

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1 (SK BIMBIMNGAN)



UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IK/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 : 2996/34/ST/AK/D/XI/2025

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

Nama : **H. Mujaddid Faruk, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing I
Nama : **Wiwini Setianingsih, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **MOCHAMAD NIZAR FAZRIATUL MUNAWAR**
NIM : **3402220299**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN CONTENT MARKETING TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**

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

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 8 November 2025
Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatini, 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. 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

Nomor : 265/34/SP/AK/DI/III/2026
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.
Owner Brand Hijab Arrafi
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:

Nama : Mochamad Nizar Fazriatul Munawar
Nomor Pokok / NIM : 3402220299
Asal Program Studi : Manajemen
Tempat Tanggal Lahir : Ciamis, 29 Agustus 2003
Telepon / HP : 0881023512239
Alamat : Dusun manis RT/RW 004/006 Desa Cinyasag Kec.
Panawangan Kab. Ciamis Jawa Barat
Lamanya Penelitian : 3 bulan
Judul Penelitian : Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Hijab Segiempat Arrafi Cingambul Di Tiktok Shop)

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ciamis, 05 Maret 2026

a.n Dekan,
Wakil Dekan I


Elin Herlina, S.Pd., M.M.
NIK. 3112770081

Lampiran 3 (SURAT IZIN BALASAN PENELITIAN)


ARRAFI HIJAB
Jl. Cikijing – kawali Desa Ciranjeng
Kecamatan Cingambul, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat.

Majalengka, 20 Maret 2026

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Galuh
Di Tempat

Dengan hormat

Sehubungan dengan surat yang saudara ajukan perihal perijinan penelitian dalam penyusunan skripsi yang akan dilakukan di perusahaan kami, maka kami akan berpartisipasi untuk mengijinkan saudara membuat penelitian skripsi di tempat kami. Adapun mahasiswa yang akan melakukan penelitian di Arrafi hijab kabupaten majalengka, adalah :

Nama : Mochamad Nizar Fazriatul Munawar
Nim : 3402220299
Program studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Univesitas : Galuh
Judul skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* dan *Content Marketing* terhadap Keputusan Pembelian

Demikian surat balasan ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

(M. Nizar Mubarak)

Lampiran 4 kuisisioner penelitian

SURAT PENGANTAR KUISISIONER

Kepada Yth.

Konsumen Hijab Segiempat ARRAFI

Di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, nama saya mochamad nizar fazriatul munawar program studi manajemen universitas galuh ciamis. saya mahasiswa yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian yang berjudul: **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan *Content Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Hijab Segiempat ARRAFI Cingambul di TikTok Shop)”**

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan penelitian akademik. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Data yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi produk secara online. Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui metode kuesioner.

Saya memohon atas ketersediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang terlampir. Tanggapan Responden Saudari sangat berharga dan akan

sangat membantu keberhasilan penelitian ini. Mohon untuk mengisi angket ini dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Kerahasiaan identitas saudara/i akan saya jamin. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini.

Atas perhatian dan ketersediaan Saudara/i dalam membantu penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Ciamis, April 2026
Hormat saya,

Mochamad Nizar Fazriatul Munawar
3402220299

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama	:	
2. Usia	:	☐ 17 – 21 ☐ 22 – 26 ☐ 27 – 31 ☐ > 31
3. Kelamin	:	☐ Pria ☐ Wanita
4. Pekerjaan	:	☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Wirausaha ☐ Lainnya
5. Status Pengguna Aktif Tiktok	:	☐ Ya ☐ Tidak

II. PETUNJUK PENGISIAN

Bacalah setiap pernyataan dengan cermat, kemudian pilih lah salah satu Tanggapan Responden dari lima kemungkinan Tanggapan Responden berdasarkan yang paling sesuai dengan pendapat/tanggapan Saudari dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia.

Dengan skala penilaian :

SS : Saya sangat setuju

S : Saya setuju

N : Saya netral

TS : Saya tidak setuju

STS : Saya sangat tidak setuju

III. Tanggapan responden *electronic word of mouth* (X₁)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Intensitas (<i>intensity</i>)						
1.	Saya sering menemukan ulasan atau komentar konsumen mengenai produk hijab arrafi di media sosial tiktok.					
2.	Banyak konsumen yang membagikan pengalaman mereka terkait produk hijab arrafi di tiktok.					
3.	Informasi atau tanggapan mengenai produk hiab arrafi di tiktok muncul secara berulang dan sering saya temukan.					
4.	Saya sering melihat aktivitas diskusi atau interaksi konsumen di komentar produk hijab arrafi di tiktok.					
Informasi (<i>Content</i>)						
5.	Informasi mengenai kualitas produk hijab arrafi di tiktok mudah saya temukan.					
6.	Media sosial tiktok menyediakan informasi yang jelas mengenai harga produk.					
7.	Informasi terkait keamanan transaksi atau pembelian produk di tiktok mudah dipahami.					
8.	Informasi mengenai manfaat atau keunggulan produk hijab arrafi di media sosial tiktok disampaikan dengan jelas.					
Pendapat positif atau negatif (<i>valence of opinion</i>)						
9.	Sebagian besar ulasan atau komentar mengenai produk hijab arrafi di tiktok bersifat positif.					
10.	Pendapat konsumen di media sosial tiktok membuat saya memiliki kesan yang baik terhadap produk hijab arrafi.					
11.	Saya mempertimbangkan opini atau ulasan konsumen di media sosial tiktok sebelum memutuskan membeli produk.					
12.	Komentar atau ulasan konsumen di media sosial tiktok memengaruhi penilaian saya terhadap produk hijab arrafi.					

IV. Tanggapan responden *Content Marketing* (X₂)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Relevansi						
1.	Informasi Konten hijab arrafi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Konten hijab arrafi yang disajikan relevan dengan kebutuhan atau masalah yang saya alami.					
Akurasi						
3.	Konten hijab arrafi memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai produk hijabnya.					
4.	Informasi pada konten hijab arrafi sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya.					
Bernilai						
5.	Konten arrafi hijab memberikan manfaat bagi saya dalam memahami produk nya.					
6.	Konten arrafi hijab membantu saya dalam mempertimbangkan keputusan pembelian produk.					
Mudah Dipahami						
7.	Penyampaian informasi pada konten hijab arrafi mudah dimengerti.					
8.	Isi konten hijab arrafi tidak membingungkan bagi saya.					
Mudah Ditemukan						
9.	Saya mudah menemukan konten terkait produk hijab arrafi di tiktok.					
10.	Saya dapat melihat konten hijab arrafi dengan mudah kapan saja ditiktok.					

V. Tanggapan responden Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kemantapan Dalam Memilih Produk						
1.	Saya merasa yakin memilih Hijab ARRAFI setelah melihat konten ulasan (<i>review</i>) di TikTok.					
2.	Konten TikTok hijab arrafi yang saya lihat membantu saya memastikan Hijab ARRAFI adalah produk yang tepat.					
3.	Saya merasa keputusan membeli produk Hijab ARRAFI menjadi lebih mantap setelah melihat konten di TikTok.					
Kebiasaan Dalam Memilih Produk						
4.	Saya tertarik membeli Hijab ARRAFI setelah melihat rekomendasi dari pengguna lain di TikTok.					
5.	Saya sering mempertimbangkan konten TikTok hijab arrafi sebelum membeli.					
6.	Saya merasa TikTok menjadi salah satu sumber utama saya ketika membeli Hijab ARRAFI.					
Memberikan Rekomendasi Produk Kepada Orang Lain						
7.	Saya bersedia merekomendasikan Hijab ARRAFI kepada teman setelah melihat atau membelinya melalui TikTok.					
8.	Saya merasa percaya diri menyarankan Hijab ARRAFI kepada orang lain karena konten di TikTok.					
9.	Saya merasa pengalaman saya membeli produk hijab arrafi melalui TikTok membuat saya nyaman untuk merekomendasikan Hijab ARRAFI.					
Melakukan Pembelian Ulang						
10.	Saya berencana untuk membeli kembali Hijab ARRAFI melalui TikTok di masa depan.					
11.	Konten TikTok hijab arrafi membuat saya tertarik untuk membeli ulang.					
12.	Setelah pengalaman pertama, saya bersedia melakukan pembelian ulang Hijab ARRAFI melalui TikTok.					

Lampiran 5 jawaban responden *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) (X₁)

RES	<i>Elcteronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)												JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	48
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
4	2	2	2	2	2	5	5	3	3	3	5	3	37
5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	51
6	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	52
7	5	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	50
8	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	51
9	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	53
10	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	53
11	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	53
12	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	53
13	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	53
14	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	54
15	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	55
16	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	53
17	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	53
18	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	54
19	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
20	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	54
21	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	52
22	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	50
23	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	49
24	5	5	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	51
25	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	48
26	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	55
27	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	53
28	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	55
29	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
30	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	50
31	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	50
32	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	53
33	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	53
34	5	3	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	51
35	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	54
36	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	54

RES	<i>Elcteronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>												JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
37	5	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	52
38	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	54
39	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	55
40	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	54
41	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	53
42	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	52
43	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	54
44	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	52
45	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	47
46	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	51
47	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	55
48	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	50
49	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	55
50	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	56
51	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	55
52	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	56
53	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	51
54	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	53
55	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	53
56	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	52
57	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	50
58	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	53
59	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	55
60	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	53
61	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	54
62	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
63	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	54
64	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	52
65	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	56
66	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	52
67	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	53
68	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	55
69	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	54
70	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	55
71	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	55
72	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	54
73	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	52
74	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	56

RES	<i>Elcteronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>												JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
75	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	51
76	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	53
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
78	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	54
79	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	44
80	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	42
81	3	4	4	4	2	5	4	4	3	4	4	3	44
82	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	48
83	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	45
84	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	47
85	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	52
86	5	4	3	3	5	5	4	5	4	5	5	4	52
87	4	4	3	2	4	5	5	3	3	4	4	4	45
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
89	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	41
90	3	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	48
91	2	3	2	4	1	3	2	4	2	3	2	4	32
92	3	2	3	4	3	2	4	2	4	3	4	2	36
93	4	2	4	3	4	4	3	2	4	3	4	2	39
94	2	3	4	2	4	4	3	4	4	2	4	5	41
95	5	3	5	4	3	4	3	5	5	5	3	3	48
96	3	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	5	42
Σ	439	406	402	395	413	419	413	397	416	398	408	400	4906

Lampiran 1 Jawaban Respoden *Content Marketing* (X₂)

RES	<i>Content Marketing</i>										JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	39
2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	38
3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	47
6	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
7	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
8	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	46
9	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	46
10	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	43

RES	<i>Content Marketing</i>										JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
11	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	45
12	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	45
13	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
14	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
15	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
16	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
17	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	44
18	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	46
19	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
20	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
21	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
22	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	44
23	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	43
24	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
25	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	41
26	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
27	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	45
28	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
29	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	46
30	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
31	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
32	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
33	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
34	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
35	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	46
36	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	43
37	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
38	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
39	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45
40	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
41	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
42	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
43	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
44	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	45
45	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	40
46	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
47	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
48	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45

RES	<i>Content Marketing</i>										JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
49	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
50	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	44
51	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	46
52	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
53	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	43
54	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
55	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
56	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	45
57	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
58	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46
59	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
60	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
61	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	43
62	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
63	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
64	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
65	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
66	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	46
67	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
68	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
69	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46
70	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
71	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
72	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	46
73	5	5	5	4	5	4	4	4	5	3	44
74	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
75	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	46
76	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	45
77	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
78	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
79	5	5	5	4	3	4	3	5	3	4	41
80	3	3	3	5	4	3	3	3	2	2	31
81	3	5	3	4	3	4	4	5	2	2	35
82	4	4	3	4	4	3	3	4	2	2	33
83	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	33
84	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36
85	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40
86	4	3	4	4	5	4	5	4	3	5	41

RES	<i>Content Marketing</i>										JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
87	4	4	5	3	4	3	4	3	4	5	39
88	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
89	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
90	3	2	3	5	3	3	3	4	2	2	30
91	1	3	2	4	4	3	4	1	3	4	29
92	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	33
93	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	33
94	3	4	2	4	4	3	1	3	3	4	31
95	1	3	2	5	5	4	4	4	4	4	36
96	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	33
Σ	435	430	403	421	412	406	421	424	401	395	4148

Lampiran 7 Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y)

RES	Keputusan Pembelian												JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	49
3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	48
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	52
6	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	53
7	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	50
8	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	54
9	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	53
10	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	53
11	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	52
12	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	52
13	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	54
14	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	55
15	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	54
16	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
17	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	51
18	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	55
19	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	54
20	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
21	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	55

RES	Keputusan Pembelian												JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
22	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	54
23	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	52
24	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	56
25	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	49
26	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	54
27	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	55
28	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	53
29	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
30	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	54
31	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	55
32	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	54
33	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	55
34	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	52
35	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	53
36	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	51
37	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	53
38	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	54
39	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	53
40	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	56
41	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	56
42	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
43	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	55
44	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	52
45	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	48
46	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
47	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	55
48	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	55
49	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55
50	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	54
51	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	54
52	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	54
53	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	53
54	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	51
55	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	55
56	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55
57	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	54
58	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	53
59	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	51

RES	Keputusan Pembelian												JML
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
60	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	55
61	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	52
62	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	54
63	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
64	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	56
65	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	54
66	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	53
67	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	54
68	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	53
69	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	50
70	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	55
71	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	55
72	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	55
73	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	54
74	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	57
75	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	53
76	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	56
77	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	57
78	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	56
79	2	3	3	4	5	5	2	4	5	5	5	5	48
80	5	3	3	4	2	3	5	3	3	4	3	4	42
81	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	44
82	4	4	3	4	4	2	4	4	3	5	3	3	43
83	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	46
84	4	4	5	5	4	2	3	4	4	4	4	4	47
85	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	53
86	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	51
87	4	4	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	47
88	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	52
89	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	42
90	4	4	3	5	3	4	4	5	5	3	5	5	50
91	4	3	2	1	3	2	4	2	1	3	4	4	33
92	3	4	4	2	4	3	3	4	3	2	4	3	39
93	2	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	40
94	4	3	4	4	2	3	2	3	2	4	4	4	39
95	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	3	50
96	4	5	5	3	5	4	4	5	4	3	3	5	50
Σ	445	390	415	424	409	409	407	407	416	412	431	405	4970

Lampiran 8 Dokumentasi Dokumentasi



Lampiran 9 Data base penjualan periode (Maret 2025 – Februari 2026)

ARRAFI HIJAB
Jl. Cikijing – Kawali, Desa Ciantung
Kecamatan Cingambul, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat

Majalengka, 20 Maret 2026

SURAT KETERANGAN DATA PENJUALAN
HIJAB SEGIEMPAT ARRAFI DI TIKTOK SHOP

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa data penjualan Hijab Segiempat Arrafi pada platform TikTok Shop untuk periode Maret 2025 sampai dengan Februari 2026 adalah sebagai berikut:

No.	Bulan	Jumlah Penjualan (Unit)
1	Maret 2025	185
2	April 2025	172
3	Mei 2025	194
4	Juni 2025	163
5	Juli 2025	208
6	Agustus 2025	177
7	September 2025	191
8	Oktober 2025	216
9	November 2025	187
10	Desember 2025	229
11	Januari 2026	156
12	Februari 2026	122
	Total	2.400

Berdasarkan data tersebut, jumlah penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2025 sebanyak 229 unit, sedangkan jumlah penjualan terendah terjadi pada bulan Februari 2026 sebanyak 122 unit. Total penjualan selama periode tersebut adalah 2.400 unit.

Demikian surat keterangan data penjualan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

M. Arrafi H.

Lampiran 10 tabel distribusi t

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
81	0,677531	1,292091	1,663884	1,989686	2,373270	2,637897	3,193922
82	0,677493	1,291961	1,663649	1,989319	2,372687	2,637123	3,192619
83	0,677457	1,291835	1,663420	1,988960	2,372119	2,636369	3,191349
84	0,677422	1,291711	1,663197	1,988610	2,371564	2,635632	3,190111
85	0,677387	1,291591	1,662978	1,988268	2,371022	2,634914	3,188902
86	0,677353	1,291473	1,662765	1,987934	2,370493	2,634212	3,187722
87	0,677320	1,291358	1,662557	1,987608	2,369977	2,633527	3,186569
88	0,677288	1,291246	1,662354	1,987290	2,369472	2,632858	3,185444
89	0,677256	1,291136	1,662155	1,986979	2,368979	2,632204	3,184345
90	0,677225	1,291029	1,661961	1,986675	2,368497	2,631565	3,183271
91	0,677195	1,290924	1,661771	1,986377	2,368026	2,630940	3,182221
92	0,677166	1,290821	1,661585	1,986086	2,367566	2,630330	3,181194
93	0,677137	1,290721	1,661404	1,985802	2,367115	2,629732	3,180191
94	0,677109	1,290623	1,661226	1,985523	2,366674	2,629148	3,179209
95	0,677081	1,290527	1,661052	1,985251	2,366243	2,628576	3,178248
96	0,677054	1,290432	1,660881	1,984984	2,365821	2,628016	3,177308
97	0,677027	1,290340	1,660715	1,984723	2,365407	2,627468	3,176387
98	0,677001	1,290250	1,660551	1,984467	2,365002	2,626931	3,175486
99	0,676976	1,290161	1,660391	1,984217	2,364606	2,626405	3,174604
100	0,676951	1,290075	1,660234	1,983972	2,364217	2,625891	3,173739
101	0,676927	1,289990	1,660081	1,983731	2,363837	2,625386	3,172893
102	0,676903	1,289907	1,659930	1,983495	2,363464	2,624891	3,172063
103	0,676879	1,289825	1,659782	1,983264	2,363098	2,624407	3,171250
104	0,676856	1,289745	1,659637	1,983038	2,362739	2,623932	3,170452
105	0,676833	1,289666	1,659495	1,982815	2,362388	2,623465	3,169670
106	0,676811	1,289589	1,659356	1,982597	2,362043	2,623008	3,168904
107	0,676790	1,289514	1,659219	1,982383	2,361704	2,622560	3,168152
108	0,676768	1,289439	1,659085	1,982173	2,361372	2,622120	3,167414
109	0,676747	1,289367	1,658953	1,981967	2,361046	2,621688	3,166690
110	0,676727	1,289295	1,658824	1,981765	2,360726	2,621265	3,165979
111	0,676706	1,289225	1,658697	1,981567	2,360412	2,620849	3,165282
112	0,676687	1,289156	1,658573	1,981372	2,360104	2,620440	3,164597
113	0,676667	1,289088	1,658450	1,981180	2,359801	2,620039	3,163925
114	0,676648	1,289022	1,658330	1,980992	2,359504	2,619645	3,163265
115	0,676629	1,288957	1,658212	1,980808	2,359212	2,619258	3,162616
116	0,676611	1,288892	1,658096	1,980626	2,358924	2,618878	3,161979
117	0,676592	1,288829	1,657982	1,980448	2,358642	2,618504	3,161353
118	0,676575	1,288767	1,657870	1,980272	2,358365	2,618137	3,160738
119	0,676557	1,288706	1,657759	1,980100	2,358093	2,617776	3,160133
120	0,676540	1,288646	1,657651	1,979930	2,357825	2,617421	3,159539

Sumber : Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Lampiran 11 tabel distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 12 output SPSS

a. pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 ^a	0,757	0,755	2,308

a. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1562,332	1	1562,332	293,351	<,000 ^b
Residual	500,626	94	5,326		
Total	2062,958	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,597	2,532		3,396	0,001
	Electronic Word Of Mouth	0,845	0,049	0,870	17,172	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b pengaruh *Content Marketing* terhadap keputusan pembelian

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	0,746	0,744	2,359

a. Predictors: (Constant), Content Marketing

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1539,703	1	1539,703	276,600	<,000 ^b
Residual	523,255	94	5,567		
Total	2062,958	95			

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)	15,704	2,182		7,197	0,000
	Content Marketing	0,835	0,050	0,864	16,631	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

c. pengaruh *electronic word of mouth* dan *Content Marketing* terhadap keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	0,811	0,807	2,045

a. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth, Content Marketing

ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1673,970	2	836,985	200,108	<,000 ^b
Residual	388,988	93	4,183		
Total	2062,958	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth, Content Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,860	2,244		3,984	0,000
	Electronic Word Of Mouth	0,475	0,084	0,489	5,666	0,000
	Content Marketing	0,431	0,083	0,446	5,166	0,007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian