

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

PENGARUH SOSIAL MEDIA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA DI WILAYAH KOTA MADIUN

Apakah saudara sudah pernah membeli Es Teh Indonesia?

- Sudah
- Belum

A. IDENTITAS RESPONDEN

- Nama :
- Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
- Pendidikan Terakhir : SMP
 SMA/SMK Sederajat
 DIPLOMA/S1/S2/S3
- Usia : 16-25 Tahun
 26-35 Tahun
 > 36 Tahun
- Pekerjaan : PNS/TNI/POLRI
 Wiraswasta
 Pelajar/Mahasiswa
 Lainnya
- Pendapatan : < Rp 1.000.000
 Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 Rp 3.100.000 – Rp 5.000.000
 > Rp 5.000.000

B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

- 1) Bacalah dengan cermat semua pertanyaan yang ada dalam kuisisioner ini.
- 2) Responden hanya dapat memilih salah satu pilihan yang dianggap benar.
- 3) Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang dipilih kemudian isi semua pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden.
- 4) Terdapat 5 poin penilaian sesuai dengan pendapat masing-masing responden dalam menjawab pertanyaan tersebut

Tabel Penilaian

Pilihan Jawaban	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Sosial Media (X1)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
Indikator Adanya konten yang menarik dan menghibur						
1	Konten yang diposting di sosial media Es Teh Indonesia selalu menarik perhatian					
Indikator Adanya interaksi antara konsumen dengan penjual						
2	Es Teh Indonesia responsif dalam menjawab keluhan yang ada di sosial media					
Indikator Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain						
3	Konsumen yang membeli produk Es Teh Indonesia sering memberikan <i>review</i> di sosial media sehingga membuat tertarik untuk membeli					
Indikator Kemudahan untuk pencarian informasi produk						
4	Seluruh sosial media Es Teh Indonesia dapat membantu dalam mencari informasi terkait produk					
Indikator Kemudahan untuk mengkomunikasikan informasi pada publik						

5	Sosial media memudahkan dalam berkomunikasi dengan Es Teh Indonesia					
Indikator Tingkat kepercayaan kepada media sosial						
6	Sosial media dapat dipercaya ketika mencari informasi tentang Es Teh Indonesia					

2. Citra Merek (X2)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
Indikator Pengenalan						
1	Es Teh Indonesia memiliki identitas yang mudah dikenali					
Indikator Reputasi						
2	Es Teh Indonesia memiliki reputasi yang baik					
Indikator Daya Tarik						
3	Es Teh Indonesia memiliki daya tarik tersendiri yang membuat tertarik membeli produknya					
Indikator Kesetiaan						
4	Es Teh Indonesia memiliki kesan yang baik sehingga konsumen akan membeli lagi					

3. Kualitas Produk (X3)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
Indikator <i>Freshness</i>						
1	Es Teh Indonesia selalu menggunakan bahan yang <i>fresh</i> sehingga rasanya enak					
Indikator <i>Presentation</i>						
2	Produk Es Teh Indonesia memiliki tampilan yang menarik					
Indikator <i>Taste</i>						
3	Produk Es Teh Indonesia mampu memberikan rasa yang memuaskan					
Indikator <i>Inivative Food</i>						
4	Es Teh Indonesia memiliki produk dengan berbagai macam varian rasa yang inovatif					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
Indikator Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk						
1	Saya merasa yakin membeli Es Teh Indonesia setelah mendapatkan informasi mengenai produknya					
Indikator Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai						
2	Saya sering membeli produk Es Teh Indonesia					
Indikator Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan						
3	Saya membeli produk Es Teh Indonesia karena menginginkannya					
Indikator Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain						
4	Saya membeli produk Es Teh Indonesia karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain					

Lampiran 2 Data Tobulasi

X1 : Sosial Media X3 : Kualitas Produk

X2 : Citra Merek Y : Keputusan Pembelian

X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 1. 6	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	Y . 1	Y . 2	Y . 3	Y . 4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	2	5	5	5	2	2
5	5	4	4	5	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	2	4	5	5	3	3
5	4	5	5	5	5	2	1	2	2	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	4	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	1	1	1	1	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	1	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	2	2	2	2	4	4	3	5	4	2	3	3
4	5	5	4	4	5	2	2	2	2	4	4	4	5	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	5	5	4	5	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2	2	5	5	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	2	4	1	1
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	2	2
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3

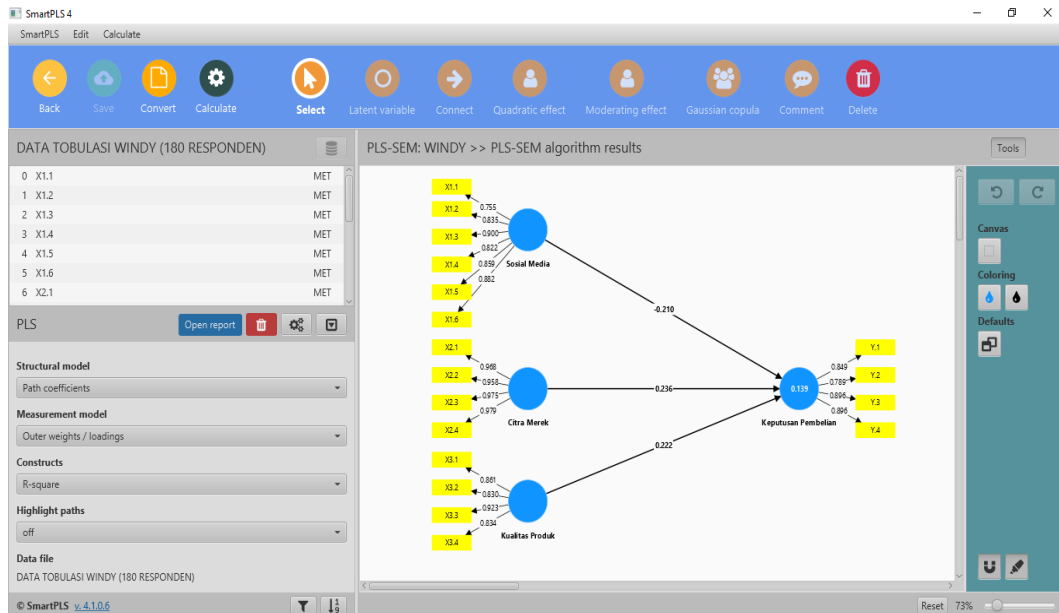
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	4	2	3	2
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	2	1	3	3	3	3
5	4	5	5	5	5	3	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	3	3
5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	3
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	1	2	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3
2	3	4	5	2	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	2	1	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	1

3	5	4	4	5	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4
3	5	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
2	4	4	5	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5
3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5
5	1	1	2	1	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4
4	2	1	1	2	2	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	4	4
2	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2	2
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	2	5	5	5	3	3
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3
1	1	2	1	2	1	3	3	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4
2	1	1	2	1	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4
5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	1	1	1	1	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	1	4	2	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3
5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	5	1	1	1	1
5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	1	2	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	3	3
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3
5	4	5	4	5	5	2	1	2	2	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	3	3
5	5	4	5	4	5	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	1	1
4	5	4	4	5	5	3	3	3	3	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	2	3	3

5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3
5	5	4	5	5	5	4	2	2	2	4	4	4	4	1	1	1
5	5	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
5	4	5	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	2	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	3	4	3	4	3	3	5	4	5	5	5	5	3
4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	5	5	4	5	2	4	1
3	1	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5
2	3	4	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	1	5	4	5
3	5	4	3	3	2	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4
2	4	4	5	2	2	2	2	2	2	4	4	4	5	4	4	4
3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	1	2	5	5	5
3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	1	1	2	1	2	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	2	1	1	2	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
2	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3
5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	5	5	4	5	3	5	3
5	5	5	4	5	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
1	1	2	1	2	1	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
2	1	1	2	1	2	3	3	3	3	5	3	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

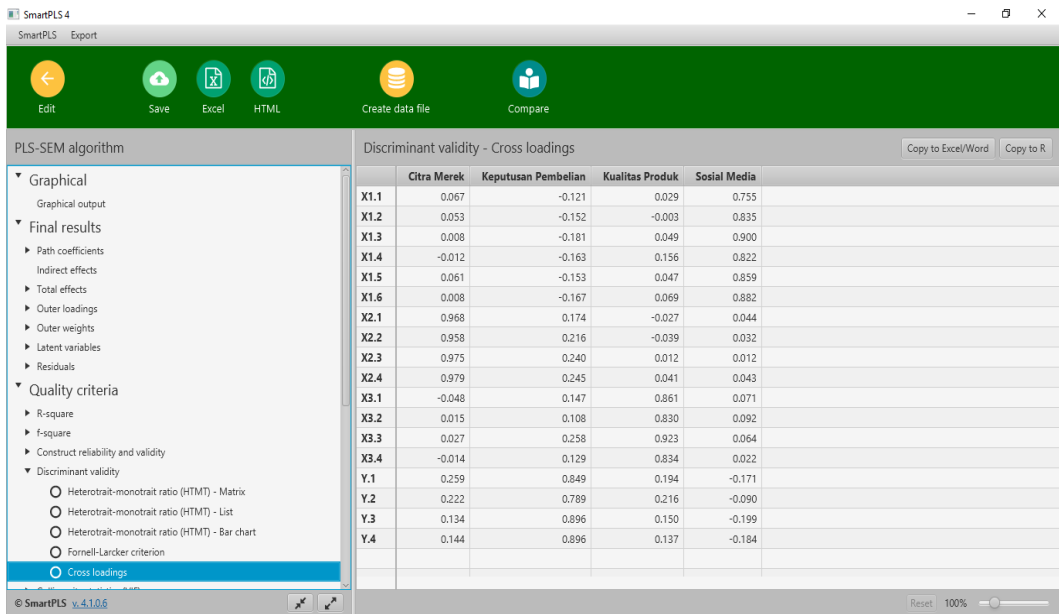
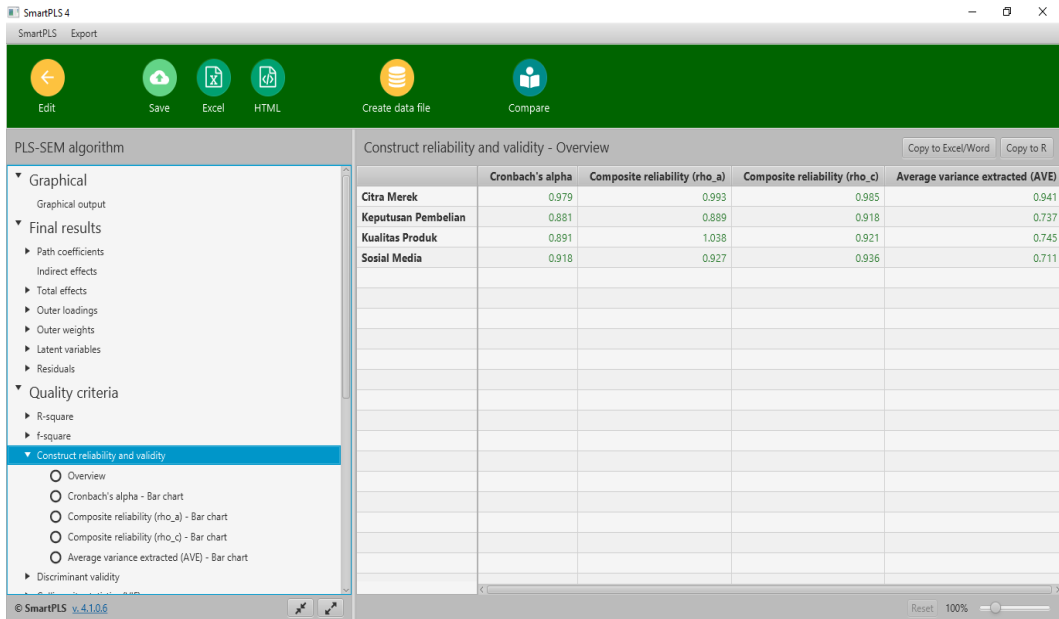
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4
5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3
5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5	5	4	5	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	2	4	4	4	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3
4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4

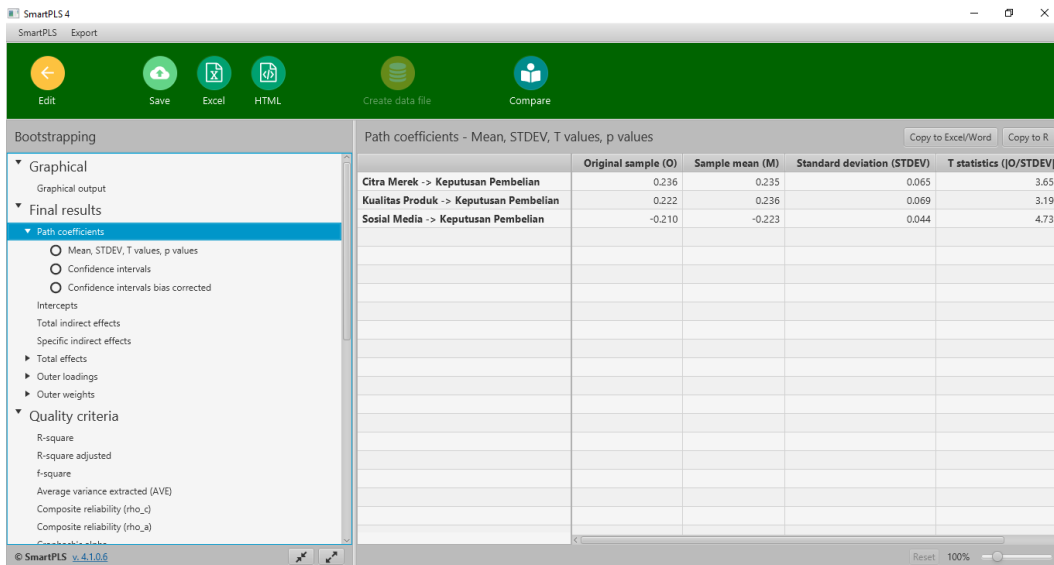
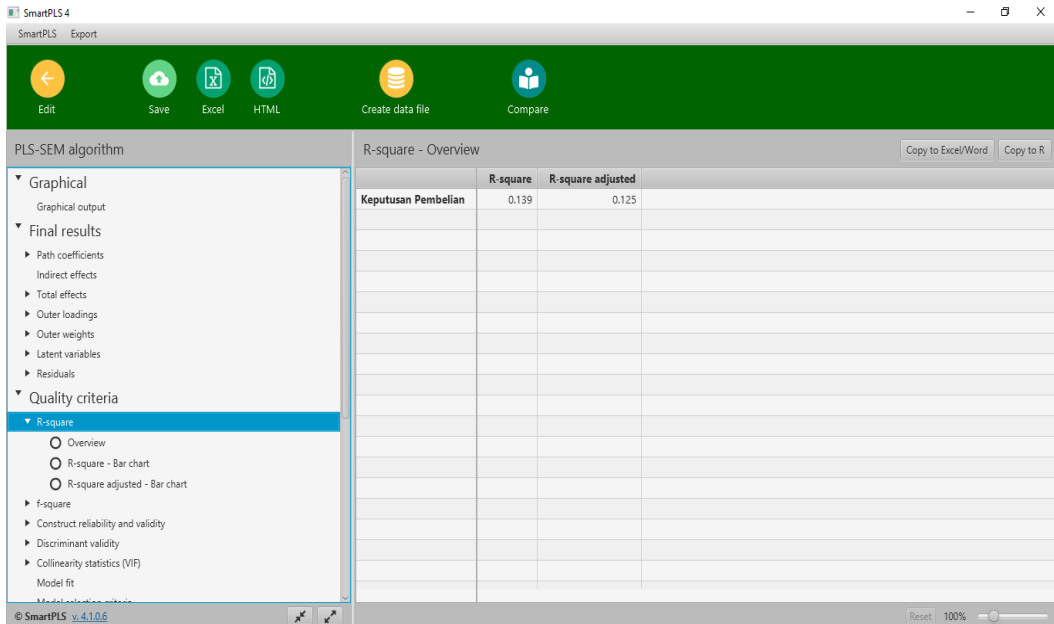
Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS



SmartPLS 4 Outer loadings - Matrix table. The table shows the loadings for each indicator on the four latent variables: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, and Sosial Media.

	Citra Merek	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Sosial Media
X1.1				0.755
X1.2				0.835
X1.3				0.900
X1.4				0.822
X1.5				0.859
X1.6				0.882
X2.1	0.968			
X2.2	0.958			
X2.3	0.975			
X2.4	0.979			
X3.1			0.861	
X3.2			0.830	
X3.3			0.923	
X3.4			0.834	
Y.1		0.849		
Y.2		0.789		
Y.3		0.896		
Y.4		0.896		





VALIDASI SUMBER PUSTAKA PENULISAN SKRIPSI

Nama : Windy Ferba Vahlevi
NIM : 2003102169
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Dosen Pembimbing 1 : Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.
Dosen Pembimbing 2 : Metikasmike, S.E., M.M.
Judul : Pengaruh Sosial Media, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Es Teh Indonesia di Wilayah Kota Madiun

No	Sumber Pustaka (<i>tulis seperti penulisan daftar pustaka secara lengkap</i>)	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
1	Abd Halim, Abd. Kodir Djaelani, & Mohammad Khoirul Anwarudin. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kafe Es Teh Indonesia Tlogomas Kota Malang). <i>E – Jurnal Riset Manajemen</i> , 12(01), 1–12.	826	51	✓	
2	Ahira, P., Kurniasari, I. H., Digital, U. T., & Merek, C. (2023). Analisa Citra Merek Produk Es Teh Indonesia. <i>Jurnal Ikrath-Ekonomika</i> , 6 2), 292–298.	294	33-34, 65	✓	
3	Alvian, I. G. P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen “Masalah.” <i>Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis</i> , 5(September 2019).	296	41,65	✓	

4	Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. <i>Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Volume 6 Nomor 1</i> , 63.	664,663	12,35	✓	
5	Angeline, C., Suparna, G., & Dana, I. M. (2023). <i>The Role of Brand Image Mediates the Influence of Promotion on Purchase Decisions. Journal of Law and Sustainable Development, 11(10)</i> , e869.	1	57,106	✓	
6	Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. <i>Jurnal Pendidikan Tembusai: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan, 5 (3)</i> , 8920–8928.	8922	23,24,55	✓	
7	Azali, Z. A., & Fauzia, F. (2023). Pengaruh Kualitas Provider Telkomsel Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Desa Ciluluk. <i>Prosiding Frima, 6681(6)</i> , 377–392.	380	36	✓	
8	Bintan, C., Harisma, D., Sidanti, H., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2022). Pengaruh Media Sosial dan User Experience terhadap Keputusan Pembelian Handphone Second di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). <i>Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September</i> .	7	50	✓	

9	Caraan, A.A., Maghari, C.A.C., Penafiel, L.P., and Federico, A. (2022). <i>Impact of Social Media on Consumer Buying Decision-Making Process. International Journal of Thesis Projects and Dissertations, 10(3), 96–103.</i>	96	56,102	✓	
10	Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Mode Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran). <i>Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1).</i>	212	15	✓	
11	Chuah, S.-C., Arifin, A. M., Mayaddin, M. N., & Othman, M. F. (2023). <i>Impact of Social Media Marketing Activities on Online Purchase Intention for the Cosmetic Industry in Malaysia. Information Management and Business Review, Volume 15 Nomor 1, 106–113.</i>	111	52	✓	
12	Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya, 1(1), 15–30.</i>	20	32-33	✓	
13	Dasmasehla, V. B., & Tunjungsari, H. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Pengusaha Wanita.	873	27	✓	

	<i>Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan</i> , 3 (3), 864.				
14	Deepa, M., & Priya, D. V. K. (2021). <i>Impact of Social Media on Consumer Purchasing Decision Making. Pacific Business Review International</i> , 13(12), 15–25.	15	56,102	✓	
15	Djatkiko, T., & Pradana, R. (2016). <i>Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> , 219, 221–227.	227	47	✓	
16	Elliyana, E., Surianti, Rostini, Gazali, H., Sucidha, I., Verawaty, Erwin, Ardyan, E. E., Fadilah, N. R., Yuliani, Tyra, M. J., Paerah, A., Nurmasari, I., Dwita, F., Suryo, B. S., & Narwis, H. A. (2022). <i>Perilaku Konsumen</i> (A. H. Nadana (ed.); Cetakan Pe). <i>Ahlimedia Press</i> .	6-10	21	✓	
17	Erlangga Putra, A., & Budiono, A. (2023). <i>Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan di Es Teh Indonesia Bintaro. Jurnal Cendekia Ilmiah</i> , 3(1).	138,139 140,147	42,52, 56-57	✓	
18	Farisi, S. (2018). <i>Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. The National Conferences Management and Business (NCMAB)</i> , 689–705.	690,694	13,30	✓	

19	Fauzi, A. Z., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia (Survei Pada Followers Twitter Es Teh Indonesia). <i>Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan</i> , 10(2), 32-39.	38	53	✓	
20	Fitriana, M., Ernawati, F. Y., & Novandalina, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi kasus pada toko bahagiadi desa pucungrejo).	8-9	31	✓	
21	Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0. <i>Universitas Diponegoro Semarang</i> .	3,7,216, 223	69-73, 89-96	✓	
22	Hair, J. F. (2009). <i>Multivariate Data Analysis (Edisi 9). Pearson Education</i> .	10	62-63	✓	
23	Hampirul, Zulkifli, Hidayat, N., & Elsyra, N. (2022). Viral Dulu, Usut Kemudian (Studi Tentang Kontrol Sosial Melalui Media Sosial). <i>Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora, Vol 1 No 3</i> .	522-523	23,24-25,65	✓	
24	Hanaysha, J. R. (2022). <i>Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. International Journal of Information Management Data Insights</i> , 2(2), 100102.	8-9	50	✓	
25	Haryanto, A. A. F., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2021). <i>Social Media and Viral</i>	33	55	✓	

	<i>Marketing Analysis of Purchase Decision Through TikTok Application. Inobiz: Jurnal Inovasi Bisnis 9, 33-39.</i>				
26	Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). <i>Prosiding Seminar Nasional Unimus.</i>	1098, 1101	16,30, 106	✓	
27	Indriyani, R., Suri, A., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Korespondensi, P. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen pada Produk Fast Fashion. <i>Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 14 Nomor 1.</i>	27	28-29,65	✓	
28	Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. <i>Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 6(3).</i>	39,41	35,36,57	✓	
29	Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen (Cetakan Pe). <i>Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.</i>	4	20	✓	

30	Ka, S., Sulibhavi, B., & Author, C. (2017). <i>Brand Image and Trust on Customers Loyalty: A Study on Private Label Brands in Hubli-Dharwad Conglomerate City of Karnataka. Int. Journal of Engineering Research and Application, 7(6),2248-9622.</i>	2	1	✓	
31	Kalam, K. K., & Islam, M. (2020). <i>Influence of Social Network and Social Media toward Satisfaction through Consumer Purchase Decision: Analytical study on Malaysia's Consumer. Australian Journal of Business Science Design & Literature, 3284.</i>	10	48	✓	
32	Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2021). <i>Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. Jurnal Sosial Dan Humaniora, 6(2), 136-145.</i>	139	12	✓	
33	Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). <i>Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga.</i>	166,184 - 190	20,40-45	✓	
34	Larika, W., & Ekowati, S. (2020). <i>Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Oppo. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, Volume 1 No 1.</i>	129,131 135	12,30, 42,45, 47,106	✓	
35	Maia, F. C., Saldanha, E. de S., & Graciana, B. da C. (2023). <i>The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions Through Corporate Image as Mediation Variable. Timor-Leste Journal of Business and Management, 5(1).</i>	68	58,110	✓	

36	Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. <i>Technobiz</i> , 4(2), 62-69.	63	42	✓	
37	Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. <i>Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 11 No 1</i> .	548-549	15,48-49,54, 55,58, 110	✓	
38	Menitulo, G., Paskais, D., & Timotius, D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan</i> , 4(2), 297-308.	300	20	✓	
39	Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). <i>Jurnal Ambiwara</i> , 1(2), 71-83.	78,82,74	14,57,65	✓	
40	Muqoffa, A. N. F., Mawar, M., & Serikandi, N. (2022). Manfaat Sosial Media dalam E-Government di Indonesia. <i>Jurnal Jispendiora</i> , 1(3), 34-41.	35	23,25-26	✓	
41	Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. <i>Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol 6 No 2</i> , 145-162.	13	102	✓	

42	Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). <i>Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Seprei Rise). Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(3).</i>	1172, 1180	58,110	✓	
43	Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. <i>Cermin: Jurnal Penelitian, 4 1), 133.</i>	134	22	✓	
44	Nuwayyar ¹ , J. H., Dwi, A., Wardhani ² , K., Fiolentina, R., Wulansari ³ , Z., Claretta ⁴ , D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). Persepsi Konsumen pada Somasi Es Teh Indonesia terhadap Minat Beli Pelanggan di Surabaya. <i>Jurnal Socia Logica (Vol. 1, Issue 2).</i>	8,10	7	✓	
45	Oktania Rahayu, V. (2022). Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh Indonesia Cabang Tulungagung. <i>Jurnal Kontemporer Akuntansi (Vol. 2, Issue 2).</i>	127	16,49, 54,55, 57,106	✓	
46	Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Bin Mohd Ghazali, M. K. A., Kee, D. M. H., Bin Ibrahim, M. F., Bin Ahmad Fadzeil, M. Z., & Binti Mohamed, N. A. (2021). <i>Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia).</i>	83	48,58, 110	✓	

	<i>International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific, 4(1), 71-85.</i>				
47	Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. <i>Kinerja, 14(1), 16-23.</i>	18	46,65	✓	
48	Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. <i>Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, Volume 4 Nomor 3.</i>	372	110	✓	
49	Pramana, K. M. P., & Mayasari, N. M. D. A. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Singaraja. <i>Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, Volume 6(Issue 2).</i>	326,327 331	17,22, 51,55, 102	✓	
50	Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Kober Bar Malang. <i>Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan, Volume 3 Nomor 4, 497-503.</i>	499-501	43-44	✓	
51	Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Indrasari. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Decision Dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Konsumen Roti Bluder Mirasa). <i>Citaconomia :</i>	45	51	✓	

	<i>Economic and Business Studies, 01(91), 31–48.</i>				
52	Putri, A. Y., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Buying Interest sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Produk Kecantikan Lokal MS Glow di Kota Madiun). <i>Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4</i> , September.	17	49	✓	
53	Reinout Adonis, M., Budi Rahayu Silintowe, Y., Ekonomika dan Bisnis, F., Kristen Satya Wacana, U., & Artikel, R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. <i>Jurnal Capital, 3(1)</i> .	122,124	57-58,65	✓	
54	Rifai, W. A., & Sigit, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Harga sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa yang Berkuliah di Yogyakarta dalam Membeli iPhone). <i>Seleka Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 01(04), 15–29</i> .	26-27	16,106	✓	
55	Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket.Com. <i>Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(2), 1181–1187</i> .	1186	17,48, 54,56, 102	✓	

56	Salsabila, S. N., & Shabrina, A. (2023). Analisis Persepsi Konsumen Es Teh Indonesia Pada Tindakan Pemberian Surat Somasi. <i>Jurnal Komunikatif</i> , 12(1), 94–104.	96	14	✓	
57	Septiyani, Y., Dilasari, R., & Zubadi, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rabbani Store di Kota Magelang. <i>Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology</i> .	690,694,764,750,753	30,31,47	✓	
58	Setiawati, D. (2018). Pengaruh Laba Bersih Dan Arus Kas Operasi Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. <i>Ekonomi Dan Bisnis</i> , 11(2), 321.	321	1	✓	
59	Siti Marselia, Aisyah Nur Rismayanti, Khalid Iskandar, Indah Dewi Mulyani, & Nur Afridah. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek, Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Toko Virdasari Desa Sitanggal Kabupaten Brebes. <i>Cidea Journal</i> , 2(2), 160–178.	15	110	✓	
60	Sudarnice, Stepahnie Titing, A., & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo. <i>Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis</i> , Vol 5 No 1.	23	39	✓	

61	Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif (Edisi 2). Penerbit Alfabeta.	16,68,69,95,99,126-128,133,146,149,156,199,296	53,55,60-68	✓	
62	Suhardi, Y., Akhmadi, A., Darmawan, A., & Indonesia, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Electronic Word of Mouth, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Makanan Oke Enak Rawamangun). <i>Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis</i> , 4(1), 122–137.	135	49,56,102	✓	
63	Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi 4).	43	32	✓	
64	Wardana, M. A. (2023). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. <i>Intelektual Manifest Media</i> .	109	38	✓	
65	Wijianti, F., Putra, A. M., Akbar, T. S., & Syahliendra, J. (2023). Systematic Literature Review Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Es Teh Indonesia. <i>Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi</i> , Vol 2 No 2.	3,9	35,52	✓	
66	Yasmin, A. (2017). <i>Impact of Brand Image on consumers ' Purchase Decision. International Journal of Research in Social Science</i> , 7 10), 627–644.	627	57,106	✓	
67	Zubaidah, F., Sidanti, H., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Maybelline Dengan Niat Beli sebagai	11	50	✓	

	Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun). <i>Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi</i> , 4(September).				
--	--	--	--	--	--

Madiun, 19 Agustus 2024
Dosen Pembimbing II



Metikasmike, S.E., M.M.
NIDN. 0729117402

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Windy Ferba Vahlevi lahir di Ngawi pada tanggal 11 September 2002, anak pertama dari pasangan Bapak Haryono dan Ibu Wiwik Wulandari. Bertempat tinggal di Dusun Munggur, RT/RW 002/005, Desa Tempuran, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi. Menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Geneng, tamat pada tahun 2017. Dilanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Ngawi, tamat pada tahun 2020. Kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikan berikutnya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun dan diselesaikan pada tahun 2024.