

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

**“PENGARUH *INFLUENCER* DOKTER DETEKTIF, *BRAND TRUST*,
DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DAVIENA SKINCARE PASCA MUNCULNYA
DUGAAN *OVERCLAIM* DI PLATFORM TIKTOK”**

(Studi Kasus Generasi Z di Kota Madiun)

Yth. Saudara/i responden

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi, bersama ini disampaikan bahwa:

Nama : Yunita Aulia

Nim : 2203102160

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, Universitas PGRI
Madiun

Saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Influencer* Dokter Detektif, *Brand Trust*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daviena Skincare Pasca Munculnya Dugaan *Overclaim* di Platform TikTok (Studi Kasus Generasi Z di Kota Madiun)”**. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini secara jujur dan objektif sesuai dengan pengalaman yang dimiliki. Seluruh data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Partisipasi Saudara/i sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Atas waktu, perhatian, dan kesediaan dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Yunita Aulia

Nim : 2203102160

Identitas Responden

Nama/Inisial :

1. Usia :

☐ 14 – 20 tahun

☐ 21 – 29 tahun

2. Jenis Kelamin :

☐ Perempuan

☐ Laki – laki

3. Domisili :

☐ Kota Madiun

☐ Luar Kota Madiun

4. Pernah belanja pada platform TikTok :

☐ 2 kali

☐ 3 – 5 kali

☐ > 5 kali

5. Status :

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Pegawai Swasta

☐ Wiraswasta

☐ ASN/PNS

☐ Lainnya

6. Uang Saku / Penghasilan per Bulan :

☐ < Rp 500.000

☐ Rp 500.000 – Rp 1.500.000

☐ Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000

☐ Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000

☐ > Rp 3.000.000

Petunjuk Pengisian

Pilih salah satu jawaban yang Saudara/i anggap paling sesuai dan menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

Keterangan

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Netral (N)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (SS)

Tabel Pernyataan

No	Aspek Penilaian	Alternatif Jawaban				
X1	<i>Influencer Dokter Detektif</i> (Rosidania, 2025)	STS	TS	N	S	SS
Kredibilitas (<i>Credibility</i>) (Mariatussadiah, 2024)						
X1.1	Dokter detektif memiliki pengetahuan yang baik dalam membahas produk Daviena Skincare.					
X1.2	Dokter detektif memahami isu keamanan dan kualitas produk Daviena Skincare di platform TikTok.					
Kepercayaan (<i>Trust</i>) (Mariatussadiah, 2024)						
X1.3	Pendapat dokter detektif mengenai produk Daviena Skincare dapat dipercaya.					
X1.4	Informasi yang disampaikan dokter detektif dapat dijadikan acuan dalam menilai produk Daviena Skincare.					
Keaslian (<i>Authenticity</i>) (Mariatussadiah, 2024)						
X1.5	Dokter detektif menyampaikan informasi mengenai produk Daviena Skincare berdasarkan fakta yang sebenarnya.					

X1.6	Informasi yang disampaikan dokter detektif mengenai produk Daviena Skincare tidak dibuat-buat atau dilebih-lebihkan.					
Karisma (<i>Charisma</i>) (Mariatussadiah, 2024)						
X1.7	Gaya penyampaian dokter detektif dalam video <i>review</i> mampu menarik perhatian audiens.					
X1.8	Konten dokter detektif yang membahas produk <i>skincare</i> di platform TikTok menarik untuk di ikuti.					
X2	<i>Brand Trust</i> (Andini <i>et al.</i> , 2025)	STS	TS	N	S	SS
Kepercayaan Terhadap Merek (<i>I Trust this Brand</i>) (Gecti & Zengin, 2013)						
X2.1	Kepercayaan terhadap merek Daviena Skincare memengaruhi keputusan pembelian.					
X2.2	Merek Daviena Skincare dapat dipercaya.					
Keamanan Merek (<i>This Brand is Safe</i>) (Gecti & Zengin, 2013)						
X2.3	Keamanan produk Daviena Skincare menjadi pertimbangan dalam membangun kepercayaan terhadap merek.					
X2.4	Keyakinan terhadap keamanan produk Daviena Skincare memengaruhi penilaian terhadap produk.					
Kejujuran Merek (<i>This is an Honest Brand</i>) (Gecti & Zengin, 2013)						
X2.5	Merek Daviena Skincare yang menyampaikan klaim produk sesuai dengan kondisi sebenarnya lebih dipercaya.					
X2.6	Kesesuaian antara klaim produk dan manfaat yang diberikan oleh Daviena					

	Skincare meningkatkan kepercayaan terhadap merek <i>skincare</i> .					
X3	<i>Online Customer Rating</i> (Amalrozi <i>et al.</i> , 2025)	STS	TS	N	S	SS
Manfaat yang dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>) (Farki <i>et al.</i> , 2016)						
X3.1	Rating pelanggan di TikTok membantu menilai kualitas produk Daviena Skincare.					
X3.2	Rating pelanggan di TikTok memberikan informasi yang berguna sebelum melakukan pembelian produk Daviena Skincare.					
Kepercayaan yang dirasakan (<i>Perceived Trustment</i>) (Farki <i>et al.</i> , 2016)						
X3.3	Rating pelanggan di TikTok dapat dijadikan dasar yang dapat dipercaya dalam mengevaluasi produk Daviena Skincare.					
X3.4	Rating pelanggan di TikTok mencerminkan kualitas produk Daviena Skincare secara nyata.					
Kenyamanan yang dirasakan (<i>Perceived Enjoyment</i>) (Farki <i>et al.</i> , 2016)						
X3.5	Informasi rating pelanggan di TikTok mudah digunakan dalam mengevaluasi produk Daviena Skincare.					
X3.6	Rating pelanggan di TikTok memudahkan perbandingan produk Daviena Skincare dengan produk sejenis.					
Y	Keputusan Pembelian	STS	TS	N	S	SS
Pilihan Produk (<i>Product Choice</i>) (Kotler & Armstrong, 2024)						
Y.1	Pemilihan produk Daviena Skincare didasarkan pada kesesuaian dengan kebutuhan kulit.					

Y.2	Manfaat yang ditawarkan produk Daviena Skincare menjadi pertimbangan dalam pemilihan produk.					
Pilihan Merek (<i>Brand Choice</i>) (Kotler & Armstrong, 2024)						
Y.3	Merek Daviena Skincare tetap menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian meskipun pernah dibahas oleh dokter detektif.					
Y.4	Reputasi merek Daviena Skincare menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian.					
Pilihan Penyalur atau Tempat Pembelian (<i>Dealer Choice</i>) (Kotler & Armstrong, 2024)						
Y.5	Penilaian toko menjadi pertimbangan dalam memilih tempat pembelian produk Daviena Skincare.					
Y.6	Kredibilitas penjual menjadi pertimbangan dalam menentukan tempat pembelian produk Daviena Skincare.					
Jumlah Pembelian (<i>Purchase Amount</i>) (Kotler & Armstrong, 2024)						
Y.7	Keputusan mengenai jumlah produk Daviena Skincare yang dibeli dipertimbangkan sebelum melakukan transaksi.					
Y.8	Kebutuhan penggunaan menjadi pertimbangan dalam menentukan jumlah produk Daviena Skincare yang dibeli.					
Waktu Pembelian (<i>Purchase Choice</i>) (Kotler & Armstrong, 2024)						
Y.9	Pembelian produk Daviena Skincare dilakukan setelah memperoleh informasi yang cukup mengenai produk.					
Y.10	Waktu pembelian produk Daviena Skincare ditentukan berdasarkan kebutuhan penggunaan produk.					

Metode Pembayaran (<i>Payment Method</i>) (Kotler & Armstrong, 2024)					
Y.11	Ketersediaan berbagai metode pembayaran memengaruhi keputusan pembelian produk Daviena Skincare melalui platform TikTok.				
Y.12	Kemudahan metode pembayaran pada toko di platform TikTok memengaruhi keputusan pembelian produk Daviena Skincare.				

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data

Data Tabulasi Variabel *Influencer* Dokter Detektif (X1)

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
4	4	3	4	3	3	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	5	4	5	4	5	4	34
5	5	4	3	5	5	5	4	36
3	4	3	4	3	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	4	4	3	4	5	30
5	4	4	3	5	4	5	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	3	4	5	3	4	31
3	4	3	5	3	4	4	2	28
4	4	4	3	3	4	4	4	30
3	4	2	5	5	4	5	3	31
4	3	5	4	4	5	3	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	5	5	4	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	3	3	3	4	5	30
4	4	3	3	4	3	3	3	27
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	5	4	5	4	4	5	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	3	3	3	4	5	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	3	4	4	4	5	4	32
4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	5	4	3	4	5	5	3	34
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	4	3	4	4	3	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	3	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	4	3	4	3	3	30
3	3	2	2	3	3	4	4	24
5	4	4	3	5	4	5	5	35

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	3	5	4	4	5	5	35
3	3	3	4	3	3	4	3	26
4	4	5	5	5	4	3	3	33
3	4	3	4	3	3	4	5	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	3	3	4	4	28
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
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	3	3	4	4	3	5	5	31
4	4	3	3	4	3	4	4	29
4	4	4	4	4	4	5	5	34
2	4	3	3	4	4	5	4	29
5	5	4	5	4	3	4	3	33
5	5	5	4	5	4	3	4	35
5	4	5	5	5	5	5	4	38
4	4	5	4	4	3	5	3	32
4	5	4	4	5	5	5	5	37
3	3	4	3	4	3	3	3	26
4	5	3	4	4	3	5	5	33
4	4	5	5	3	4	5	3	33
5	4	4	4	4	4	4	3	32
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	3	4	3	3	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	5	4	32
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	5	4	5	5	3	4	5	35
4	4	3	3	3	4	4	4	29
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	3	2	4	5	4	31
4	5	3	3	4	3	4	3	29
4	3	5	5	3	4	4	4	32
5	4	4	3	5	5	4	5	35
4	4	4	3	3	3	3	3	27
5	4	4	5	3	5	4	5	35
4	4	3	4	4	5	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	3	4	4	4	30
3	4	3	4	5	3	5	3	30

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	1	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	3	31
3	3	4	4	5	4	4	3	30
4	4	3	5	4	3	5	4	32
4	5	5	4	4	3	5	4	34
4	3	4	4	4	4	4	3	30
4	5	4	4	5	5	4	4	35
4	4	5	3	4	5	4	4	33
4	3	3	3	4	4	3	4	28
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	5	4	3	3	4	5	5	33
5	4	4	5	5	4	5	4	36
5	5	4	5	4	5	5	4	37
4	5	4	5	3	3	5	5	34
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	4	38
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	5	5	3	4	4	4	5	34
4	3	4	5	4	3	4	4	31
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	4	4	3	5	5	34
5	4	3	4	5	3	5	4	33
4	5	5	4	5	4	5	4	36
5	5	4	5	4	4	5	5	37
4	3	3	4	4	3	4	5	30
5	4	3	4	5	4	4	4	33
4	5	4	4	5	3	4	5	34
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	3	5	5	4	34
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	3	4	4	3	3	3	28
5	4	3	5	4	4	5	4	34
4	4	3	4	4	3	5	4	31
4	4	5	3	4	5	4	5	34
4	4	5	5	4	4	5	4	35
4	5	5	4	4	3	5	4	34
5	4	3	4	4	5	4	5	34
5	4	5	5	4	3	4	5	35
3	4	5	4	3	4	5	4	32

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
4	3	5	4	4	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	3	4	4	4	5	5	34
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	4	5	4	5	5	3	3	33
4	4	3	3	4	3	3	3	27
4	3	4	5	4	3	4	4	31
3	4	4	5	4	4	5	5	34
4	4	3	5	4	5	5	4	34
4	4	5	3	4	5	4	5	34
4	4	5	3	3	4	4	5	32
3	4	5	4	4	5	5	4	34
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	5	4	5	4	3	3	4	32
4	4	4	5	4	5	5	4	35
5	4	4	4	4	5	3	5	34
4	3	4	4	3	4	5	3	30
4	5	4	5	4	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	4	5	4	5	5	5	4	36
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	3	5	4	3	5	4	5	33
5	5	4	4	4	4	5	4	35
4	4	3	5	5	4	5	4	34
4	3	4	5	4	5	4	4	33
4	5	4	4	5	3	4	5	34
4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	3	4	4	4	33
4	3	4	5	4	4	5	4	33
4	5	4	3	4	5	4	4	33
5	4	5	5	5	4	5	5	38
4	4	5	5	5	4	5	4	36
4	5	5	4	5	4	4	5	36
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	5	5	4	4	5	4	4	35
4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	4	4	4	4	4	5	4	34
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	4	5	5	4	4	4	35

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
4	3	5	5	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	4	5	5	4	5	4	5	37
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	4	4	5	4	3	4	4	33
4	4	5	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	4	4	4	5	4	4	35
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	4	5	36
5	5	4	5	5	4	4	4	36
5	5	3	5	5	4	5	5	37
4	5	4	4	4	5	4	4	34
5	4	4	5	5	4	5	5	37
5	4	5	5	4	5	4	4	36
5	4	5	4	4	5	5	5	37
4	5	3	5	4	5	4	5	35
5	4	3	4	5	4	5	5	35
5	4	5	5	4	4	3	4	34
5	5	4	5	5	4	5	5	38
5	4	4	5	5	4	5	3	35
5	4	4	4	5	4	4	4	34
5	4	5	4	5	4	5	4	36
3	3	3	3	3	4	5	3	27
5	5	4	5	4	4	5	4	36
4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	5	4	3	4	4	5	5	34
4	5	5	4	4	5	5	4	36
5	4	5	4	5	5	4	5	37
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	4	5	4	4	5	4	4	35
5	5	4	4	5	4	5	4	36
5	5	4	4	5	3	5	3	34
5	5	4	4	5	5	3	5	36
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	5	4	5	4	4	4	5	36
3	4	3	4	4	3	3	3	27
4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	5	5	4	5	35
5	3	4	3	4	3	4	5	31

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
4	5	5	5	5	4	5	4	37
4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	4	4	5	3	5	5	4	35
3	4	3	4	5	5	4	5	33
5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	5	3	4	5	4	5	4	34
4	5	4	5	5	5	4	4	36
5	4	5	5	4	5	3	4	35
5	4	5	4	4	4	4	4	34
5	4	5	5	3	4	4	5	35
3	5	4	5	3	5	4	5	34
5	4	5	5	3	5	5	4	36
4	5	3	4	5	2	5	4	32
5	4	3	4	5	5	4	5	35
5	4	3	4	2	4	5	4	31
5	4	3	5	5	4	5	4	35
5	4	4	5	4	5	5	4	36
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	5	4	4	5	5	5	4	36
4	4	5	4	4	3	4	5	33
4	5	4	3	5	5	4	4	34
4	5	4	5	5	4	3	4	34
5	4	5	4	2	4	5	3	32
5	4	4	5	5	4	3	5	35
3	4	5	5	4	5	4	4	34
1	3	4	5	4	4	5	5	31
4	5	4	4	3	4	4	4	32
4	5	5	4	3	5	4	5	35
5	4	5	5	4	5	4	5	37
5	4	4	3	5	4	5	4	34
5	4	3	5	4	5	5	4	35
4	5	4	3	4	4	5	4	33
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	5	4	4	3	4	5	4	33
4	5	5	4	5	4	5	4	36
5	4	4	5	5	4	4	5	36
4	4	5	5	4	4	5	5	36
5	4	4	5	4	4	4	4	34
4	3	5	4	4	4	4	5	33
5	4	4	5	4	4	3	3	32
3	4	4	4	4	4	4	5	32
4	4	3	4	3	5	4	4	31
4	5	4	5	3	4	5	4	34
4	3	5	5	4	3	4	4	32

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
4	4	4	3	5	5	5	5	35
4	3	4	5	4	4	4	3	31
4	5	4	5	3	5	4	5	35
3	5	5	5	4	5	5	5	37
5	4	4	4	5	5	5	5	37
4	5	4	3	5	4	4	5	34
4	3	5	4	3	5	4	4	32
3	4	5	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	3	5	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	3	4	4	3	5	4	32
4	3	4	5	4	4	5	4	33
5	4	5	4	5	3	5	4	35
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	4	5	3	4	4	5	34
5	4	4	5	4	5	4	5	36
4	5	4	5	4	3	5	4	34
5	4	5	4	5	4	4	5	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	2	3	4	5	4	31
5	4	5	4	3	5	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	5	4	36
4	5	4	3	5	4	4	4	33
5	4	3	5	4	5	4	4	34
5	4	4	5	5	4	3	5	35
4	4	5	4	5	5	5	5	37
5	4	4	5	4	4	4	4	34
5	5	4	4	5	4	5	5	37
5	5	5	3	3	3	3	4	31
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	5	5	4	35
3	4	3	3	3	3	3	3	25
4	5	5	3	4	5	3	4	33
5	4	4	5	4	3	5	4	34
5	4	4	5	4	5	4	3	34
5	4	3	4	5	4	5	4	34
3	4	5	5	4	4	5	4	34
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	5	4	3	5	4	5	4	34
5	4	4	5	5	4	2	4	33
4	4	3	2	5	4	4	5	31

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
4	5	4	3	4	2	4	5	31
1	4	3	2	4	4	3	4	25
4	4	3	4	5	4	5	4	33
5	5	4	5	4	5	3	5	36
5	5	4	4	4	4	4	5	35
5	5	3	4	5	5	4	4	35
5	4	5	4	4	4	5	5	36
5	5	3	5	4	5	5	5	37
5	5	4	4	5	4	5	5	37
5	5	4	5	5	4	5	2	35
5	5	4	4	5	3	4	5	35
5	5	4	5	4	3	5	4	35
5	5	4	5	3	5	5	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	4	3	5	35
5	3	3	4	5	5	5	5	35
5	4	5	4	5	5	4	5	37
5	4	5	4	5	3	5	4	35
2	4	4	5	5	4	5	4	33
5	4	5	4	5	3	5	4	35
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	5	5	4	5	4	5	5	37
3	4	4	4	3	4	5	4	31
3	3	3	4	4	3	4	3	27
4	4	2	3	4	4	5	4	30
4	3	4	2	4	4	2	2	25
5	4	4	4	5	5	4	5	36
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	5	3	4	4	3	5	5	33
5	5	4	4	4	3	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	4	4	4	36
5	5	3	3	4	4	3	4	31
4	5	3	4	4	3	5	4	32
3	4	5	4	5	3	5	4	33
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	4	5	4	5	5	4	3	34
5	4	5	4	3	4	5	5	35
4	4	4	4	4	5	5	4	34
5	5	4	4	5	3	5	4	35
5	4	5	5	4	5	3	3	34
4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	5	4	4	5	4	5	4	35

<i>Influencer</i> Dokter Detektif (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
5	4	3	3	4	5	5	4	33
4	5	4	4	5	3	5	4	34
3	3	4	2	4	3	3	3	25
5	5	5	3	5	5	4	4	36
4	4	5	3	4	4	4	5	33
4	5	3	4	5	4	5	4	34
5	4	4	3	5	4	4	5	34
5	4	4	5	4	5	4	4	35
4	5	4	5	4	4	5	5	36
4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	4	3	4	4	3	4	4	30
5	5	5	4	5	2	4	5	35
4	4	3	4	4	5	5	5	34
4	5	4	4	5	3	4	4	33
5	4	5	4	5	5	4	5	37
5	5	4	5	4	4	3	5	35
3	4	3	4	4	5	4	5	32
4	5	3	4	5	4	5	4	34
5	5	5	4	4	3	4	4	34
5	4	4	4	5	5	4	4	35
4	5	4	5	4	4	5	5	36
5	5	4	4	3	5	4	4	34
4	4	5	3	4	4	5	4	33
3	2	4	4	4	3	4	4	28
5	4	4	4	4	3	5	5	34
4	4	3	5	3	4	4	4	31
5	4	5	4	4	5	4	4	35
3	5	3	4	5	4	5	4	33
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	4	5	4	5	4	5	4	36

Data Tabulasi Variabel *Brand Trust* (X2)

<i>Brand Trust</i> (X2)						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	3	4	5	4	5	26
4	5	5	5	5	5	29
2	4	4	3	5	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	3	4	4	24
4	4	5	4	3	4	24
4	3	4	5	5	4	25
4	4	4	4	4	4	24
3	4	5	3	4	5	24
5	5	4	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	24
2	4	5	4	4	3	22
4	5	3	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	4	4	26
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	5	29
5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	3	4	4	25
4	4	5	5	5	4	27
5	5	5	5	4	4	28
4	4	5	5	3	3	24
5	5	5	4	4	4	27
5	4	4	5	5	5	28
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	5	4	4	28

<i>Brand Trust (X2)</i>						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
5	4	4	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	5	26
5	4	5	3	5	5	27
4	4	5	4	3	3	23
4	4	3	3	3	4	21
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	5	5	5	29
4	4	3	4	5	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	5	5	4	26
4	4	5	4	4	5	26
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	5	4	5	28
5	4	5	4	4	5	27
5	5	3	4	4	3	24
5	5	5	5	5	5	30
4	3	5	5	4	5	26
4	3	4	5	4	5	25
3	4	5	3	4	3	22
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	3	3	4	24
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	3	4	4	23
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	4	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	5	4	4	24
5	4	5	3	3	4	24

<i>Brand Trust (X2)</i>						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25
4	5	5	5	4	5	28
5	5	4	3	4	5	26
5	4	5	5	4	4	27
3	3	3	3	4	4	20
3	4	3	5	4	5	24
4	5	4	5	4	4	26
5	5	4	4	4	5	27
5	4	5	4	5	5	28
4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	3	4	3	24
4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	5	5	4	26
4	4	5	4	5	5	27
5	4	5	5	5	5	29
4	5	5	4	4	5	27
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
4	5	4	5	5	4	27
4	5	5	4	4	5	27
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	5	4	4	26
5	4	3	5	4	5	26
5	4	4	5	4	5	27
5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	4	5	5	27
4	3	5	4	4	5	25
5	4	5	4	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	4	3	4	23
5	4	4	5	3	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	5	29
4	5	4	4	5	5	27
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	5	5	5	27
5	4	5	5	5	4	28
4	5	4	3	4	4	24
4	4	5	4	4	5	26
5	4	4	5	4	5	27

<i>Brand Trust (X2)</i>						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	5	27
4	5	5	4	4	4	26
5	5	4	4	5	5	28
5	4	5	4	4	3	25
3	3	4	5	4	3	22
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	4	5	5	27
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	5	27
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	4	5	4	26
5	5	5	4	4	5	28
3	4	4	4	3	3	21
4	5	5	4	3	4	25
4	5	3	5	3	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	4	28
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	3	5	4	25
5	5	5	5	4	4	28
4	5	5	5	3	4	26
4	5	4	4	5	4	26
5	4	4	5	4	5	27
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	5	23
4	4	5	3	5	4	25
4	4	3	4	5	4	24
5	4	2	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	5	4	5	27
5	5	4	4	5	4	27
5	5	4	4	4	5	27
4	5	4	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	4	27

<i>Brand Trust (X2)</i>						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27
4	3	5	5	4	5	26
5	4	4	4	5	4	26
4	4	5	5	4	4	26
5	5	4	4	4	5	27
4	3	3	4	4	3	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	5	26
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	5	5	27
5	5	4	5	4	5	28
5	4	4	3	4	5	25
5	4	5	4	4	5	27
4	5	4	5	5	4	27
4	3	4	5	4	5	25
4	5	4	4	5	5	27
5	4	4	5	5	4	27
5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
5	4	5	4	5	4	27
5	4	5	4	5	5	28
3	5	5	5	5	5	28
5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	4	4	5	27
4	5	3	4	5	5	26
5	4	5	5	4	4	27
4	5	3	4	5	4	25
5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	3	25
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	3	5	4	24
5	5	4	4	3	5	26
4	4	4	5	5	5	27
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	4	27
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	3	5	4	25

Brand Trust (X2)						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	3	5	4	26
4	5	3	4	5	5	26
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	4	5	4	26
4	5	4	5	4	5	27
4	4	3	5	5	5	26
5	4	5	4	3	4	25
5	5	4	4	3	4	25
5	5	4	4	5	4	27
3	5	4	5	3	5	25
4	4	5	5	5	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	3	4	5	25
4	5	4	4	5	4	26
5	5	3	4	5	4	26
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	4	5	5	27
5	4	4	3	2	4	22
5	4	5	4	5	5	28
5	4	5	4	3	5	26
5	4	5	4	5	4	27
4	5	5	4	5	3	26
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	3	23
5	3	4	5	4	5	26
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	5	5	28
4	5	5	4	4	5	27
5	4	4	5	4	5	27
5	4	3	5	4	5	26
5	4	4	3	4	5	25
5	4	5	4	5	4	27
5	5	4	4	4	5	27
5	5	4	4	5	5	28
4	5	3	5	3	5	25
5	3	5	4	4	4	25
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	4	3	4	23
4	3	5	3	5	4	24
5	4	3	5	4	5	26
5	4	5	5	4	4	27

<i>Brand Trust (X2)</i>						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
4	5	5	5	5	5	29
5	4	3	5	4	4	25
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	4	5	29
4	5	4	5	4	5	27
4	3	5	4	5	4	25
5	4	5	4	4	3	25
5	4	3	5	4	4	25
5	4	3	5	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	3	4	4	24
4	4	5	4	3	5	25
5	4	3	5	4	5	26
5	5	4	5	4	3	26
3	4	4	4	5	5	25
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	5	3	5	26
4	5	4	5	4	5	27
5	4	3	4	5	4	25
5	4	4	5	4	4	26
4	3	4	4	4	4	23
5	4	3	4	5	5	26
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
5	4	3	4	5	4	25
5	4	3	4	4	5	25
5	5	5	4	5	4	28
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	3	3	4	22
5	3	5	2	5	5	25
5	5	5	5	5	4	29
4	4	3	3	4	4	22
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
4	5	5	4	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	5	4	3	26
4	5	5	4	4	5	27
4	4	5	4	5	4	26
5	4	3	4	5	4	25
4	5	4	5	4	5	27

Brand Trust (X2)						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
4	5	4	3	4	5	25
4	5	4	3	4	4	24
5	4	4	3	5	4	25
4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	3	25
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	4	5	4	28
5	4	5	4	4	5	27
5	5	4	3	2	4	23
4	4	5	5	5	5	28
5	4	3	4	5	5	26
4	5	3	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	3	4	5	26
5	3	5	5	5	4	27
5	4	5	4	5	4	27
5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	3	5	4	25
5	4	4	5	4	4	26
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	4	29
5	5	4	4	5	4	27
3	4	5	2	3	4	21
4	5	5	4	4	4	26
4	2	4	4	3	5	22
4	5	4	4	4	5	26
3	3	4	5	5	3	23
4	5	4	4	5	4	26
4	3	5	4	4	5	25
3	3	5	4	5	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	5	5	5	26
5	3	4	4	3	3	22
4	5	4	4	5	4	26
4	5	3	4	2	4	22
4	4	5	5	4	4	26
5	4	5	5	4	5	28
4	5	4	4	5	5	27
3	4	5	5	4	5	26
5	5	3	3	4	5	25
4	4	5	3	4	4	24
5	4	3	5	5	3	25
5	5	4	4	5	5	28
5	4	4	5	4	5	27

<i>Brand Trust (X2)</i>						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
4	5	4	4	5	4	26
5	4	4	5	5	4	27
5	5	5	5	4	4	28
5	3	4	4	5	5	26
5	5	4	4	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27
4	5	3	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	4	26
5	5	4	5	4	3	26
3	3	4	4	5	4	23
5	4	4	2	5	4	24
4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	3	26
5	4	4	5	4	5	27
4	3	4	5	3	4	23
4	5	4	3	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	5	5	3	26
5	4	5	5	4	5	28
4	4	3	4	5	4	24
4	4	5	4	5	3	25
4	4	3	4	3	4	22
5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	4	26
4	5	4	5	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26
5	4	5	4	5	5	28

Data tabulasi variabel *Online Customer Rating* (X3)

<i>Online Customer Rating</i> (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
5	4	5	3	4	3	24
4	3	4	4	4	4	23
4	5	4	5	4	5	27
5	5	4	5	5	4	28
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	5	4	4	24
4	4	5	5	5	3	26
4	5	4	5	3	3	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	5	4	25
5	4	5	5	4	3	26
4	4	4	4	3	4	23
2	4	4	5	3	5	23
4	5	3	5	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	3	4	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	4	5	5	27
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	3	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	3	5	26
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	4	5	28
4	5	4	4	3	4	24
4	4	3	3	4	4	22

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	2	3	2	22
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	2	3	4	20
4	4	4	3	3	4	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	5	5	26
4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
1	5	5	5	5	4	25
5	4	5	5	3	4	26
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	4	3	3	22
3	4	5	4	5	3	24
3	5	4	3	5	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	5	4	25
3	4	4	5	5	4	25
5	4	5	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	5	4	25
3	3	4	3	5	4	22
4	3	5	5	4	5	26
4	3	4	3	5	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	3	5	4	25
5	4	4	5	3	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	5	3	4	23
4	5	5	5	4	3	26

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
5	4	5	5	5	5	29
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	5	5	4	27
4	3	4	4	4	4	23
3	4	3	4	5	5	24
4	5	4	5	5	4	27
5	5	4	4	4	5	27
5	5	4	4	5	5	28
5	4	4	5	5	4	27
4	4	5	3	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	4	5	4	25
4	5	3	5	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	3	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	3	4	5	25
4	5	4	3	4	4	24
4	4	5	4	5	5	27
5	4	4	5	5	4	27
4	5	3	5	4	3	24
5	4	5	4	4	5	27
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	3	5	4	25
4	5	4	3	4	5	25
4	5	3	3	4	5	24
4	5	4	5	4	5	27
3	4	4	4	4	4	23
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	4	3	5	23
4	5	4	5	4	5	27
4	4	3	5	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	5	3	5	26
4	5	4	4	5	3	25
4	4	3	5	4	5	25

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
4	4	5	5	3	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	4	5	4	28
4	4	3	5	4	4	24
3	4	3	3	4	3	20
3	4	5	4	3	4	23
4	5	3	4	5	4	25
4	5	4	4	5	5	27
3	4	4	5	5	4	25
5	4	4	5	5	4	27
4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	4	4	5	27
3	4	4	3	4	5	23
4	4	5	4	5	5	27
4	3	5	3	4	3	22
4	4	3	4	5	5	25
3	4	5	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	5	28
4	5	5	4	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
3	4	5	3	4	5	24
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	5	5	4	26
5	4	4	3	5	4	25
3	4	5	5	4	4	25
4	5	5	4	3	4	25
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	26
4	4	3	5	4	5	25
4	5	4	5	4	5	27
5	4	4	2	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	5	4	27
5	5	4	5	5	4	28
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	5	5	5	29
4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	4	5	5	29
4	5	4	5	5	5	28

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
4	4	5	5	5	5	28
4	3	5	4	5	4	25
5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	5	4	3	24
5	5	5	4	4	4	27
5	4	4	4	5	4	26
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	3	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	4	5	5	27
5	4	5	5	4	4	27
5	4	4	5	5	4	27
5	4	4	5	4	5	27
4	3	5	5	4	4	25
4	5	4	5	5	4	27
3	4	5	5	4	4	25
5	4	5	4	5	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	5	5	4	27
5	4	5	5	4	5	28
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	5	5	4	29
5	4	5	4	5	4	27
5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	4	4	5	27
5	4	4	5	5	4	27
5	4	4	5	5	4	27
5	4	4	4	5	4	26
5	4	5	4	5	5	28
4	5	5	3	4	5	26
5	5	4	4	3	5	26
5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	4	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	4	26
4	3	5	4	4	5	25

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	4	5	4	27
5	4	5	5	3	4	26
4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	4	5	5	26
4	5	4	5	4	4	26
3	4	5	4	4	4	24
5	4	4	5	3	4	25
4	5	4	5	4	5	27
4	5	5	4	5	4	27
4	5	5	4	4	5	27
4	5	3	5	4	5	26
4	5	5	5	5	4	28
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	3	4	5	25
4	5	4	3	4	5	25
5	4	4	3	5	4	25
5	4	5	4	5	5	28
5	5	3	4	4	5	26
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	5	4	4	25
2	4	5	4	5	4	24
5	4	5	4	3	4	25
4	5	4	3	5	4	25
5	4	5	4	5	3	26
5	4	5	4	5	3	26
5	4	5	5	4	5	28
4	3	4	5	4	3	23
3	4	5	5	4	4	25
4	3	5	4	5	4	25
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	5	4	3	25
5	4	5	4	5	4	27
4	5	5	4	5	4	27
5	4	3	5	4	5	26
4	5	5	5	4	5	28
4	4	5	5	4	4	26
3	4	3	4	5	4	23
5	4	5	4	4	4	26
4	5	4	3	4	5	25
4	4	4	5	5	3	25
4	3	5	5	5	4	26
5	5	4	3	4	3	24
5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	5	4	4	26

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
4	5	5	5	4	4	27
4	4	3	5	4	5	25
4	5	4	4	5	4	26
4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	4	5	27
5	4	3	5	4	4	25
5	3	5	4	5	2	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	4	27
5	4	3	5	4	4	25
3	4	3	3	5	4	22
5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	5	3	3	23
5	4	5	4	4	5	27
5	4	3	4	4	4	24
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	4	5	3	26
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	4	5	4	25
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	5	4	5	27
5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	5	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	5	5	27
5	5	4	4	4	4	26
5	4	3	3	4	4	23
5	5	4	4	4	4	26
5	5	4	3	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
5	4	5	4	5	5	28
5	4	3	4	5	4	25
3	4	5	4	5	4	25
5	4	4	5	4	5	27
4	5	3	4	5	4	25
4	5	3	4	5	4	25
5	4	3	4	5	4	25
5	4	5	5	4	4	27
2	4	4	3	4	3	20

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
4	5	4	3	4	5	25
5	4	4	5	4	3	25
5	4	5	4	3	4	25
5	4	3	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	5	4	5	26
5	5	4	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	4	5	4	25
4	5	4	3	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	4	4	5	25
5	5	5	5	4	4	28
2	4	4	5	4	4	23
5	4	4	5	5	4	27
5	4	5	4	3	4	25
5	5	5	4	4	4	27
4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	4	4	5	5	4	27
2	4	4	3	4	5	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	2	4	4	5	22
5	4	5	5	5	4	28
4	5	4	5	5	4	27
5	5	4	5	4	4	27
4	3	5	4	3	5	24
4	4	3	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	5	3	25
5	3	3	3	4	5	23
5	4	3	4	3	5	24
4	3	5	4	5	4	25
4	5	5	4	5	5	28
5	4	5	4	4	5	27
4	4	5	4	4	5	26
5	4	4	5	5	5	28
4	5	5	5	4	5	28
3	4	3	5	5	4	24
4	3	5	4	5	4	25
4	4	4	5	4	4	25
3	4	5	4	4	5	25

Online Customer Rating (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
4	5	4	5	4	5	27
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	4	4	5	25
4	4	3	4	5	5	25
4	5	4	5	4	5	27
4	5	5	4	3	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	5	4	27
4	5	5	4	5	4	27
5	4	5	3	4	4	25
4	5	5	4	5	4	27
4	4	3	4	4	5	24
5	5	5	4	5	5	29
5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	3	4	4	24
5	5	4	4	3	4	25
3	4	3	4	4	4	22
5	4	5	5	4	5	28
4	5	5	4	5	4	27
3	4	5	4	5	4	25
5	4	3	2	3	4	21
4	3	4	4	5	3	23
5	5	4	4	4	4	26
4	5	5	4	4	5	27
3	4	5	4	5	4	25
5	4	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	5	4	5	27

Data Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	54
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	5	45
5	5	4	3	3	4	3	5	4	5	5	5	51
3	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	53
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	53
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	54
4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	47
2	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	49
5	4	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	53
4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	4	4	48
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	52
4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	52
5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	53
4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	5	2	4	5	5	4	2	5	5	50
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	54
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	51
4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	46
3	3	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	46
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	57
3	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	54
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	48

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	44
5	3	3	4	5	4	4	4	4	2	2	5	45
2	4	2	4	5	4	3	4	4	4	5	5	46
5	4	5	5	5	3	3	3	5	4	5	3	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	55
5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	54
4	4	2	4	5	5	4	5	4	4	5	4	50
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	54
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	50
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	54
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	55
3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	55
5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	52
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	57
5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	39
3	4	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4	49
3	4	4	5	5	4	4	4	3	2	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	41
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
3	5	4	3	5	3	5	4	4	2	4	4	46
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
3	4	5	5	5	4	3	3	4	5	5	4	50
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	50
4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	49
4	3	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	50
5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	51
5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	4	47
4	5	5	3	3	4	5	4	5	3	3	3	47

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	54
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	54
4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	43
5	5	3	4	4	3	4	3	5	5	3	4	48
5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	52
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	53
4	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	46
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	52
4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	53
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	52
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	54
4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	51
5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	55
5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	55
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	54
4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	48
4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	50
3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	52
5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	48
5	4	3	5	4	5	4	5	3	4	5	4	51
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	54
4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	53
4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	52
4	4	5	3	5	4	4	5	4	3	4	5	50
4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	52
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	55
3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	42
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	5	3	2	5	3	4	3	3	3	4	4	41
4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	5	5	49
4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	50
5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	51
4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	53
4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	51
4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	3	4	50
4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	51
5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	50

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	52
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	54
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	54
5	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	3	46
3	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	48
5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	49
4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	52
4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	50
5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	51
4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	49
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	54
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	54
4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	54
4	3	5	3	5	4	4	4	3	3	5	5	48
4	4	3	4	5	4	3	5	4	4	5	3	48
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	55
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	54
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
3	5	4	4	5	3	2	5	4	3	5	4	47
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	55
5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	54
4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	52
4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	52
5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	52
4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	52
5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	53
5	4	4	2	4	4	5	2	4	4	5	2	45
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	47
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	54
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	53
4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	53
5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	55
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	57
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	54

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	54
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	51
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	51
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	52
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	53
5	5	5	4	5	5	4	3	3	3	5	3	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	54
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	57
5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	5	54
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	53
4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	52
5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	53
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	55
5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	54
4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	53
5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	54
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	55
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	53
5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	56
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	55
4	3	4	5	5	4	3	5	4	3	5	4	49
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	53
4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	51
5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	53
4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	50
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	55
3	4	2	5	5	3	4	4	1	3	3	3	40
4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	54
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	54
2	4	4	5	5	4	5	5	4	2	2	4	46
3	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	56
4	3	4	5	4	3	4	2	4	5	4	5	47

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	56
2	1	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	48
4	4	5	4	5	4	4	4	5	1	5	4	49
4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	53
3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	50
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	53
5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	51
4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	51
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	52
3	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	51
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	53
5	4	2	5	4	4	5	4	5	5	4	5	52
4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	52
4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	51
3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	52
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	55
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	56
5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	50
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	52
5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	53
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	53
5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	53
5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	5	53
5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	54
5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	53
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	51
4	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	4	52
4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	52
3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	51
5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	53
4	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4	5	50
5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	51
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	55
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	53
5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	53
3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	50
5	4	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	50
4	3	5	4	5	3	5	4	4	5	3	5	50
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	57
4	4	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5	50
4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	52
5	4	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	50

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	58
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	54
5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	52
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	52
4	5	4	3	5	3	4	4	5	4	5	4	50
5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	53
5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	51
4	3	5	4	2	5	4	4	4	4	5	4	48
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
5	4	3	5	4	4	3	4	5	5	4	3	49
3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	50
5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	52
5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	3	52
4	3	5	3	5	4	5	4	5	4	4	5	51
5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	57
4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	47
5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	3	5	52
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	51
5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	54
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
5	4	5	5	4	2	4	5	4	4	5	4	51
5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	53
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	4	53
5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	51
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	52
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	55
5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	56
5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	5	51
4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	53
5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	49
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	56
5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	50
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	52
5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	51
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	54
5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	52
5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	53
5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	53
5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	51
5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	52
5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	52
4	5	4	4	5	4	2	5	4	4	5	4	50
4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	50

Keputusan Pembelian (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y
5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	51
5	4	2	4	5	4	5	1	4	5	4	4	47
5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	53
5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	52
4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	55
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	57
5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	54
4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	52
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	56
4	5	4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	50
5	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	53
5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	52
5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	53
4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	53
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	54
4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	54
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	54
3	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	51
5	4	3	2	4	4	5	4	3	4	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	42
4	5	2	4	4	5	4	3	4	4	5	3	47
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	52
3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	53
4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	54
2	4	5	4	5	3	4	5	5	3	4	5	49
4	5	4	5	2	3	3	4	2	2	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
3	4	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	45
5	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	49
1	2	4	5	4	5	4	2	1	3	3	5	39
4	5	4	3	3	4	5	4	5	3	5	4	49
5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	52
4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	5	48
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	55
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	55
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	57
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	55
5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	51
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	53
4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	53

Lampiran 3 Hasil Pengolahan SPSS

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Influencer Dokter Detektif	385	24	40	33.92	2.977
Brand Trust	385	21	30	26.21	1.953
Online Customer Rating	385	20	30	25.96	2.091
Keputusan Pembelian	385	42	60	51.86	3.500
Valid N (listwise)	385				

Hasil Uji Validitas *Influencer Dokter Detektif* (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.249**	.233**	.261**	.228**	.197**	.093	.190**	.559**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.067	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.2	Pearson Correlation	.249**	1	.138**	.169**	.271**	.176**	.222**	.262**	.554**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.001	.000	.001	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.3	Pearson Correlation	.233**	.138**	1	.201**	.193**	.304**	.058	.251**	.559**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.000	.000	.000	.255	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.4	Pearson Correlation	.261**	.169**	.201**	1	.154**	.213**	.208**	.175**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.002	.000	.000	.001	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.5	Pearson Correlation	.228**	.271**	.193**	.154**	1	.141**	.162**	.227**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.006	.001	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.6	Pearson Correlation	.197**	.176**	.304**	.213**	.141**	1	.080	.265**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.006		.117	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.7	Pearson Correlation	.093	.222**	.058	.208**	.162**	.080	1	.197**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.067	.000	.255	.000	.001	.117		.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.8	Pearson Correlation	.190**	.262**	.251**	.175**	.227**	.265**	.197**	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
TOT	Pearson Correlation	.559**	.554**	.559**	.552**	.543**	.562**	.452**	.582**	1
ALX	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
1	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

Hasil Uji Validitas *Brand Trust* (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.110*	.140**	.159**	.093	.188**	.529**
	Sig. (2-tailed)		.031	.006	.002	.067	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X2.2	Pearson Correlation	.110*	1	.009	.133**	.143**	.173**	.491**
	Sig. (2-tailed)	.031		.858	.009	.005	.001	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X2.3	Pearson Correlation	.140**	.009	1	.098	.119*	.062	.471**
	Sig. (2-tailed)	.006	.858		.054	.020	.222	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X2.4	Pearson Correlation	.159**	.133**	.098	1	.091	.182**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.002	.009	.054		.074	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X2.5	Pearson Correlation	.093	.143**	.119*	.091	1	.167**	.520**
	Sig. (2-tailed)	.067	.005	.020	.074		.001	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X2.6	Pearson Correlation	.188**	.173**	.062	.182**	.167**	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.222	.000	.001		.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
TOT	Pearson Correlation	.529**	.491**	.471**	.553**	.520**	.555**	1
AL.X	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
2	N	385	385	385	385	385	385	385

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

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

Hasil Uji Validitas *Online Customer Rating* (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.123*	.150**	.145**	.085	.121*	.523**
	Sig. (2-tailed)		.016	.003	.004	.096	.018	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X3.2	Pearson Correlation	.123*	1	.080	.115*	.146**	.222**	.499**
	Sig. (2-tailed)	.016		.118	.024	.004	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X3.3	Pearson Correlation	.150**	.080	1	.162**	.173**	.109*	.539**
	Sig. (2-tailed)	.003	.118		.001	.001	.032	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X3.4	Pearson Correlation	.145**	.115*	.162**	1	.161**	.171**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.004	.024	.001		.001	.001	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X3.5	Pearson Correlation	.085	.146**	.173**	.161**	1	.110*	.519**
	Sig. (2-tailed)	.096	.004	.001	.001		.030	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X3.6	Pearson Correlation	.121*	.222**	.109*	.171**	.110*	1	.532**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.032	.001	.030		.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
TOTA	Pearson Correlation	.523**	.499**	.539**	.570**	.519**	.532**	1
L.X3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385	385	385

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

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

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations												
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	TOTAL Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.078	.115*	.121*	-.003	.104*	.170**	.083	.230**	.203**	.153**	.049	.439**
	Sig. (2-tailed)		.129	.024	.017	.956	.042	.001	.106	.000	.000	.003	.335	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.2	Pearson Correlation	.078	1	.074	.049	.108*	.101*	.163**	.141**	.159**	.179**	.204**	.126*	.428**
	Sig. (2-tailed)	.129		.146	.342	.035	.048	.001	.005	.002	.000	.000	.014	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.3	Pearson Correlation	.115*	.074	1	.135**	.058	.085	.165**	.170**	.159**	.134**	.146**	.131**	.448**
	Sig. (2-tailed)	.024	.146		.008	.253	.097	.001	.001	.002	.008	.004	.010	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.4	Pearson Correlation	.121*	.049	.135**	1	.043	.220**	.102*	.153**	.125*	.174**	.083	.160**	.429**
	Sig. (2-tailed)	.017	.342	.008		.400	.000	.044	.003	.014	.001	.103	.002	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.5	Pearson Correlation	-.003	.108*	.058	.043	1	.023	.131*	.098	.123*	.070	.113*	.057	.331**
	Sig. (2-tailed)	.956	.035	.253	.400		.656	.010	.055	.015	.171	.026	.263	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.6	Pearson Correlation	.104*	.101*	.085	.220**	.023	1	.083	.132**	.179**	.237**	.163**	.129*	.441**
	Sig. (2-tailed)	.042	.048	.097	.000	.656		.103	.009	.000	.000	.001	.011	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.7	Pearson Correlation	.170**	.163**	.165**	.102*	.131*	.083	1	.009	.202**	.195**	.059	.170**	.442**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.044	.010	.103		.863	.000	.000	.251	.001	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.8	Pearson Correlation	.083	.141**	.170**	.153**	.098	.132**	.009	1	.156**	.140**	.151**	.213**	.444**
	Sig. (2-tailed)	.106	.005	.001	.003	.055	.009	.863		.002	.006	.003	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.9	Pearson Correlation	.230**	.159**	.159**	.125*	.123*	.179**	.202**	.156**	1	.259**	.243**	.215**	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.014	.015	.000	.000	.002		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.10	Pearson Correlation	.203**	.179**	.134**	.174**	.070	.237**	.195**	.140**	.259**	1	.205**	.148**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.001	.171	.000	.000	.006	.000		.000	.004	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.11	Pearson Correlation	.153**	.204**	.146**	.083	.113*	.163**	.059	.151**	.243**	.205**	1	.201**	.495**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.004	.103	.026	.001	.251	.003	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y.12	Pearson Correlation	.049	.126*	.131**	.160**	.057	.129*	.170**	.213**	.215**	.148**	.201**	1	.458**
	Sig. (2-tailed)	.335	.014	.010	.002	.263	.011	.001	.000	.000	.004	.000		.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
TOTAL Y	Pearson Correlation	.439**	.428**	.448**	.429**	.331**	.441**	.442**	.444**	.561**	.550**	.495**	.458**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

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

Hasil Uji Reliabilitas *Influencer Dokter Detektif* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	8

Hasil Uji Reliabilitas *Brand Trust* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	6

Hasil Uji Reliabilitas *Online Customer Rating* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	6

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	12

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.46991480
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.044
	Negative	-.030
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.706	1.966		6.971	.000		
	Influencer Dokter Detektif	.376	.048	.320	7.849	.000	.771	1.296
	Brand Trust	.331	.077	.185	4.306	.000	.695	1.439
	Online Customer Rating	.644	.073	.385	8.787	.000	.667	1.498

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.102	.332		3.324	.001
	Influencer Dokter Detektif	-.018	.011	-.364	-1.655	.099
	Brand Trust	.016	.011	.326	1.487	.138
	Online Customer Rating	-.009	.013	-.035	-.675	.500

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	13.706	1.966		.000
	X1	.376	.048	.320	.000
	X2	.331	.077	.185	.000
	X3	.644	.073	.385	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	13.706	1.966		.000
	X1	.376	.048	.320	.000
	X2	.331	.077	.185	.000
	X3	.644	.073	.385	.000

a. Dependent Variable: Y

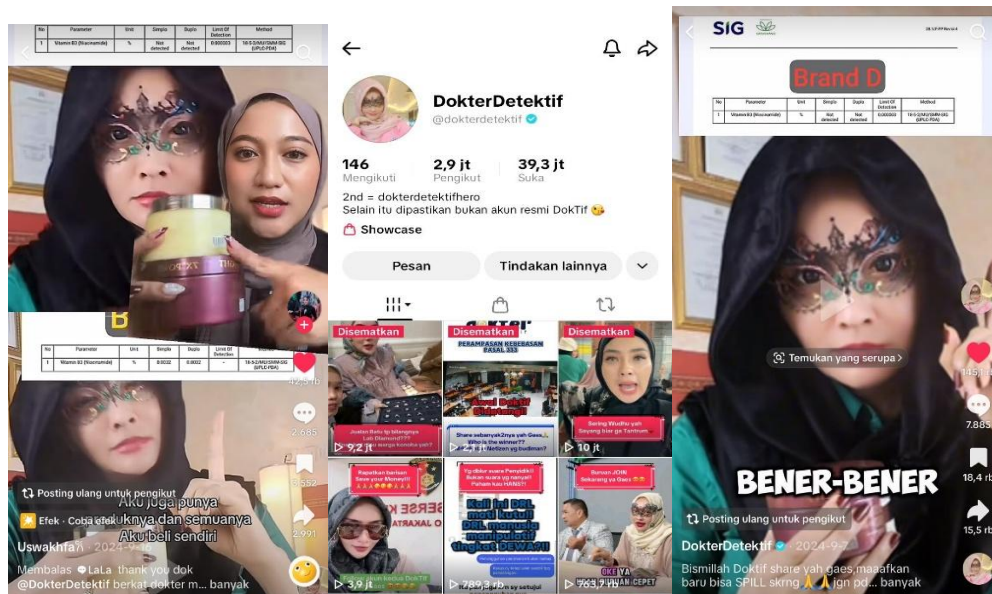
Hasil Uji Determinasi (Uji R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.512	.508	2.454

a. Predictors: (Constant), Online Customer Rating, Influencer Dokter Detektif, Brand Trust

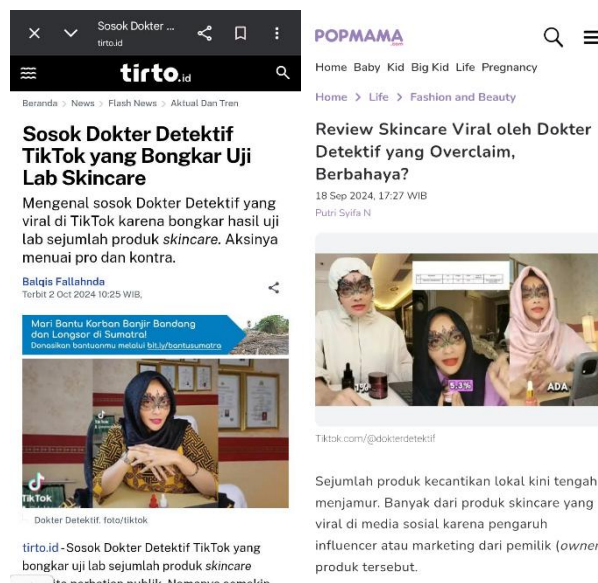
Lampiran 4 Dokumentasi Tangkap Layar pada Akun Media Sosial

Dokumentasi Tangkap Layar Konten Review Daviena Skincare oleh Influencer Dokter Detektif di TikTok



Sumber: Media Sosial TikTok (2026)

Dokumentasi Tangkap Layar Fenomena *Skincare Overclaim* pada Website



Sumber: Website Resmi Tirto.id & Poppama (2026)

VALIDASI SUMBER PUSTAKA PENULISAN SKRIPSI

Nama : Yunita Aulia
 NIM : 2203102160
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Dosen Pembimbing I : Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M. Si., Ak., C.A.,
 Dosen Pembimbing II : Hendra Setiawan, S. E., M. M.
 Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Dokter Detektif, Brand Trust, Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Daviena Skincare Pasca Munculnya Dugaan Overclaim di Platform TikTok (Studi Kasus Generasi Z di Kota Madiun).

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Ahmad, K., & Lilani, K. (2025). From scrolling to buying: Role of beauty influencers on impulse buying a stimulus-organism-response perspective. <i>Telematics and Informatics Reports</i> , 19(100239), 1–9. https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100239	3	26	✓	
2.	Aida, N., & Akbar, R. R. (2025). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Redmi. <i>ECo-Buss Economics and Business</i> , 8(1), 784–797. https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2830	794	127	✓	
3.	Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. <i>Tagliche Praxis</i> , 50(2), 179–211.	181, 182, 188, 191	22, 24, 25	✓	
4.	Akturk, M. S., Mallipeddi, R. R., & Jia, X. (2022). Estimating impacts of logistics processes on online customer ratings: Consequences of providing technology-enabled order tracking data to customers.	784	36	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
	<i>Journal of Operations Management (Wiley Online Library)</i> , 68(6-7), 775-811. https://doi.org/10.1002/joom.1204				
5.	Amalrozi, A., Palilati, A., & Yusuf, H. (2025). Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer Ratings Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shoppe. <i>Jurnal Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis</i> , 2(3), 630-639.	630, 631	15, 36, 67, 71, 72, 130, 147	✓	
6.	Andina, W., Setianingih, R., & Hardilawati, W. L. (2025). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia di Soekarno-Hatta Pekanbaru. <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA</i> , 4(1), 792-803.	802	127	✓	
7.	Andini, R. I., Ginting, P. T. K., Nabila, A., Mardalena, P., & Natasya, E. S. (2025). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Daviena Skincare Di Kota Palembang. <i>Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen</i> , 3(1), 40-53.	40, 41	8, 13, 67, 71, 127, 146	✓	
8.	Arinda, Y., Alam, I. A., & Sanida, N. (2025). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Decision di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Generasi Z di Bandar Lampung). <i>EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan</i> , 12(2), 1773=1787.	1777	14	✓	
9.	Badan Pusat Statistik, K. M. (2026). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Madiun. <i>Badan Pusat Statistik KotaMadiun</i> . https://madiunkota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/population-by-age-groups-and-sex-in-madiun-	1	76	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
	municipality--2023.html?year=2025				
10.	Creswell, J. W. C. . J. D. (2024). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed methods approaches. Quality & Quantity, 58(1), 1011-1013. Sage Publications Ltd.	54, 55, 56, 162	67, 76, 77, 80, 81	✓	
11.	DataIndonesia.id. (2025). Deretan Media Sosial yang Digunakan Gen Z di Indonesia. DataIndonesia.ID. https://www.instagram.com/p/DVVUXA2EmbC/?img_index=1&igsh=YnNpZ3V3Mm1wcTI3	1	3	✓	
12.	Delgado-Ballester, E. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. <i>International Journal of Market Research (IJMR)</i> , 45(1), 1-58. https://doi.org/10.1177/147078530304500103	11, 13-14	30, 69	✓	
13.	Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E- Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. <i>Journal of Student Research (JSR)</i> , 1(5), 113-123. https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5.1628	116	40	✓	
14.	Fallahnda, B. (2024). Sosok Dokter Detektif TikTok yang Bongkar Uji Lab Skincare. <i>Tirto.Id</i> . https://share.google/cUulnRpggTWAYbW4u	1	7	✓	
15.	Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. <i>Jurnal Teknik ITS</i> , 5(2), 614-619.	616	22, 38	✓	
16.	FastMoss. (2024). Penjualan Daviena Skincare di TikTok Shop. <i>FastMoss</i> . https://share.google/5agEr5do3hjvuVOvS	1	8	✓	
17.	Firmadona, A., Kusumah, A., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan	1577, 1578, 1586	30, 41, 71, 82, 83	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
	Pembelian Kosmetik Marcks di Pekanbaru. <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA</i> , 4(1), 1576–1588.				
18.	Gecti, F., & Zengin, H. (2013). The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. <i>International Journal of Marketing Studies</i> , 5(2), 111–119. https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p111	114	34	✓	
19.	Ghozali, I. (2021). Pengenalan Program Spss Aplikasi Statistik Dekriptif Dan Crosstabs. In <i>Badan Penerbit Universitas Diponegoro (Undip), Semarang</i> .	157, 196, 219, 383	87, 88, 89, 90	✓	
20.	Ghozali, I. (2023). Partial Least Square Smart PLS 4.0. In <i>Yoga Pratama</i> . http://repository.stei.ac.id/6706/	61, 64, 74	85, 88	✓	
21.	Gonçalves, M. J. A., Oliveira, A., Abreu, A., & Mesquita, A. (2024). Social Networks and Digital Influencers in the Online Purchasing Decision Process. <i>Information (Switzerland)</i> , 15(10), 1–21. https://doi.org/10.3390/info15100601	2	25	✓	
22.	Guerra-Tamez, C. R., Flores, K. K., Serna-Mendiburu, G. M., Robles, C. D., & Cortés, J. I. (2024). Decoding Gen Z: AI's influence on brand trust and purchasing behavior. <i>Frontiers in Artificial Intelligence</i> , 7, 1–14. https://doi.org/10.3389/frai.2024.1323512	4	31	✓	
23.	Irvan, & Angellice. (2023). Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Somethinc Skincare. <i>Konsumen & Konsumsi Jurnal Manajemen</i> , 2(1). https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i1.510	304, 310	26, 69	✓	
24.	Isabella, D. A., Aspasari, F., & Maghfiro, M. A. (2025). Pengaruh Dokter Detektif (Doktif) dalam Bisnis Skincare: antara Kepercayaan	215, 216	1, 7	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
	Konsumen dan Kepatuhan Hukum. <i>Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi</i> , 2(3), 214–224.				
25.	Juliani, D. T., & Novita, U. (2025). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Daviena Skincare (Studi Kasus pada Remaja di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru). <i>Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial (JEIS)</i> , 4(2), 89–101.	90	7, 31	✓	
26.	Khotimah, N. S. H. (2025). Pengaruh Content Marketing, Customer Engagement Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merk Glad2Glow. <i>Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)</i> , 4(2), 4735–4741. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1268	4735, 4740	13, 30, 126	✓	
27.	Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles Of Marketing. In <i>Pearson Education Limited</i> . https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODIjY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZlNWZhZmY2MGE5MDc0ZDVmYw==.pdf	178-181, 198	9, 26, 40, 47, 68, 147-149	✓	
28.	Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In <i>Pearson Education</i> (Vol. 15).	195	9	✓	
29.	Kurniawan, F. R., Manik, D. G. I., Amanda, D. D., & Abillah, A. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Skincare Gen Z. <i>Research of Economics and Business (ROE)</i> , 1(1), 28–42.	30, 31	1, 2	✓	
30.	Liu, Q., & Wang, X. (2023). The Impact of Brand Trust on Consumers' Behavior Toward Agricultural Products' Regional Public Brand. <i>PLOS ONE</i> , 18(11), 1–21. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0295133	4	12, 31	✓	
31.	Liu, X., & Zheng, X. (2024). The Persuasive Power of Social Media Influencers in Brand	3	27	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
	Credibility and Purchase Intention. <i>Humanities and Social Sciences Communications</i> , 11(1), 1–12. https://doi.org/10.1057/s41599-023-02512-1				
32.	Lutfiani, S., Astuti, R., & Fadhil M Basysyar, M. Kom. (2024). Analisis Sentimen Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Skincare Pada Remaja Di Indonesia Menggunakan Algoritma Naïve Bayes. <i>JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)</i> , 8(3), 2957–2961. https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9614	2958	1, 4	✓	
33.	Mariatussadiyah, D. (2024). Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. <i>Jurnal Multidisiplin Adijaya</i> , 02(03), 699–712.	701, 702-703, 710	28-30, 68, 125, 145-146	✓	
34.	Masadi, M. (2025). Klaim Berlebihan dan Influencer: Daya Tarik Pembelian Impulsif Produk Skincare. <i>Jurnal Bisnis Dan Manajemen</i> , 8(1), 233–245. https://doi.org/10.61722/jemba.v2i5.1365	236	6	✓	
35.	Musnaini, Masriani, I., Hasbullah, H., Tialonawarmi, F., Hendriyadi, & Asrini. (2025). E-Commerce In Purchase Decision: A Systematic Literature Review. <i>Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)</i> , 10(1), 87–102. https://doi.org/10.33005/mebis.v10i1.676	97	12	✓	
36.	Navila, A. M., & Mustikasari, R. P. (2026). Konten Review Skincare di Akun Tiktok 'Dokter Detektif' Dalam Membentuk Minat Beli. <i>Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi (Hulondalo)</i> , 5(1), 114–129. https://doi.org/10.59713/jipik.v5i1.1540	116	5	✓	
37.	Nurjanah, L., & Limanda, K. Y. (2024). Analisis Pengaruh Influencer dan EWOM terhadap Minat Beli Skincare pada Generasi Z di Kota Batam: Peran Mediasi Brand Image.	119	26	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
	<i>Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan</i> , 5(1), 117-133. https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.195				
38.	Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. <i>Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)</i> , 10(2),81-93. https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432	82	25, 81-82	✓	
39.	Permana, A., & Arianty, N. (2025). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee Di Kota Medan. <i>Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)</i> , 5(2),553-563. https://doi.org/10.47709/jebma.v5i2.6328	553, 561	36, 71, 82, 130	✓	
40.	Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). Theory of Planned Behavior (TPB). <i>CV Literasi Nusantara Abadi</i> .	17	24	✓	
41.	Putri, C. N. (2022). Brand Kecantikan Lokal Berkembang Pesat! Ini Alasan Perempuan Indonesia Menyukainya. <i>Parapuan</i> . https://www.tribunnews.com/parapuan/2022/09/05/brand-kecantikan-lokal-berkembang-pesat-ini-alasan-perempuan-indonesia-menyukainya	1	4	✓	
42.	Rahmawati, I. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. <i>Jurnal Impresi Indonesia (JJI)</i> , 4(5), 1799-1818. https://doi.org/10.58344/jii.v4i5.6689	1811, 1813	36, 72	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
43.	Rizaty, M. A. (2024). Daftar Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia pada April 2024. <i>DataIndonesia.Id</i> .	1	3	✓	
44.	Rosidah, I., Prabowo, H., & Kurniawan, B. (2025). Pengaruh Label Halal dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Wardah Melalui Minat Beli. <i>MASMAN Master Manajemen</i> , 3(3), 37-48. https://doi.org/10.59603/masman.v3i3.932	40	12, 30-31, 70	✓	
45.	Rosidania, O. M. (2025). Pengaruh Influencer Dokter Detektif Pada Platform Tiktok Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. <i>JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)</i> , 8(3), 257-268. https://doi.org/10.32493/frkm.v8i3.51696	258, 259	10, 11, 25, 67, 123, 145	✓	
46.	Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian. Penerbit KBM Indonesia.	13, 26, 31, 33, 34, 52, 53, 54, 69	67, 74, 76, 86, 87, 89, 90, 91	✓	
47.	Setiawan, A. F. F., & Susanti, D. N. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial, Content Marketing, Influencer dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Item Game Mobile Legends di Kabupaten Kebumen. <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Akuntansi</i> , 6(1), 31-46.	32	11	✓	
48.	Sofia, R. (2024). "Dokter Detektif" TikTok Bongkar Klaim Kandungan Skincare yang Berlebihan. <i>GoodStats</i> . https://goodstats.id/article/dokter-detektif-tiktok-bongkar-klaim-kandungan-skincare-yang-berlebihan ooNZc?utm_source=chatgpt.com	1	6, 7	✓	
49.	Sugiarti, U. (2025). Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media	1	2	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
	Sosial.GoodStats. https://share.google/zBTNxgRXsriinbiXV				
50.	Sugiyono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. <i>Alfabeta CV Bandung</i> .	39, 60, 81, 85, 137, 147	66, 79, 80, 81, 83, 85	✓	
51.	Sugiyono, P. D. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. <i>Alfabeta CV Bandung</i> .	126, 127, 128, 380,	67, 76, 77, 79	✓	
52.	Tjahyadi, R. A. (2026). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan Merek. <i>Jurnal Manajemen</i> , 6(1), 65-78	73-75	32	✓	
53.	Utami, L. D., & Hendratmoko, C. (2025). Pengaruh Price , Online Customer Rating , dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. <i>Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen</i> , 3(12), 568–579.	569, 570, 577	14, 15, 37, 128	✓	
54.	Verlin, Girsang, L., & Purba, P. Y. (2025). Exploring the Role of Consumer Trust and Price in Shaping Online Purchasing Decisions: A Case Study of @Dlesend_ Personal Shopping Service. <i>Journal of Business Integration Competitive</i> , 2(1), 74–84. https://doi.org/10.64276/jobic.v2i1.46	74	11	✓	
55.	Wang, H., Wang, Y., Zhou, Z., & Liu, H. (2026). Intuition First or Reflection Before Judgment? The Impact Evaluation Sequence on Consumer Ratings. <i>ArXiv</i> , 1–30.	5	38	✓	
56.	Wardana, O. P., Yani, M., & Indayani, L. (2025). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Flicka Bags di TikTok yang di Mediasi oleh Kepuasan Konsumen. <i>Jurnal Ilmu Ekonomi (Paradoks)</i> , 8(3), 500–518.	515	11, 69, 125	✓	

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
57.	Wardhana, B. (2024). Pertumbuhan FMCG Didukung oleh Setiap Kategorinya yang Diprediksi Meningkat di Tahun 2025 Mendatang. <i>Compas.Co.Id</i> . https://share.google/F5nDHVYxwgRn6pAYK	1	5	✓	
58.	Wu, Q. M. (2024). The Influence of Online Reviews on the Purchasing Decisions of Travel Consumers. <i>Sustainability (Switzerland)</i> , 16(8), 1–18. https://doi.org/10.3390/su16083213	3	14	✓	

Catatan Dosen Pembimbing:

Layak / Tidak Layak untuk diuji (coret yang tidak perlu)

Madiun, 4 Agustus 2026
Dosen Pembimbing



Hendra Setiawan, S.E., M.M.
NIDN. 0702089403

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yunita Aulia dilahirkan di Madiun pada tanggal 16 Juni 2003, anak keempat dari pasangan Bapak Tjoa Kiempong dan Ibu Endah Tri Sumawati. Menempuh Pendidikan Dasar di SDK Santa Maria Madiun tahun 2009-2016, melanjutkan ke SMP Negeri 6 Madiun pada tahun 2016-2019, kemudian melanjutkan ke SMA Negeri 5 Madiun tahun 2019-2022.

Pendidikan berikutnya ditempuh di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun tahun 2022-2026. Selama menempuh pendidikan mahasiswa aktif mengikuti kegiatan perkuliahan dan menyelesaikan tugas akademik sebagai bagian dari proses pembelajaran.