

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI Nomor : 2731/34/ST/AK/D/X/2025

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **H. M. Aziz Basari, S.Sos., M.M.**
sebagai Pembimbing I
Nama : **Toto, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **KEISHA AYUDINA HARUN**
NIM : **3402220355**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PRODUK LOKAL**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 29 Oktober 2025
Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatin, S.E., M.M.
NIK. 3112770079

Tembusan :

- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

		UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5276/SK/SAN-PT/Akred/S/IX/2020 PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/SAN-PT/Akred/S/III/2020 Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772000 - 778374 Ciamis 46251
Nomor	: 3470/34/SP/AK/DI/XII/2025	
Lampiran	: -	
Perihal	: Ijin Penelitian Skripsi	
Kepada Yth. Pimpinan Yayasandessert di Tempat		
Dengan Hormat, Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah:		
N a m a	: Keisha Ayudina Harun	
Nomor Pokok / NIM	: 3402220355	
Asal Program Studi	: Manajemen	
Tempat Tanggal Lahir	: Ciamis, 19 Oktober 2003	
Telepon / HP	: 087745510562	
Alamat	: Jalan Jenderal Sudirman Gang H Umar Basri No. 15B, RT. 04/RW. 03, Kab. Ciamis	
Lamanya Penelitian	: Desember 2025 s/d Januari 2026	
Judul Penelitian	: Pengaruh Content Marketing dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Yayasandessert di E-Commerce TikTok Shop)	
Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.		
Ciamis, 22 Desember 2025 a.n Dekan, Wakil Dekan I   Eka Hidayat, S.Pd., M.M. 21770081		

Lampiran 3. Surat Balasan Izin Penelitian

Yayang Dessert
 Jl. Petir No. 91, Cikalang, Tawang, Kota Tasikmalaya
 0821 7168 8791 | www.yayangdessert.com

Tasikmalaya, 26 Desember 2026

Nomor : 001/YD/12/25
 Perihal : Balasan Permohonan Izin Penelitian

Yth,
 Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas Ekonomi
 Universitas Galuh
 Di Tempat

Dengan hormat,
 Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indrayana Hasan Rochmana
 Jabatan : CEO Yayasan Dessert

Menerangkan bahwa :

Nama : Keisha Ayudina Harun
 NIM : 3402220355

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di Yayasan Dessert dengan judul penelitian
 "Pengaruh Content Marketing dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian".

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami
 sampaikan terima kasih.

CEO
 Yayasan Dessert

(Indrayana Hasan Rochmana)

Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Suatu Studi Pada Konsumen Yayang *Dessert* di *E-Commerce* TikTok Shop)

Kepada Yth,

Responden Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Saya Keisha Ayudina Harun Mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Galuh sedang melakukan penelitian tugas akhir (Skripsi) dengan judul **“PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suatu Studi Pada Konsumen Yayang *Dessert* di *E-Commerce* TikTok Shop)”**. Saya bermaksud untuk melakukan survey dan memohon ketersediaan dari Saudara/i untuk meluangkan waktunya guna mengisi kuesioner ini. Pengumpulan data ini hanya akan digunakan untuk penyusunan tugas akhir saja, semua jawaban dan identitas akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja. Atas ketersediaan saudara/i dalam meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.wb

Hormat Saya

Keisha Ayudina Harun

1. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

- a. Bacalah dengan teliti masing-masing pernyataan kuesioner.
- b. Pilih jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman dan pendapat pribadi Anda.
- c. Jawaban Anda akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.
- d. Semua pernyataan wajib diisi.

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : Laki – laki ☐
Perempuan ☐
2. Usia : <17 tahun ☐
17-25 tahun ☐
26-35 tahun ☐
>35 tahun ☐
3. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa ☐
Ibu Rumah Tangga ☐
Pegawai Negeri/Swasta ☐
Wirausaha ☐
Lainnya ☐
4. Pendidikan Terakhir : SD ☐

SMP ☐

SMA ☐

Sarjana atau lebih ☐

5. Frekuensi belanja Yayasan *Dessert* di TikTok Shop

(3 bulan terakhir) : 1-2 kali ☐

3-5 kali ☐

Lebih dari 5 kali ☐

3. PERNYATAAN PENELITIAN

Pernyataan untuk variabel X1 (*Content Marketing*)

NO	Pernyataan <i>Content Marketing</i>	(SS) 5	(S) 4	(KS) 3	(TS) 2	(STS) 1
Relevansi						
1	Saya menganggap bahwa konten produk Yayasan <i>Dessert</i> di TikTok Shop yang ditampilkan mencerminkan citra dari produk tersebut					
2	Konten yang disajikan sesuai dengan keinginan saya mencari referensi dessert					
Akurasi						
3	Saya cenderung membeli produk Yayasan <i>Dessert</i> di TikTok Shop jika konten promosi yang ditawarkan tidak <i>overclaim</i>					
4	Deskripsi rasa, bahan, dan harga yang disampaikan akurat					
Bernilai						
5	Konten yang ditampilkan membantu saya memahami keunggulan produk Yayasan <i>Dessert</i> dibandingkan produk sejenis					
6	Konten yang disajikan membantu saya dalam					

	mempertimbangkan Keputusan pembelian					
Mudah dipahami						
7	Saya sering tertarik membeli produk <i>Yayang Dessert</i> dengan konten promosi yang jelas dan spesifik					
8	Penyajian konten (gambar/video/teks) memudahkan saya memahami produk					
Mudah ditemukan						
9	Konten <i>Yayang Dessert</i> mudah saya temukan di TikTok Shop					
10	Saya mudah menemukan konten <i>dessert</i> ini melalui pencarian (hashtag/search bar)					
Konsistensi						
11	Konsistensi dalam penyajian konten membuat saya lebih percaya pada produk yang ditawarkan					
2	Gaya konten yang disajikan konsisten dan mudah dikenali					

Pernyataan untuk variabel X2 (*Live Streaming*)

NO	Pernyataan <i>Live Streaming</i>	(SS) 5	(S) 4	(KS) 3	(TS) 2	(STS) 1
Transparansi Informasi						
1	Penyajian informasi dalam <i>live streaming</i> membantu saya memahami produk secara nyata.					
2	Saya merasa informasi yang disampaikan <i>streamer</i> sesuai dengan realitas produk yang ditunjukkan					
3	Informasi harga dan penawaran disampaikan secara terbuka tanpa menimbulkan keraguan.					
4	Saya merasa <i>streamer</i>					

	memberikan ulasan yang objektif, tidak hanya fokus pada keunggulan saja					
Interaktivitas						
5	Saya sering berpartisipasi aktif dengan memberikan komentar atau pernyataan saat <i>live streaming</i>					
6	Saya merasa komunikasi yang terjalin antara <i>streamer</i> dan penonton berjalan secara dua arah dan aktif					
7	Interaksi yang terjadi berkontribusi dalam memperjelas informasi produk yang disampaikan.					
8	Saya memiliki kemudahan dalam menyampaikan pertanyaan atau tanggapan.					
Hiburan						
9	Unsur hiburan yang disajikan mampu meningkatkan ketertarikan saya terhadap produk dessert.					
10	Saya merasa <i>live streaming</i> ini memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan					
11	Saya menikmati visualisasi produk <i>dessert</i> yang ditampilkan dalam <i>live streaming</i>					
12	Saya merasa sesi <i>live streaming</i> produk <i>dessert</i> ini seru dan tidak membosankan					

Pernyataan untuk variabel Y (Keputusan Pembelian)

NO	Pernyataan Keputusan Pembelian	(SS) 5	(S) 4	(KS) 3	(TS) 2	(STS) 1
Kemantapan pada sebuah produk						
1	Tampilan dan penjelasan produk Yayang <i>Dessert</i> membuat saya tidak ragu untuk membeli					

2	Saya mempertimbangkan rasa, harga, dan tampilan produk sebelum memutuskan membeli <i>dessert</i> Yayangdessert di TikTok Shop					
3	Saya merasa produk Yayang <i>Dessert</i> lebih meyakinkan dibandingkan produk pesaing					
Kebiasaan dalam membeli produk						
4	Yayang <i>Dessert</i> menjadi salah satu pilihan utama saat membeli produk <i>dessert</i> secara online					
5	Saya sering membeli <i>dessert</i> Yayang <i>Dessert</i> tanpa banyak pertimbangan karena sudah familiar					
6	Saya sering membeli produk Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop tanpa berpikir panjang karena sudah terbiasa					
Memberikan rekomendasi kepada orang lain						
7	Saya cenderung merekomendasikan produk Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop kepada orang lain					
8	Saya percaya orang lain akan puas jika membeli produk Yayang <i>Dessert</i> dari TikTok Shop seperti saya					
9	Saya terdorong untuk membagikan pengalaman positif saya mengenai produk Yayang <i>Dessert</i> kepada orang lain					
Melakukan pembelian ulang						
10	Kepuasan saya terhadap produk Yayang <i>Dessert</i> mendorong saya untuk membeli kembali					
11	Saya merasa puas dan ingin mengulang pembelian produk Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop					

12	Saya tetap memilih belanja di online store daripada di offline store					
----	--	--	--	--	--	--

Lampiran 5. Hasil Jawaban Responden

Responden *Content Marketing* (X1)

NO	Content Marketing (X1)												Total
	Relevansi		Akurasi		Bernilai		Mudah Dipahami		Mudah Ditemukan		Konsistensi		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	53
2	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	51
3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	2	5	52
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	55
5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	51
6	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	54
7	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	55
8	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	53
9	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	55
10	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	52
11	5	5	3	4	5	4	5	3	5	4	4	5	52
12	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	54
13	2	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	51
14	1	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	50
15	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55
16	5	5	2	5	4	5	5	5	4	5	5	4	53
17	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	54
18	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	55
19	5	2	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	54
20	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	56
21	5	5	1	4	5	5	4	5	5	4	5	5	53
22	2	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	30
23	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	56
24	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	56
25	5	1	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	52
26	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	53
27	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	53
28	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	55
29	3	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	53

30	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	55
31	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	55
32	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	55
33	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	54
34	4	5	3	5	4	5	5	5	3	5	4	5	53
35	4	3	5	5	4	5	3	5	4	3	5	4	50
36	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	53
37	4	5	4	4	1	5	5	3	4	5	5	4	49
38	5	3	5	4	5	5	3	3	5	3	4	5	50
39	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	54
40	5	5	4	2	4	4	5	5	4	5	5	4	52
41	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	53
42	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	52
43	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	49
44	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	48
45	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	54
46	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	52
47	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	51
48	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	52
49	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	51
50	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	51
51	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	54
52	2	1	1	4	3	2	3	3	1	2	1	2	25
53	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	55
54	3	4	4	2	3	4	2	3	4	4	2	4	39
55	5	4	5	4	5	4	5	2	5	4	5	4	52
56	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	54
57	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	53
58	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	54
59	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	54
60	4	5	4	4	5	4	2	5	5	4	5	5	52
61	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	53
62	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	52
63	4	5	5	5	4	1	5	5	4	5	5	5	53
64	5	4	4	5	5	4	5	5	2	5	4	4	52
65	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	56
66	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	2	53
67	5	4	4	5	5	5	4	5	5	2	5	5	54
68	2	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	30
69	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	1	52
70	5	4	4	5	5	5	4	1	5	5	4	4	51

71	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	1	5	53
72	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	56
73	2	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	53
74	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	55
75	4	2	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	53
76	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	55
77	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	54
78	4	5	5	4	2	5	4	3	5	5	4	5	51
79	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	55
80	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	52
81	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	43
82	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	53
83	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4	5	43
84	4	4	2	5	5	4	5	5	4	5	5	5	53
85	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	51
86	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	52
87	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	55
88	5	4	5	4	3	5	5	2	5	5	4	5	52
89	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	52
90	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	52
91	4	5	5	4	5	3	5	3	5	5	4	5	53
92	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	55
93	4	4	5	4	3	5	5	3	4	5	5	4	51
94	3	4	5	4	5	4	1	5	4	5	4	5	49
95	5	3	4	3	5	3	5	3	4	5	5	5	50
96	2	5	4	4	5	2	4	5	5	5	4	5	50
97	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	49
98	5	4	5	4	4	5	4	3	2	5	2	5	48
99	5	4	5	4	4	5	2	1	4	4	4	3	45
Σ	423	413	422	435	429	431	426	414	429	437	420	432	5111

Responden *Live Streaming* (X2)

NO	Live Streaming (X2)												Total
	Transparansi Informasi				Interaktivitas				Hiburan				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	54
2	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	53
3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	53

45	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	52
46	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
47	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	54
48	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	50
49	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	50
50	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	52
51	4	5	4	1	5	4	5	4	5	4	4	5	50
52	4	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	4	49
53	4	5	4	5	5	4	1	5	4	5	5	5	52
54	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	39
55	5	4	5	4	4	5	4	1	5	4	4	4	49
56	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	52
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	1	5	50
59	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	52
60	5	4	4	4	5	4	4	5	4	1	5	5	50
61	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	50
62	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	52
63	4	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4	5	50
64	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	53
65	5	4	4	4	2	5	4	5	4	4	5	5	51
66	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	50
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
68	3	5	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	35
69	4	5	4	5	4	1	5	4	5	4	4	5	50
70	4	2	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	49
71	4	4	2	5	4	4	5	4	4	5	5	4	50
72	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	2	5	51
73	4	4	4	4	5	5	4	4	2	5	4	4	49
74	3	3	4	4	3	2	2	3	2	1	3	3	33
75	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
76	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	50
77	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	49
78	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	4	52
79	5	4	5	4	5	5	4	5	4	2	4	5	52
80	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	49
81	2	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	30
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
83	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	45
84	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	53
85	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	56

86	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	53
87	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	51
88	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	43
89	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	43
90	3	4	4	2	3	4	2	3	4	4	2	4	39
91	5	4	5	5	4	2	4	5	3	5	5	4	51
92	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	54
93	5	5	4	2	5	4	5	3	4	5	5	4	51
94	5	3	5	4	2	4	4	5	5	4	5	5	52
95	5	4	4	4	5	3	5	4	2	5	4	5	50
96	5	4	1	5	4	2	5	2	5	5	4	4	46
97	5	5	5	4	1	4	5	4	4	5	4	5	51
98	5	4	5	4	5	4	4	3	3	5	4	5	51
99	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	41
Σ	427	416	411	413	402	410	420	462	405	425	463	425	5079

Responden Keputusan Pembelian (Y)

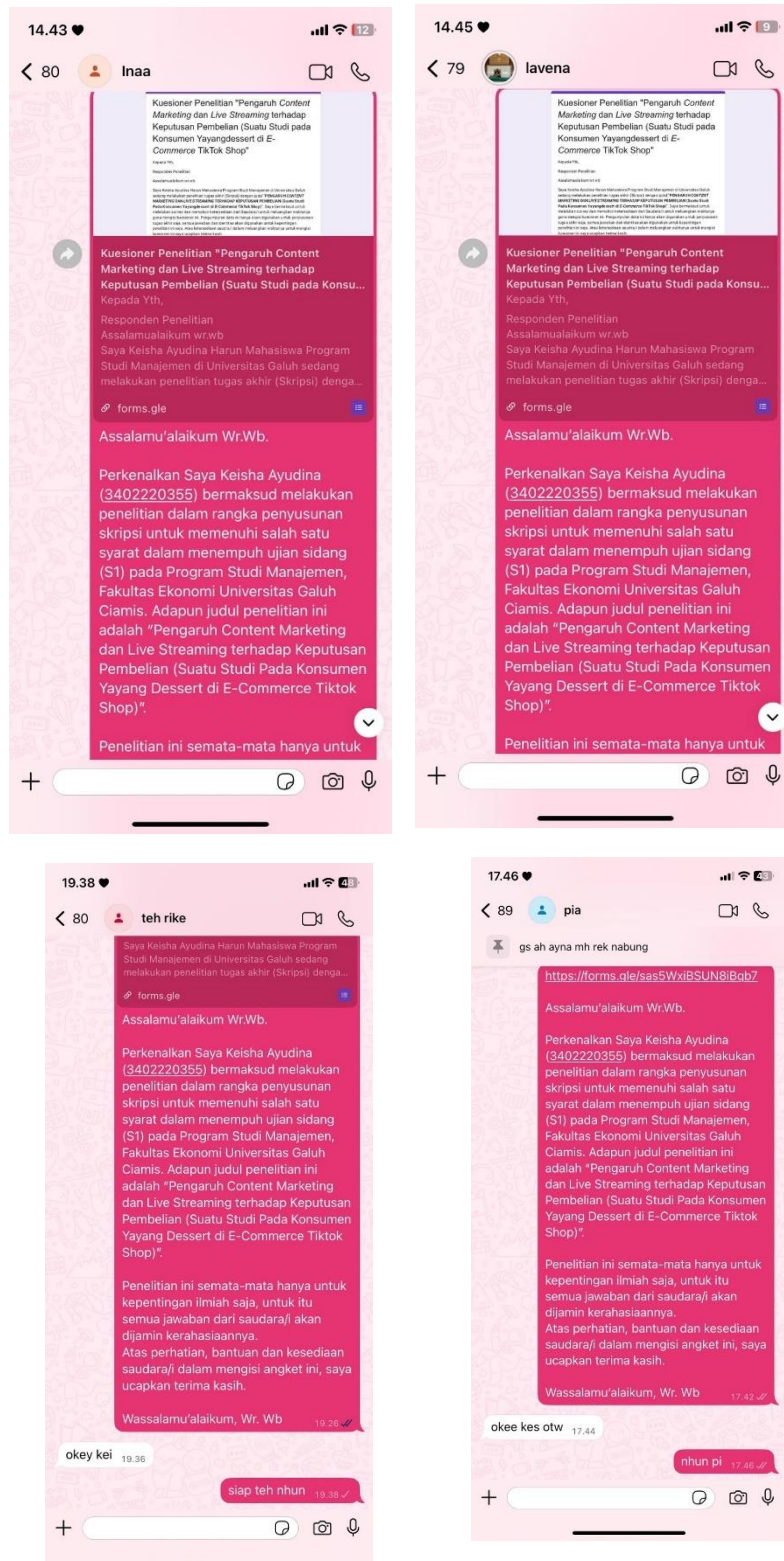
NO	Keputusan Pembelian (Y)												Total
	Kemantapan Pada Sebuah Produk			Kebiasaan Dalam Membeli Produk			Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain			Melakukan Pembelian Ulang			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	54
2	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	54
3	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	53
4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	54
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	53
6	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	54
7	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	55
8	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	54
9	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	55
10	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	54
11	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	56
12	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	56
13	5	5	2	4	5	4	5	5	4	5	5	4	53
14	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	55
15	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	56

16	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	55
17	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	53
18	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	55
19	5	3	2	4	5	4	5	5	4	5	4	5	51
20	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	55
21	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	54
22	3	5	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	35
23	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	56
24	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	3	3	51
25	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	55
26	4	5	1	5	4	5	5	5	5	4	5	4	52
27	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	55
28	5	4	5	4	4	2	5	5	5	4	5	3	51
29	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	55
30	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	56
31	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	54
32	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	55
33	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
34	3	5	4	5	5	4	3	5	4	5	3	3	49
35	3	4	5	3	5	4	3	5	4	3	5	3	47
36	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	56
37	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	55
38	5	5	4	5	4	5	3	5	3	4	4	5	52
39	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	53
40	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	56
41	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	52
42	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	53
43	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52
44	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	52
45	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	51
46	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	53
47	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	52
48	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	54
49	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	50
50	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	53
51	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	54
52	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	54
53	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	52
54	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	39
55	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	55
56	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	54

57	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	54
58	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	55
59	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	55
60	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	54
61	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	54
62	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	55
63	5	4	5	2	5	4	5	5	5	4	5	5	54
64	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	55
65	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	56
66	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	56
67	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	55
68	4	3	1	2	3	1	3	4	2	2	4	3	32
69	5	4	5	5	2	5	4	5	5	4	5	5	54
70	4	5	4	1	5	5	4	5	5	5	4	4	51
71	2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	53
72	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	56
73	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	57
74	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	2	53
75	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	53
76	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	56
77	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	2	5	53
78	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	56
79	5	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5	5	55
80	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	52
81	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	52
82	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	53
83	4	3	1	2	3	1	3	4	2	2	4	3	32
84	5	5	4	4	5	5	4	2	5	4	5	5	53
85	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	56
86	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	53
87	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	52
88	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	3	52
89	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	54
90	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	54
91	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	54
92	4	5	4	4	5	3	2	5	4	4	4	3	47
93	3	3	2	2	4	3	3	4	2	2	3	4	35
94	1	4	3	5	5	4	5	5	5	4	3	4	48
95	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	1	52
96	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	55
97	4	5	5	4	5	1	4	4	4	5	3	4	48

98	5	4	5	4	1	4	5	5	2	5	4	4	48
99	3	3	2	2	4	3	3	4	2	2	3	4	35
Σ	419	442	425	430	438	419	429	444	430	430	426	429	5161

Lampiran 6. Bukti Sebar Kuesioner



Lampiran 7. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas untuk *Content Marketing*

Tabel Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X1_1	.518**	0,1975	Valid
X1_2	.484**	0,1975	Valid
X1_3	.429**	0,1975	Valid
X1_4	.483**	0,1975	Valid
X1_5	.501**	0,1975	Valid
X1_6	.500**	0,1975	Valid
X1_7	.376**	0,1975	Valid
X1_8	.381**	0,1975	Valid
X1_9	.622**	0,1975	Valid
X1_10	.627**	0,1975	Valid
X1_11	.610**	0,1975	Valid
X1_12	.523**	0,1975	Valid

Uji Validitas untuk *Live Streaming*

Tabel Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X2_1	.613**	0,1975	Valid
X2_2	.428**	0,1975	Valid
X2_3	.417**	0,1975	Valid
X2_4	.477**	0,1975	Valid
X2_5	.469**	0,1975	Valid
X2_6	.508**	0,1975	Valid
X2_7	.453**	0,1975	Valid
X2_8	.441**	0,1975	Valid
X2_9	.530**	0,1975	Valid
X2_10	.594**	0,1975	Valid
X2_11	.646**	0,1975	Valid
X2_12	.597**	0,1975	Valid

Uji Validitas untuk Keputusan Pembelian

Tabel Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X3_1	.494**	0,1975	Valid
X3_2	.406**	0,1975	Valid
X3_3	.658**	0,1975	Valid
X3_4	.606**	0,1975	Valid
X3_5	.370**	0,1975	Valid
X3_6	.626**	0,1975	Valid
X3_7	.549**	0,1975	Valid
X3_8	.320**	0,1975	Valid
X3_9	.753**	0,1975	Valid
X3_10	.707**	0,1975	Valid
X3_11	.457**	0,1975	Valid
X3_12	.436**	0,1975	Valid

Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas *Content Marketing* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	12

Uji Reliabilitas *Live Streaming* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	12

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	12

Lampiran 9. Hasil Analisis Uji Koefisien Korelasi

Content Marketing (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Content Marketing	Keputusan Pembelian
Content Marketing	Pearson Correlation	1	.611**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

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

Live Streaming (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Keputusan Pembelian	Live Streaming
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	.411**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Live Streaming	Pearson Correlation	.411**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

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

Content Marketing (X1) dan Live Streaming (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Keputusan Pembelian	Live Streaming	Content Marketing
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	.411**	.611**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	99	99	99
Live Streaming	Pearson Correlation	.411**	1	.477**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	99	99	99
Content Marketing	Pearson Correlation	.611**	.477**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	99	99	99

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

Lampiran 10. Hasil Ui Regresi

Content Marketing (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.374	.367	3.974

a. Predictors: (Constant), Content Marketing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	914.816	1	914.816	57.919	.000 ^b
	Residual	1532.093	97	15.795		
	Total	2446.909	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Content Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.824	4.163		5.002	.000
	Content Marketing	.611	.080	.611	7.610	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Live Streaming (X2) Terhadap Keputusan Pembelian**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.411 ^a	.169	.161	4.578

a. Predictors: (Constant), Live Streaming

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.321	1	414.321	19.772	.000 ^b
	Residual	2032.588	97	20.955		
	Total	2446.909	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Live Streaming

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.753	4.434		7.386	.000
	Live Streaming	.389	.087	.411	4.447	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Content Marketing (X1) dan Live Streaming (X2) Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.380	3.935

a. Predictors: (Constant), Content Marketing, Live Streaming

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	960.365	2	480.182	31.010	.000 ^b
	Residual	1486.544	96	15.485		
	Total	2446.909	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Content Marketing, Live Streaming

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.245	4.621		3.732	.000
	Live Streaming	.147	.086	.155	1.715	.090
	Content Marketing	.537	.090	.537	5.938	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian