4	5	5	5	5	35
5	3	5	5	5	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	4	5	5	5	5	5	37
5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	3	4	3	3	4	4	29
3	3	5	3	4	4	5	5	32
3	5	5	5	4	5	5	3	35
5	4	5	5	3	5	5	5	37
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	3	3	3	3	3	3	26
4	5	3	4	5	3	4	5	33
5	3	4	5	3	5	3	4	32
4	3	5	4	3	5	4	3	31
3	3	3	3	4	4	5	5	30
4	3	3	4	5	5	4	3	31
2	3	3	4	3	3	2	3	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40

3	5	5	5	5	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	5	5	5	5	5	5	38
4	3	5	5	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	2	1	4	2	4	2	2	21
4	2	1	2	2	4	3	1	19
3	1	1	3	1	4	2	1	16
1	2	1	4	1	4	2	2	17
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	5	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	5	5	4	5	35
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	24

3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	5	5	5	3	3	3	30
3	3	3	4	3	3	3	3	25
3	3	4	4	3	3	4	4	28
4	4	4	4	3	3	4	3	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	3	3	3	3	3	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	2	3	3	3	3	3	3	23
5	2	5	4	4	5	4	3	32
3	2	4	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	2	3	3	3	3	5	5	29
5	2	3	5	5	3	5	5	33
3	2	3	4	4	3	4	4	27
4	3	3	4	4	4	4	5	31
4	2	3	3	4	4	3	3	26
3	3	4	3	4	3	4	3	27
4	3	3	3	3	4	4	3	27
4	3	3	3	3	4	3	2	25
5	4	5	5	5	4	4	3	35
4	2	3	3	3	2	3	3	23
5	3	3	4	4	2	4	3	28
4	4	5	4	4	4	5	4	34
3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	3	3	4	3	3	3	3	26
5	4	4	4	4	4	5	5	35
4	3	3	4	4	3	5	3	29
5	4	4	4	4	4	3	4	32
4	4	3	4	4	3	4	3	29
4	3	3	3	3	3	4	3	26
5	4	4	4	4	3	3	4	31
4	2	4	4	4	4	4	3	29
3	4	3	3	3	3	3	3	25
4	5	3	3	4	4	5	5	33
5	5	5	4	3	3	4	5	34
4	4	3	3	3	3	3	3	26

4	5	5	4	3	5	4	3	33
4	3	3	3	4	5	5	4	31
4	5	5	5	5	5	4	4	37
5	4	4	4	4	3	3	3	30
4	5	3	4	5	5	4	3	33
4	3	5	4	3	3	4	5	31
5	5	5	5	4	4	3	3	34
3	3	3	3	4	4	5	5	30
4	3	3	5	3	4	3	5	30
4	3	3	4	5	5	4	4	32
3	5	4	4	5	3	4	5	33
4	5	5	4	3	5	4	3	33
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	3	3	3	3	4	5	29
5	5	5	3	3	4	4	5	34
3	4	4	4	4	4	5	5	33
5	3	3	3	3	3	4	4	28
5	5	3	4	4	5	3	5	34
5	5	3	4	5	4	4	5	35
5	3	3	3	3	4	4	4	29
3	3	3	4	5	5	4	3	30
4	3	3	4	5	3	4	5	31
4	3	4	3	3	3	4	4	28
2	2	2	3	3	2	3	2	19
5	3	4	4	4	3	3	3	29
4	4	4	4	3	4	3	3	29
5	5	4	4	4	4	4	5	35
5	3	4	4	3	4	4	3	30
4	3	4	4	3	4	5	5	32
3	5	4	4	4	3	4	4	31
4	3	4	3	4	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	4	3	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	5	4	3	5	5	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	4	3	3	3	3	31
4	3	4	5	5	4	5	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40

3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	3	4	3	4	3	27
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	4	4	4	4	3	29
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	2	3	3	3	2	3	3	22
4	3	4	4	4	3	4	4	30
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	3	3	5	3	3	5	5	32
4	4	3	4	5	4	4	4	32
5	5	4	5	4	4	5	5	37
4	3	3	3	4	3	4	4	28
5	5	3	3	3	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	4	4	38
3	3	3	3	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	3	3	31
5	4	4	5	5	3	4	5	35
3	4	4	5	5	5	5	4	35
4	3	3	3	4	3	3	4	27
3	3	3	4	3	5	4	3	28
4	3	3	3	3	4	4	3	27
3	1	2	4	3	4	4	1	22
3	1	1	4	1	5	3	1	19
3	2	1	4	1	5	3	2	21
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	4	5	5	4	5	5	4	37
3	2	3	4	2	3	3	3	23
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	4	4	5	4	5	5	4	36
5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	3	3	4	3	3	4	4	28
5	4	5	5	4	4	5	5	37
3	3	2	3	4	4	4	4	27
3	3	4	4	4	3	4	4	29
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	5	5	4	4	5	5	36

5	5	4	4	5	5	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	3	4	4	4	29
3	4	3	4	3	4	4	4	29
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	4	4	5	5	4	5	5	36
5	4	5	4	5	5	5	5	38
2	3	3	3	3	3	3	3	23
4	3	4	4	3	3	4	4	29
5	5	4	5	4	5	5	5	38
4	4	5	5	5	4	4	4	35
4	4	3	3	4	4	4	3	29
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	4	3	3	4	4	3	4	29
4	3	3	3	3	4	4	3	27
3	3	2	3	2	3	3	3	22
4	4	3	4	4	4	4	3	30
4	4	3	3	4	4	3	3	28
4	5	5	4	5	5	4	5	37
5	4	5	5	5	4	5	5	38
4	5	5	4	4	5	5	4	36
5	4	5	4	4	5	4	5	36
3	4	3	4	4	3	4	3	28
5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	3	4	4	3	4	3	4	28
5	5	4	5	5	4	5	5	38
4	4	4	3	4	4	4	3	30
4	5	3	3	5	3	3	5	31
4	3	4	4	4	3	5	5	32
2	4	3	4	3	2	4	4	26
2	2	2	4	4	2	4	4	24
2	3	2	3	3	3	4	5	25
5	5	4	3	5	3	4	5	34
5	3	3	4	3	3	3	5	29
4	2	4	4	4	3	4	5	30
5	5	4	5	4	4	5	5	37
5	5	4	5	4	4	5	5	37
3	3	3	5	3	4	5	5	31
3	3	2	3	4	3	4	5	27

5	5	3	4	5	3	4	4	33
3	4	3	3	4	3	4	4	28
4	3	4	4	3	4	5	4	31
5	3	4	5	3	3	3	4	30
3	3	4	4	4	3	4	4	29
3	4	3	3	4	3	4	5	29
3	4	2	4	3	2	4	4	26
3	4	4	4	4	3	4	4	30
3	4	3	3	4	3	4	4	28
3	3	3	4	2	4	5	5	29
3	2	3	4	4	2	5	5	28
4	2	2	3	3	3	5	5	27
3	3	3	3	2	3	5	5	27
3	2	3	4	3	3	4	5	27
4	4	5	4	3	3	4	4	31
3	3	3	4	3	3	5	5	29
4	4	4	4	4	4	5	5	34
2	2	2	3	2	2	5	5	23
3	3	3	4	3	3	5	5	29
4	4	4	4	3	3	5	3	30
3	2	3	4	2	3	5	5	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	3	2	3	2	2	4	4	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	5	4	4	5	4	33
3	4	3	4	3	5	5	5	32
4	3	3	3	4	3	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	3	3	3	3	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	2	3	3	2	2	4	3	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	2	3	3	4	3	5	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	2	2	4	2	3	5	4	24



3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	4	3	3	5	5	29
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	5	3	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	3	4	5	4	3	5	5	34
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	2	3	2	3	2	3	2	21
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	4	4	4	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	4	4	3	5	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	4	4	3	5	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	3	5	3	3	5	5	32
3	3	4	5	3	3	4	5	30
2	2	3	2	3	2	3	4	21
3	3	4	3	3	3	5	4	28
5	4	5	4	4	4	5	5	36
5	4	4	4	4	4	4	4	33

Hasil Kuesioner Variabel *Content Marketing* (X3)

<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>Jumlah</b>
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
4	3	4	11
5	2	4	11
5	3	4	12

5	3	5	13
5	4	5	14
5	3	4	12
4	3	5	12
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	5	13
3	4	5	12
5	3	5	13
5	2	5	12
5	2	5	12
5	4	5	14
5	3	5	13
3	4	5	12
4	2	4	10
5	3	4	12
4	3	4	11
4	5	4	13
5	4	5	14
5	4	5	14
4	3	4	11
5	4	4	13
5	4	5	14
4	4	4	12
5	4	5	14
3	4	5	12
3	5	4	12
4	3	4	11
5	5	5	15
4	3	4	11
5	4	5	14
4	3	4	11
5	4	4	13
4	4	4	12
2	3	3	8
5	4	5	14
2	1	3	6
5	5	5	15

4	3	4	11
5	4	4	13
4	5	4	13
3	2	3	8
5	5	5	15
4	3	4	11
4	4	5	13
3	2	3	8
5	5	5	15
5	5	5	15
4	3	4	11
2	1	4	7
5	4	5	14
5	5	4	14
4	4	3	11
5	4	5	14
3	3	4	10
4	3	4	11
5	5	5	15
2	3	2	7
5	5	4	14
5	4	3	12
4	3	4	11
5	4	5	14
4	3	4	11
4	2	4	10
4	5	4	13
5	5	5	15
5	4	5	14
4	3	5	12
5	4	4	13
3	3	4	10
5	4	4	13
5	5	5	15
3	4	4	11
4	4	4	12
3	3	3	9
5	5	5	15
4	3	4	11
5	5	5	15

5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
4	5	5	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	4	5	14
4	4	4	12
3	5	3	11
5	3	5	13
4	5	3	12
3	4	5	12
3	3	4	10
4	3	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	3	4	11
4	3	4	11
5	3	4	12

4	2	4	10
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	3	11
5	4	5	14
4	3	3	10
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
3	3	5	11
4	4	4	12

5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	4	4	12
5	4	5	14
4	3	4	11
5	4	5	14
5	3	5	13
5	3	5	13
5	3	5	13
5	3	5	13
5	5	4	14
4	3	5	12
5	4	5	14
5	3	5	13
4	3	5	12
4	3	5	12
5	3	5	13
5	4	4	13
4	3	5	12
4	5	3	12
4	4	4	12
3	3	4	10
3	3	4	10
4	4	4	12
3	3	3	9
5	4	3	12
3	4	5	12
4	3	4	11
3	4	5	12
5	3	4	12
3	5	3	11
4	4	5	13
5	4	3	12

5	5	5	15
3	4	5	12
5	3	3	11
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
5	3	3	11
5	5	4	14
3	4	5	12
4	3	5	12
5	3	5	13
4	3	4	11
5	3	5	13
3	3	4	10
5	5	4	14
3	4	4	11
5	5	4	14
5	5	5	15
4	3	3	10
4	3	3	10
3	3	3	9
5	5	5	15
5	3	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
3	3	3	9
3	3	3	9
4	3	3	10
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
5	4	5	14
5	5	4	14

5	5	5	15
5	4	4	13
5	4	5	14
5	4	5	14
3	3	3	9
4	4	3	11
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	5	12
4	3	3	10
3	3	3	9
5	4	5	14
4	4	5	13
4	3	4	11
4	2	3	9
5	3	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
4	3	3	10
5	4	5	14
4	4	5	13
5	5	4	14
4	3	4	11
5	4	5	14
4	3	4	11
5	3	4	12
5	4	4	13
4	4	5	13
5	4	4	13
5	5	5	15
4	3	4	11
4	3	4	11
5	4	5	14
5	4	4	13
5	4	4	13
5	4	4	13
4	3	3	10
5	4	4	13
5	4	4	13
5	5	5	15



4	4	3	11
4	5	4	13
3	4	4	11
4	3	3	10
2	3	3	8
4	3	4	11
4	4	3	11
5	4	5	14
5	4	4	13
5	4	5	14
5	4	5	14
4	3	4	11
5	5	5	15
3	4	4	11
4	5	5	14
4	4	3	11
5	3	5	13
5	4	5	14
5	3	4	12
5	3	4	12
5	4	4	13
5	4	3	12
5	5	3	13
5	3	5	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	4	13
5	4	4	13
4	2	4	10
5	3	4	12
4	3	4	11
5	3	5	13
5	4	4	13
4	3	5	12
5	4	4	13
4	4	4	12
5	3	5	13
5	5	5	15
4	3	5	12
5	3	5	13

4	5	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	3	5	13
5	3	5	13
5	4	5	14
5	4	5	14
3	3	3	9
4	2	4	10
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
5	4	5	14
5	5	5	15
5	3	5	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	3	9
5	4	5	14
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12

5	4	5	14
3	3	3	9
3	3	3	9
3	2	3	8
3	3	3	9
5	4	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	3	5	13
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	4	12
5	3	5	13
5	4	5	14
3	2	3	8
5	4	5	14
5	4	4	13
5	4	5	14

Hasil Kuesioner Variabel *Electronic Word of Mouth* (X<sub>4</sub>)

<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>Jumlah</b>
3	4	4	11
4	5	5	14
3	5	4	12
2	3	2	7
2	4	4	10
3	2	4	9
2	3	4	9
4	4	5	13
3	4	4	11
2	2	2	6
3	3	2	8
4	4	3	11
4	5	4	13
3	5	4	12
4	4	5	13
4	4	4	12

5	4	4	13
4	5	4	13
4	4	4	12
2	3	1	6
2	3	2	7
5	5	4	14
3	2	1	6
2	2	2	6
3	3	2	8
4	4	5	13
4	5	3	12
2	3	2	7
3	3	2	8
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
5	5	4	14
4	5	5	14
5	5	5	15
2	2	3	7
4	4	5	13
2	2	4	8
3	4	5	12
4	3	4	11
2	3	2	7
4	5	4	13
2	2	1	5
5	5	4	14
4	3	4	11
5	5	4	14
5	4	5	14
2	2	2	6
4	5	5	14

3	4	3	10
5	5	4	14
2	3	2	7
4	4	5	13
3	4	5	12
2	3	3	8
2	2	1	5
5	5	4	14
4	4	5	13
4	3	3	10
5	5	2	12
5	3	3	11
3	4	4	11
4	5	4	13
3	3	3	9
5	4	3	12
4	5	4	13
3	4	4	11
4	5	4	13
2	2	3	7
3	2	3	8
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	3	11
2	4	2	8
4	5	5	14
3	3	2	8
5	5	4	14
5	5	5	15
3	4	4	11
4	4	4	12
3	3	3	9
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15

5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	3	13
5	5	5	15
5	5	5	15
4	3	5	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	3	11
4	4	5	13
4	5	3	12
5	4	3	12
4	5	5	14
2	3	4	9
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	3	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15

5	5	5	15
4	4	4	12
3	4	2	9
2	3	3	8
3	2	1	6
3	2	1	6
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	5	13
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	3	9

3	3	4	10
4	4	4	12
3	3	4	10
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	4	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	3	13
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	3	11
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	3	11
2	3	2	7
2	2	2	6
2	3	3	8
3	3	3	9
1	2	1	4
3	3	2	8
3	3	3	9
4	4	2	10
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
5	5	4	14
3	2	2	7
1	2	1	4
3	3	4	10



3	4	5	12
3	4	5	12
5	5	5	15
4	5	5	14
5	3	4	12
3	3	3	9
4	5	5	14
5	4	3	12
5	4	3	12
3	5	5	13
5	4	3	12
4	5	3	12
5	4	3	12
4	4	3	11
3	4	5	12
5	5	5	15
5	4	3	12
4	4	5	13
3	4	5	12
3	3	4	10
3	5	3	11
3	4	5	12
4	4	5	13
5	4	3	12
3	4	5	12
4	4	4	12
1	1	1	3
4	4	4	12
4	4	5	13
4	4	5	13
4	3	4	11
4	5	5	14
4	4	3	11
4	4	4	12
3	3	3	9

3	3	4	10
5	5	5	15
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
3	3	3	9
3	3	3	9
4	3	3	10
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
2	2	3	7
4	4	4	12
5	4	5	14
3	4	5	12
4	5	5	14
3	3	4	10
4	3	3	10
5	5	5	15
3	3	3	9
4	4	5	13
5	4	3	12
4	5	3	12
4	5	3	12
3	4	3	10
4	4	4	12
5	5	4	14
3	4	2	9
4	2	1	7

2	2	4	8
5	4	3	12
4	5	5	14
2	3	3	8
4	5	5	14
4	5	4	13
5	5	5	15
4	3	4	11
4	5	5	14
4	3	4	11
4	5	4	13
4	5	5	14
5	4	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
4	3	4	11
4	4	4	12
4	5	4	13
4	5	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
4	3	3	10
4	4	4	12
4	5	4	13
4	5	5	14
4	3	4	11
5	4	5	14
3	4	3	10
3	4	3	10
2	3	3	8
4	3	4	11
4	3	4	11
4	4	5	13
5	4	5	14
5	4	5	14

4	5	4	13
3	4	4	11
5	5	5	15
4	3	4	11
4	5	4	13
2	4	4	10
3	3	5	11
4	5	4	13
4	3	4	11
4	5	3	12
3	4	5	12
5	4	5	14
5	4	5	14
3	3	5	11
5	4	5	14
4	5	4	13
5	4	5	14
4	3	4	11
5	3	4	12
3	4	5	12
3	4	3	10
5	3	4	12
3	4	4	11
3	2	3	8
5	4	3	12
4	3	4	11
3	4	4	11
3	4	5	12
4	3	4	11
3	3	3	9
4	3	3	10
4	3	3	10
4	4	5	13
5	5	4	14
5	5	4	14

5	5	3	13
4	3	3	10
4	5	4	13
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	4	10
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
4	5	4	13
5	5	5	15
3	3	4	10
5	5	5	15
5	5	5	15
3	4	3	10
4	4	4	12
4	5	3	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	3	11
5	5	5	15
3	3	4	10
3	3	3	9
4	5	4	13
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12

4	4	5	13
3	3	3	9
3	3	3	9
3	2	3	8
3	3	3	9
4	5	4	13
4	4	4	12
5	5	5	15
4	3	3	10
5	5	5	15
5	5	4	14
3	3	3	9
3	5	3	11
4	4	4	12
2	3	2	7
4	5	4	13
5	4	5	14
4	4	3	11

Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>Jumlah</b>
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
2	3	3	2	10
4	4	4	2	14
4	2	4	1	11
5	4	2	4	15
5	5	4	3	17
5	5	4	4	18
2	3	2	2	9
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
5	4	2	4	15
5	4	4	3	16
4	4	4	3	15
4	4	4	2	14
3	4	5	3	15
4	4	2	1	11
4	4	2	1	11
4	4	1	1	10
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
4	4	4	3	15
3	2	2	2	9
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
4	4	5	3	16
5	5	5	5	20
2	3	2	2	9
5	4	4	5	18
2	2	2	3	9
5	4	4	5	18
3	3	4	3	13
1	1	2	1	5
5	5	4	5	19
1	2	2	2	7
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
3	2	2	1	8
4	5	5	5	19
4	3	4	3	14
5	5	4	3	17
3	2	2	2	9
5	4	5	5	19

5	5	4	5	19
4	3	3	3	13
2	2	2	1	7
5	5	4	5	19
3	3	3	4	13
3	4	3	3	13
5	4	5	5	19
4	2	4	4	14
3	4	4	3	14
5	4	5	4	18
2	3	3	2	10
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	4	4	3	15
5	4	4	4	17
4	1	4	1	10
4	5	1	4	14
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
3	4	3	2	12
4	5	4	5	18
3	3	3	2	11
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	3	18
5	5	5	3	18
5	5	3	3	16
4	4	4	3	15
5	5	5	3	18
5	5	5	3	18
5	5	5	3	18





3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
3	3	3	4	13
3	5	3	3	14
3	3	3	5	14
4	4	3	3	14
3	4	3	4	14
5	5	5	5	20
3	3	4	3	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	4	3	13
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
3	4	5	5	17
4	5	4	4	17
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15

4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	4	4	2	13
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
3	3	3	2	11
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	5	4	4	17
3	4	5	5	17
5	3	4	5	17
5	5	4	3	17
3	4	5	3	15
5	5	4	3	17
3	4	4	5	16
4	3	5	3	15
5	4	3	4	16
3	3	4	4	14
3	3	4	4	14
5	4	3	5	17
4	3	5	4	16
3	4	4	5	16
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	4	3	3	15
5	3	4	5	17
3	4	5	3	15
4	5	5	3	17
4	5	3	4	16
5	3	4	4	16
3	4	4	5	16
3	4	5	5	17

3	4	5	3	15
4	4	5	4	17
2	3	3	2	10
5	5	4	4	18
4	4	5	5	18
5	4	5	5	19
3	4	4	3	14
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	2	3	3	11
3	4	4	4	15
4	5	4	5	18
4	5	4	3	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	4	5	5	19
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
3	4	5	3	15
4	5	3	5	17

4	5	3	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	1	3	12
4	4	4	1	13
4	4	2	2	12
4	4	4	3	15
4	5	5	5	19
3	3	4	4	14
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
3	3	4	3	13
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
5	5	5	4	19
3	4	3	4	14
4	5	5	5	19
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
4	3	3	3	13
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
4	5	4	5	18
4	3	4	4	15
4	5	4	5	18
4	3	4	3	14
4	3	4	4	15
3	3	2	3	11
4	3	4	4	15
3	4	4	3	14
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19

4	5	4	4	17
4	4	5	5	18
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	3	4	3	14
5	4	5	4	18
3	4	3	4	14
5	3	5	4	17
5	3	5	4	17
3	2	3	4	12
4	5	4	4	17
4	3	4	3	14
3	5	3	3	14
3	5	4	4	16
3	4	5	3	15
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
3	4	5	4	16
5	3	4	5	17
3	4	3	5	15
3	4	4	4	15
4	3	5	4	16
3	4	4	4	15
4	5	3	4	16
4	4	4	3	15
4	3	4	4	15
3	4	3	5	15
3	4	4	4	15
3	4	4	3	14
3	4	5	5	17
4	3	4	4	15
4	3	4	4	15
4	3	4	4	15
5	3	3	3	14
5	4	4	4	17
5	3	5	3	16
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	3	4	4	15

3	3	3	3	12
3	2	3	4	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
3	3	3	3	12
4	5	4	5	18
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
2	3	4	3	12
3	3	3	3	12
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15

5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
3	3	3	5	14
5	3	5	5	18
5	4	5	4	18
3	3	2	3	11
5	4	4	5	18
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16



### Lampiran 3 Hasil Uji Kuesioner

#### Hasil Uji Validitas Harga (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,602**	,548**	,560**	,821**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384
X1.2	Pearson Correlation	,602**	1	,662**	,639**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384
X1.3	Pearson Correlation	,548**	,662**	1	,596**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	384	384	384	384	384
X1.4	Pearson Correlation	,560**	,639**	,596**	1	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	384	384	384	384	384
Total X1	Pearson Correlation	,821**	,865**	,829**	,834**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	384	384	384	384	384

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

#### Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,627**	,670**	,572**	,639**	,495**	,526**	,535**	,803**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
X2.2	Pearson Correlation	,627**	1	,682**	,518**	,661**	,482**	,515**	,566**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
X2.3	Pearson Correlation	,670**	,682**	1	,659**	,704**	,521**	,599**	,592**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
X2.4	Pearson Correlation	,572**	,518**	,659**	1	,593**	,582**	,570**	,550**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
X2.5	Pearson Correlation	,639**	,661**	,704**	,593**	1	,459**	,595**	,601**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
X2.6	Pearson Correlation	,495**	,482**	,521**	,582**	,459**	1	,430**	,337**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
X2.7	Pearson Correlation	,526**	,515**	,599**	,570**	,595**	,430**	1	,740**	,780**
	Sig. (2-tailed)									
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
X2.8	Pearson Correlation	,535**	,566**	,592**	,550**	,601**	,337**	,740**	1	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Total X2	Pearson Correlation	,803**	,810**	,862**	,784**	,835**	,671**	,780**	,780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384

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

### Hasil Uji Validitas *Content Marketing* (X3)

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,492**	,616**	,844**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	384	384	384	384
X3.2	Pearson Correlation	,492**	1	,453**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	384	384	384	384
X3.3	Pearson Correlation	,616**	,453**	1	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	384	384	384	384
Total X3	Pearson Correlation	,844**	,807**	,822**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	384	384	384	384

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

### Hasil Uji Validitas *Electronic Word of Mouth* (X4)

#### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Total X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,715**	,598**	,877**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	384	384	384	384
X4.2	Pearson Correlation	,715**	1	,639**	,890**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	384	384	384	384
X4.3	Pearson Correlation	,598**	,639**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	384	384	384	384
Total X4	Pearson Correlation	,877**	,890**	,860**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	384	384	384	384

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

### Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		<b>Correlations</b>				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,601**	,543**	,521**	,810**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384
Y.2	Pearson Correlation	,601**	1	,511**	,537**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384
Y.3	Pearson Correlation	,543**	,511**	1	,576**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	384	384	384	384	384
Y.4	Pearson Correlation	,521**	,537**	,576**	1	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	384	384	384	384	384
Total Y	Pearson Correlation	,810**	,805**	,811**	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	384	384	384	384	384

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

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	4

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	8

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Content Marketing* (X3)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	3

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel E-WOM (X4)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	3

## Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,827	4

## Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			384
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		0
	Std. Deviation		1
Most Extreme Differences	Absolute		,062
	Positive		,059
	Negative		-,062
Kolmogorov-Smirnov Z			1,213
Asymp. Sig. (2-tailed)			,105
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,106 <sup>c</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,098
		Upper Bound	,114

a. Test distribution is Normal.

b. User-Specified

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 743671174.

### Hasil Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	,589	,442		1,331	,184		
	Harga (X1)	,159	,037	,176	4,339	,000	,324	3,087
	Kualitas Pelayanan (X2)	,101	,022	,211	4,524	,000	,246	4,067
	Content Marketing (X3)	,402	,049	,271	8,173	,000	,484	2,068
	Electronic Word Of Mouth (X4)	,406	,042	,356	9,595	,000	,388	2,581

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Hasil Uji Heterokedasitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	2,005	,292		6,857	,000		
	Harga (X1)	-,034	,024	-,123	-1,417	,157	,324	3,087
	Kualitas Pelayanan (X2)	-,032	,015	-,218	-2,188	,029	,246	4,067

Content Marketing (X3)	,029	,033	,063	,886	,376	,484	2,068
Electronic Word Of Mouth (X4)	,010	,028	,028	,348	,728	,388	2,581

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,589	,442		1,331	,184
	Harga (X1)	,159	,037	,176	4,339	,000
	Kualitas Pelayanan (X2)	,101	,022	,211	4,524	,000
	Content Marketing (X3)	,402	,049	,271	8,173	,000
	Electronic Word Of Mouth (X4)	,406	,042	,356	9,595	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Hasil Uji f

		<b>ANOVA<sup>a</sup></b>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2564,737	4	641,184	373,997	,000 <sup>b</sup>
	Residual	649,761	379	1,714		
	Total	3214,497	383			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth (X4), Content Marketing (X3), Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

### Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

		<b>Model Summary<sup>b</sup></b>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,893 <sup>a</sup>	,798	,796	1,30935	

a. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth (X4), Content Marketing (X3), Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

**VALIDASI SUMBER PUSTAKA PENULISAN SKRIPSI**

Nama : Salas Fatkur Rohman Afif  
 NIM : 2003102282  
 Program Studi : Manajemen  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
 Dosen Pembimbing I : Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M.  
 Dosen Pembimbing II : Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.  
 Judul : PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, *CONTENT MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PRABU MOTOR PONOROGO

No.	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). <i>Metodologi Penelitian Kuantitatif</i> . Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.	79, 54, 64	43, 45, 48	✓	
2.	Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN BARANG THRIFT MELALUI INSTAGRAM DI SOLO RAYA. <i>Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)</i> .	464	7	✓	
3.	Anggreani, A., Puspita, V., & Markoni, M. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) pada Media Sosial Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Generasi Z Kota Bengkulu. <i>Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business</i> , 4(3), 725–733. <a href="https://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i3.1368">https://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i3.1368</a>	732, 732	26, 89	✓	
4.	Anwar, K., & Marzuki, I. (2022). <i>Statistik Terapan</i> . CV Tangan Mas.	159, 159, 164	49, 51, 51	✓	
5.	Arfah, Y. (2022). <i>Keputusan Pembelian Produk</i> . PT Inovasi Pratama Internasional.	4, 4	12, 48	✓	
6.	Brown, T. J. (2005). Spreading the Word: Investigating Antecedents of Consumers' Positive Word-of-Mouth Intentions and Behaviors in a Retailing Context. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i> , 33(2), 123–138. <a href="https://doi.org/10.1177/0092070304268417">https://doi.org/10.1177/0092070304268417</a>	129, 129	25, 47	✓	
7.	Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth. <i>Internet</i>	231	23	✓	



	<i>Research</i> , 18(3), 229–247. <a href="https://doi.org/10.1108/1066224081088329">https://doi.org/10.1108/1066224081088329</a>				
8.	Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. <i>PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik</i> , IX(1), 104–112.	111	37		✓
9.	Dewi, N. P. A. D., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. <i>Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis</i> , I(4), 178–190.	189	92		✓
10.	Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. <i>Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis</i> , I(4), 178–190.	189, 180, 189	7, 38, 40		✓
11.	Duli, N. (2019). <i>METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF: BEBERAPA KONSEP DASAR UNTUK PENULISAN SKRIPSI &amp; ANALISIS DATA DENGAN SPSS</i> . CV BUDI UTAMA.	122	53		✓
12.	Evania, S., Listiana, E., Wendy, ., Rosnani, T., & Fahrana, Y. (2023). The Effect of Influencer Marketing and Content Marketing on Customer Engagement and Purchase Decisions on Followers. <i>Asian Journal of Economics, Business and Accounting</i> , 12–20. <a href="https://doi.org/10.9734/ajebe/2023/v23i2917">https://doi.org/10.9734/ajebe/2023/v23i2917</a>	13	32		✓
13.	Fajriyah, A., Nandang, ., & Karnowati, B. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. <i>Prosiding 16th Urecol: Seri Mahasiswa Student Paper</i> .	110, 110	7, 39		✓
14.	Fatchur Rohman, D., Sidanti, H., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). <i>PENGARUH HARGA, CELEBRITY ENDORSER, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VENTELA (STUDI KASUS MASYARAKAT DI KOTA MADIUN)</i> .	1	27		✓
15.	Ghozali, I. (2018). <i>Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25</i> (9th ed.). Badan Penerbit UNDIP.	51, 98, 51, 98	51, 55, 70, 84		✓
16.	Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. <i>Productivity</i> , 2(2).	72, 72	4, 87		✓
17.	Haryani, D. S. (2022). <i>Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Nilai Pelanggan</i> . CV Azka Pustaka.	18, 22, 22	19, 21, 46		✓

18.	Heryuandika Putra, R., & Ula Ananta Fauzi, R. (2023). <i>PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL AQUA (STUDI KASUS DI KABUPATEN PONOROGO)</i> .	1	28	✓	
19.	Hijrianti, R. A. (2019). <i>PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: Studi pada Pengunjung Situs Reservasi Hotel Online di Indonesia</i> . <a href="https://api.semanticscholar.org/CorpusID:202290583">https://api.semanticscholar.org/CorpusID:202290583</a> .	33	39, 90	✓	
20.	Hikmah Perkasa, D., Astiana Suhendar, I., Randyantini, V., & Andrini, E. (2020). <i>THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM), PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS</i> . 1(5). <a href="https://doi.org/10.31933/DJMS">https://doi.org/10.31933/DJMS</a> .	695	33	✓	
21.	Idrus, S. Al. (2019). <i>Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori</i> . Media Nusa Creative.	33, 33	20, 46	✓	
22.	Jannah, N. R., & Arifin, A. (2023). <i>The Influence of Price, Product Quality, and Promotion on Purchase Decisions in E-commerce Shopee with Trust as a Moderating Variable</i> (Vol. 1).	1	32	✓	
23.	Jaya, I. M. L. M. (2020). <i>METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata</i> . Penerbit ANAK HEBAT INDONESIA.	17	42	✓	
24.	Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). <i>Marketing management</i> (16e ed.). Pesarson Education.	91, 91, 264	12, 13, 17	✓	
25.	Lal, B., Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., & Kwayu, S. (2020). <i>Return on Investment in Social Media Marketing: Literature Review and Suggestions for Future Research</i> (pp. 3–17). Springer International Publishing. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-030-24374-6_1">https://doi.org/10.1007/978-3-030-24374-6_1</a>	15, 15	24, 47	✓	
26.	Latief, R. (2018). <i>Word of Mouth Communication Penjualan Produk</i> . Media Sahabat Cendekia.	17, 19	7, 24	✓	
27.	Liyono, A. (2022). <i>PENGARUH BRAND IMAGE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM GALON CRYSTALLINE PADA PT. PANCARAN KASIH ABADI</i> . <i>Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis</i> , 3(1), 73–91. <a href="https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089">https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089</a>	88	26	✓	
28.	Maknunah, L. U., & Aprilianingsih, R. D. (2020). <i>Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Galeri Jenang Kelapa Sari Rejowinangun Blitar)</i> . <i>JURNAL TRANSLITERA</i> , 9(2).	10, 10	4, 36	✓	
29.	Mayroza Wiska, Fenisi Resty, & Hidayatul Fitriani, H. F. (2022). <i>ANALISIS CONTENT MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM )</i>	161, 157, 161	29, 35, 89	✓	



	TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z PADA MEDIA SOSIAL TIK-TOK (STUDI KASUS GENERASI Z KABUPATEN DHARMASRAYA). <i>MANAJEMEN DEWANTARA</i> , 6(2), 153–162. <a href="https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12524">https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12524</a>				
30.	Muhammad Rifan Mutaqin, Mochamad Malik Akbar Rohandi, & Septiana Ayu Estri Mahani. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Transportasi Online Indrive di Bandung. <i>Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis</i> , 69–78. <a href="https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2824">https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2824</a>	77	30	✓	
31.	Mukhid, Abd. (2019). <i>METODOLOGI PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF</i> . CV. Jakad Media Publishing.	67	46	✓	
32.	Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. <i>Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan</i> , 10(3), 511–518. <a href="https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539">https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539</a>	511, 511	4, 87	✓	
33.	Nababan, D. R., Lestari, P., & Rizka, N. (2018). <i>Seminar Nasional Sains &amp; Teknologi Informasi (SENSASI) Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Mobil Bekas Dengan Menerapkan Metode VIKOR</i> . <a href="http://seminar-id.com/semnas-sensasi2018.html">http://seminar-id.com/semnas-sensasi2018.html</a>	552	1	✓	
34.	Nst, V. F. H. (2023). PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN DIMEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK PADA INDOMARET CABANG MANDALA BY PASS. <i>Jurnal Ilmiah METADATA</i> , 5(2), 350–372. <a href="https://doi.org/10.47652/metadata.v5i2.389">https://doi.org/10.47652/metadata.v5i2.389</a>	370, 353, 353	7, 39, 90	✓	
35.	Nugraha, A. (2022). Analisis Bauran Pemasaran dalam Penjualan Mobil Bekas di Perkasa Mobil. <i>Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL</i> , 10(4), 273–278. <a href="http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/index">http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/index</a>	274	2	✓	
36.	Nugroho, F. (2022). THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS ON E-COMMERCE SHOPEE IN PANGKALPINANG CITY. <i>Business and Accounting Research (JEBAR) Peer Reviewed-International Journal</i> , 6. <a href="https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JEBAR">https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JEBAR</a>	1	32	✓	
37.	Nurhayati. (2023). <i>Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen</i> . PT Nasya Expanding Management.	6	18	✓	
38.	Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: <i>El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi &amp; Bisnis Islam</i> , 1(2), 150–160. <a href="https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.473">https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.473</a>	154, 158, 154, 158	36, 36, 86, 87	✓	
39.	Pratiwi, S., & Rahmidani, R. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth Pada Media	1218	38	✓	

	Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vaseline Hand & Body Lotion. <i>Jurnal Ecogen</i> , 6(1), 119. <a href="https://doi.org/10.24036/jmpe.v6i1.14476">https://doi.org/10.24036/jmpe.v6i1.14476</a>				
40.	Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA BRAND SKINCARE SOMETHINC. <i>AGORA</i> , 10(1).	2, 2	22, 47	✓	
41.	Rachman, S. H. (2023a). <i>Pengambilan Keputusan Efek Corporate Image, User Image, Product Image terhadap Pembelian Konsumen</i> . Jejak Pustaka.	3	1	✓	
42.	Rachman, S. H. (2023b). <i>Pengambilan Keputusan: Efek Corporate, User Image, Product Image terhadap Pembelian Konsumen</i> . Jejak Pustaka.	2	12	✓	
43.	Restiani Widjaja, Y. (2023). PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR. In <i>Jurnal Sains Manajemen</i> (Vol. 5, Issue 1). <a href="https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index">https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index</a>	5, 5	37, 87	✓	
44.	Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). <i>Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen</i> . CV Budi Utama.	13, 21, 75, 75, 307, 309, 310, 310, 307, 309	43, 45, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 77, 81	✓	
45.	Rizky Pratama, A., Santoso, E., Hartono, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., Muhammadiyah Ponorogo, U., Ponorogo, K., Jawa Timur, P., Kunci, K., Pelayanan, K., & Pembelian, K. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Showroom Mobil Manggala Motor Desa Janti Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo. <i>Jurnal Kewarganegaraan</i> , 6(2).	3832, 3827	31, 35	✓	
46.	Rizqy Maudy, C., & Yanita Setyawati, C. (2024). <i>Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Content Marketing Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening</i> . 5(6).	2095	28	✓	
47.	Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). <i>Konsep dan Strategi Pemasaran (Marketing Concepts and Strategies)</i> . CV Sah Media.	41	16	✓	
48.	Sambodo, G. P. (2023). <i>Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Mobil Bekas di Showroom Iman Motor Jombang. (The Influence of Product</i>	13	27	✓	



	<i>Quality, Price Perception, and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Interest in Buying Used Cars at the Iman Motor Jombang Showroom</i> ). Undergraduate thesis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.				
49.	Santosa, A. T. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, STORE ATMOSPHERE, DAN E-WOM TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI TERHADAP KONSUMEN ZENBU-HOUSE OF MOZARU PARIS VAN JAVA, BANDUNG). <i>Jurnal Manajemen Maranatha</i> , 18(2), 148–158. <a href="https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613">https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613</a>	156	30		✓
50.	Santy, R. D., & Andriani, R. (2023). PURCHASE DECISION IN TERMS OF CONTENT MARKETING AND E-WOM ON SOCIAL MEDIA. <i>Journal of Eastern European and Central Asian Research</i> , 10(6), 921–928. <a href="https://doi.org/10.15549/jeeecar.v10i6.1502">https://doi.org/10.15549/jeeecar.v10i6.1502</a>	921	33		✓
51.	Saparso, Soegeng Wahyoedi, & Santoso. (2021). The Role Of Brand Image In Mediating Service Quality And Promotion Towards Decisions To Buy Car On Credit In The Covid-19 Period (Study Case At Pt Maybank Indonesia Finance Dki Jakarta And Tangerang Branch). <i>International Journal of Science, Technology &amp; Management</i> , 2(5), 1907–1917. <a href="https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.353">https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.353</a>	1907	31		✓
52.	Septiani Patmala, H., & Candra Fatihah, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UKM MART KARTIKA WIDYA UTAMA. <i>JIMEA   Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)</i> , 5(3).	165, 165	32, 88		✓
53.	Setiawan, M. A., & Wahyuati, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI SAPUTRA MOTOR. <i>Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen</i> .	63	29		✓
54.	Setyawati, A., & Rahma, A. (2022). <i>MANAJEMEN PEMASARAN DI ERA BISNIS YANG SERBA CEPAT</i> . Media Nusa Creative.	59, 59	18, 46		✓
55.	Situmorang, A., & Dewi, A. F. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN MAJU BERSAMA (STUDI KASUS KONSUMEN SWALAYAN MAJU BERSAMA KAPTEN MUSLIM). <i>JUBIMA : Jurnal Bintang Manajemen</i> , 1(1), 131–144.	142, 142	40, 92		✓
56.	Sudarso, A., Suryati, L., Saragih, L. M. S., Fajrillah, F., Syarif, S. H., & Nazara, K. R. P. (2022). The Influence of Brand Image, Price, Product Quality, and Distribution on Purchase Decisions for Fiesta Chicken Nugget Products (Smart Superstore Medan City). <i>Ekonomi</i> ,	339	34		✓

	<i>Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)</i> , 4(2), 339–344. <a href="https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.1839">https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.1839</a>				
57.	Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). <i>METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF</i> . Deepublish Publisher 2022.	35, 40, 38, 43	44, 49, 50, 50	✓	
58.	Sudirjo, F., Priyana, Y., & Permana, R. M. (2023). Pengaruh E-Wom, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Beauty di Provinsi Jawa Barat. <i>Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science</i> , 2(02), 1–10. <a href="https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.331">https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.331</a>	62	25	✓	
59.	Sulaeman, A., & Rahayu, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR KAWASAKI PADA PT. KAWANSAKTI ADHISEJAHTERA BINTARO TANGERANG SELATAN. <i>Jurnal ARASTIRMA Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM</i> , 1(1), 68–75.	74, 74	4, 37	✓	
60.	Sulaksono, H., & Hidayah, T. (2022). The Influence of Product Quality, Price, Brand Image, E WoM and WoM on Purchase Decisions of Oriflame Products at SPO Amalia Kartika Putri Situbondo. <i>ABM: International Journal of Administration, Business and Management</i> , 4(2), 66–92. <a href="https://doi.org/10.31967/abm.v4i2.636">https://doi.org/10.31967/abm.v4i2.636</a>	66	33	✓	
61.	Supriatna, A., Gustian Anugrah, T., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang, F. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang. <i>Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan</i> , Desember, 8(24), 78–85. <a href="https://doi.org/10.5281/zenodo.7460594">https://doi.org/10.5281/zenodo.7460594</a>	84, 84	38, 89	✓	
62.	Suwitho. (2022). <i>Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelangganya: Sebuah Monograf Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran</i> . CV Pena Persada.	16, 17, 17	18, 19, 46	✓	
63.	Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). <i>Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga &amp; Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)</i> . Adanu Abimata.	8	3	✓	
64.	Tousalwa, C. C., Pattipeilohy, V. R., & Ferdinandus, S. (2019). Faktor-Faktor Determinan Keputusan Pembelian secara Online Produk Fashion melalui Media Sosial di Kota Ambon. <i>Jurnal Maneksi</i> , 8(2), 195–203.	197, 197	17, 48	✓	
65.	Triwardhani, D. (2020). Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online. <i>Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informatika</i> , 16(3), 284–296. <a href="http://www.highfive.id">www.highfive.id</a>	287, 287	21, 47	✓	
66.	Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di	39	38	✓	

	Media Sosial. <i>Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen</i> , 8(1).				
67.	Wulansari, A. D. (2018). <i>Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian</i> (Vol. 3). Pustaka Felicha.	38, 38	52, 76	✓	
68.	Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. <i>Journal of Islamic Economics and Finance Studies</i> , 3(1), 55. <a href="https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293">https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293</a>	67, 67	8, 90	✓	
69.	Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. <i>Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services</i> , 2(2), 89-96. <a href="https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38">https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38</a>	91	21	✓	

Catatan Dosen Pembimbing:

Layak / Tidak Layak untuk Diuji (Coret yang tidak perlu)

Madiun, 14 Agustus 2024  
Dosen Pembimbing II



Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.  
NIDN. 0708108702



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Salas Fatkur Rohman Afif lahir di Magetan pada tanggal 4 April 2002, anak ketiga dari pasangan Bapak Muryono dan Ibu Mulyaningsih. Bertempat tinggal di Dusun Gandek, RT/RW:15/03, Kelurahan Kawedanan, Kecamatan Kawedanan, Kabupaten Magetan. Menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Kawedanan tamat pada tahun 2017. Dilanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Kawedanan tamat pada tahun 2020. Pendidikan berikutnya ditempuh di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.



## Skripsi Salas3-1723587163496

### ORIGINALITY REPORT

**29%**  
SIMILARITY INDEX

**26%**  
INTERNET SOURCES

**19%**  
PUBLICATIONS

**17%**  
STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://e-journal.stie-aub.ac.id">e-journal.stie-aub.ac.id</a> Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
4	Submitted to Canada College Student Paper	1%
5	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id">repository.stiewidyagamalumajang.ac.id</a> Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas PGRI Madiun Student Paper	1%