

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 SK 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 : 3337/34/ST/AK/D/XII/2025

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

Nama : Elin Herlina, S.Pd., M.M.
sebagai Pembimbing I

Nama : Toto, S.E., M.M.
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : KAYLA TSANIYA NATASYA

NIM : 3402220196

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

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

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 6 Desember 2025
Dekan,

Dr. Nurulana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 3112770079

Tembusan :

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

Lampiran 2 Surat Pengantar Izin Penelitian

	UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/UK/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	: 3514/34/SP/AK/DI/XII/2025
Lampiran	: -
Perihal	: Ijin Penelitian Skripsi
 Kepada Yth. Cafe Kopi Biji Ciamis 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	: Kayla Tsaniya Natasya
Nomor Pokok / NIM	: 3402220196
Asal Program Studi	: Manajemen
Tempat Tanggal Lahir	: Ciamis, 14 September 2004
Telepon / HP	: 083863750940
Alamat	: Perum Surung Dayung Rt03/Rw16, Kel.Handapherang Kec.Cijeungjing Kab.Ciamis
Lamanya Penelitian	: Januari-Maret
Judul Penelitian	: Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Cafe Kopi Biji Ciamis)
 Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.	
 Ciamis, 29 Desember 2025 a.n Dekan, Wakil Dekan I   San Herlina, S.Pd., M.M. 312770081	

Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian

**KOPI BIJI CIAMIS**

Jalan Raya Kawali No. 164, Mekarjaya Baregbeg, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46274
Tlp/Whatsapp : +62 821-3009-5023 | Email : kedaikopibiji@gmail.com

Nomor : 001/KBJCMS/JAN/2025
Lampiran : -
Perihal : Surat Balasan Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth,
Dekan / Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
di
Tempat

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Nomor : 3514/34/SP/AK/DI/XII/2025, tentang Ijin Penelitian Skripsi di Kopi Biji Ciamis. Dengan ini Kopi Biji Ciamis memberikan izin untuk mahasiswa yang bersangkutan melakukan penelitian skripsi dan pengumpulan data di Perusahaan kami, dengan mahasiswa yang dimaksud adalah :

Nama : Kayla Tsaniya Natasya
Nomor Pokok / NIM. : 3402220196
Asal Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Café Kopi Biji Ciamis)

Demikian surat balasan dari kami, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Ciamis, 01 Januari 2026


Refi Nurdvan, S. Kom
Manager

Lampiran 4 Surat Pengantar Angket

SURAT PENGANTAR ANGKET

Kepada Yth:

Bapak/Ibu Konsumen Cafe Kopi Biji Ciamis

di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Bersama surat ini peneliti bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.

Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Media Sosial Instagram dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Cafe Kopi Biji Ciamis)”**. Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui metode angket. Angket ini merupakan yang sangat berharga dan berguna bagi peneliti. Oleh karena itu, saya mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk dapat mengisi angket yang peneliti sediakan.

Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah saja, untuk itu semua jawaban dari Bapak/Ibu akan dijamin kerahasiaannya dan sama sekali tidak ada hubungannya dengan kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas perhatian, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi angket ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ciamis, 03 Juli 2026

Kayla Tsaniya Natasya

3402220196

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Suatu Studi Pada Konsumen Cafe Kopi Biji Ciamis)

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pernyataan-pernyataan dengan seksama.
2. Isi identifikasi data diri anda sesuai dengan kolom yang tersedia.
3. Pertanyaan-pertanyaan ini berkaitan dengan promosi media sosial instagram, *word of mouth*, dan keputusan pembelian.
4. Silahkan beri tanda (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Keterangan :

Sangat Setuju : SS
Setuju : S
Kurang Setuju : KS
Tidak Setuju : TS
Sangat Tidak Setuju : STS

5. Terima kasih atas bantuan, partisipasi dan kerja sama anda.

IDENTITAS RESPONDEN

Untuk kebutuhan data dari penelitian ini, saya mengharapkan Bapak/Ibu /Saudara/Saudari untuk mengisi data-data dibawah ini.

Jenis Kelamin : () Laki-Laki () Perempuan

Usia : () < 20 Tahun
() 20-25 Tahun
() 26-30 Tahun
() 31-35 Tahun
() ≥ 35 Tahun

Pendidikan : () SD/SMP
() SMA/SMK
() Sarjana (D3/S1)
() Pascasarjana (S2)
() Doktor (S3)

Pekerjaan : () PNS
() TNI/POLRI
() Pegawai Swasta/BUMN
() Wirausaha
() Pelajar/Mahasiswa
() Lainnya

Lampiran 5 Dokumen Daftar Pernyataan

Promosi Media Sosial Instagram (X₁)

No	Pernyataan	Jawaban Pertanyaan				
		SS	S	KS	TS	STS
Context (Konteks)						
1.	Saya merasa tampilan foto/video produk yang diunggah di media sosial Instagram Cafe Kopi Biji Ciamis terlihat menarik dan menggugah selera.					
2.	Saya merasa informasi seperti harga, promo, dan alamat lokasi Cafe Kopi Biji Ciamis disampaikan dengan sangat jelas di profil media sosial instagramnya.					
Communication (Komunikasi)						
3.	Saya merasa informasi yang diberikan melalui media sosial membantu saya memahami produk dan layanan Cafe Kopi Biji Ciamis.					
4.	Cafe Kopi Biji Ciamis rutin membagikan informasi terkini (seperti perubahan jam buka atau menu baru) melalui Instagram <i>Story</i> .					
5.	Admin media sosial Cafe Kopi Biji mampu menanggapi pertanyaan, atau keluhan konsumen dengan solusi yang responsif dan memuaskan.					
Collaboration (Kolaborasi)						
6.	Cafe Kopi Biji Ciamis melibatkan konsumen dalam aktivitas promosi di media sosial Instagram seperti giveaway atau event.					
7.	Saya merasa sangat dihargai ketika akun media sosial Cafe Kopi Biji mengunggah ulang (<i>repost</i>) foto atau video kunjungan saya.					
Connection (Koneksi)						
8.	Promosi di media sosial Instagram Cafe Kopi Biji Ciamis mendorong saya untuk kembali berkunjung ke cafe.					
9.	Pembaruan konten harian yang konsisten dari media sosial Cafe Kopi Biji membuat saya selalu ingat dengan cafe ini.					
10.	Cafe Kopi Biji Ciamis selalu menjadi pilihan utama saya ketika sedang mencari tempat ngopi.					

Word of Mouth (X₂)

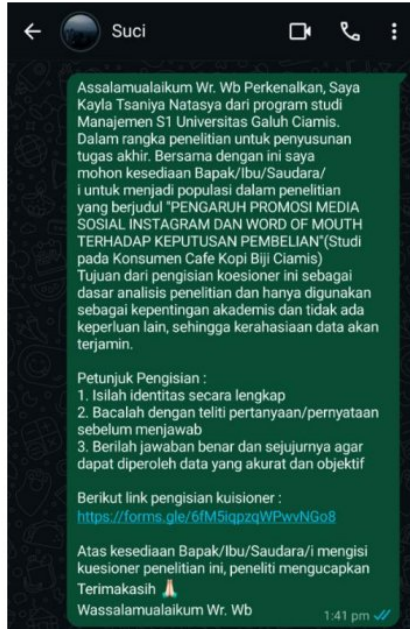
No	Pernyataan	Jawaban Pertanyaan				
		SS	S	KS	TS	STS
Talkers (Pembicara)						
1.	Saya sering merekomendasikan Cafe Kopi Biji Ciamis kepada teman, keluarga, atau rekan kerja saya.					
2.	Teman/kerabat saya sering membicarakan tentang Cafe Kopi Biji Ciamis.					
Topics (Topik)						
3.	Saya sering membicarakan promo atau diskon spesial yang ditawarkan oleh Cafe Kopi Biji Ciamis kepada teman saya.					
4.	Cita rasa kopi dan varian menu baru di Cafe Kopi Biji Ciamis menjadi pembicaraan yang menarik bagi saya.					
Tools (Alat)						
5.	Informasi lokasi dan menu Cafe Kopi Biji Ciamis mudah diakses secara online sehingga memudahkan saya menunjukkannya kepada teman.					
6.	Tersedianya spot foto yang menarik mendorong saya untuk memotret dan memamerkannya di media sosial.					
Talking Part (Partisipasi)						
7.	Saya aktif memberikan komentar, <i>like</i> , atau <i>share</i> pada postingan media sosial Instagram Cafe Kopi Biji Ciamis.					
8.	Percakapan mengenai Cafe Kopi Biji Ciamis dengan teman-teman sering kali berlanjut menjadi rencana untuk mengunjungi cafe tersebut secara bersama.					
Tracking (Pengawasan)						
9.	Saya melihat Cafe Kopi Biji Ciamis selalu membalas ulasan (<i>review</i>) pelanggan di media sosial Instagramnya.					
10.	Saya menyadari bahwa Cafe Kopi Biji Ciamis sering melakukan peningkatan kualitas layanan berdasarkan masukan yang diberikan oleh para pelanggannya.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

REFUTUSAN PEMBELIAN (1)

No	Pernyataan	Jawaban Pertanyaan				
		SS	S	KS	TS	STS
Pengenalan Masalah						
1.	Saya menyadari kebutuhan untuk berkunjung ke Cafe Kopi Biji Ciamis setelah melihat promosi yang menarik.					
2.	Saya membutuhkan tempat yang nyaman untuk bersantai atau bekerja, sehingga terpikir untuk mengunjungi Cafe Kopi Biji Ciamis.					
Pencarian Informasi						
3.	Saya mencari informasi mengenai varian menu dan harga di Cafe Kopi Biji Ciamis melalui media sosial Instagram sebelum berkunjung.					
4.	Saya memastikan informasi mengenai lokasi persis dan jam operasional Cafe Kopi Biji Ciamis sebelum saya berangkat.					
Evaluasi Alternatif						
5.	Saya mempertimbangkan Cafe Kopi Biji Ciamis sebagai pilihan terbaik karena menawarkan suasana yang lebih unggul dibandingkan tempat lain.					
6.	Lokasi Cafe Kopi Biji Ciamis yang mudah dijangkau dan fasilitas yang memadai membuatnya lebih menarik dibandingkan cafe lain.					
Keputusan Pembelian						
7.	Saya memutuskan untuk membeli produk di Cafe Kopi Biji Ciamis karena sesuai dengan selera saya.					
8.	Kemudahan proses pemesanan dan metode pembayaran di Cafe Kopi Biji Ciamis semakin memantapkan keputusan saya untuk membeli.					
Perilaku Pasca Pembelian						
9.	Saya merasa puas dengan produk yang saya beli di Cafe Kopi Biji Ciamis sehingga saya berniat untuk berkunjung kembali di masa mendatang.					
10.	Tingkat kepuasan yang saya dapatkan membuat saya menjadikan Cafe Kopi Biji Ciamis sebagai prioritas utama ke depannya.					

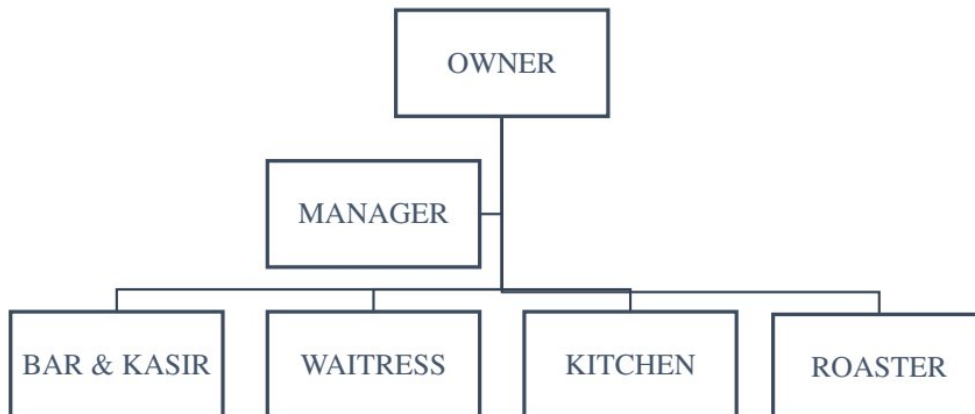
Lampiran 6 Foto Dokumentasi



Lampiran 7 Populasi Konsumen Cafe Kopi Biji Ciamis

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	2.038
2	Februari	1.680
3	Maret	2.045
4	April	2.334
5	Mei	2.134
6	Juni	1.996
7	Juli	2.273
8	Agustus	1.991
9	September	1.928
10	Oktober	2.109
11	November	1.924
12	Desember	22.219
TOTAL		44.671

Lampiran 8 Struktur Organisasi Cafe Kopi Biji Ciamis



Lampiran 9 Visi Misi Cafe Kopi Biji Ciamis

1. Visi Cafe Kopi Biji Ciamis

Menjadi brand yang menginspirasi setiap orang untuk menemukan rasa khas mereka dalam setiap sajian yang Kopi Biji hadirkan.

2. Misi Cafe Kopi Biji Ciamis

- a. Mengembangkan inovasi dalam produk Food & Beverage di wilayah Kabupaten Ciamis bahkan luar wilayah Kabupaten ciamis.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan maksimal.
- c. Memeberikan kepuasan pada pelanggan yang baik dan optimal.
- d. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah sekitar khususnya di wilayah Kabupaten Ciamis.
- e. Melakukan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien baik secara *online* ataupun offline.
- f. Menumbuhkan rasa kepedulian, kerja sama, saling menghargai dan memepertahankan keselarasan antar karyawan terhadap perusahaan.
- g. Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan sumber daya manusia untuk mencapai keahlian yang maksimal sesuai dengan keahliannya masing-masing.

Lampiran 10 Data Identitas Responden Cafe Kopi Biji Ciamis

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
1	Perempuan	<20 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
2	Perempuan	>35 Tahun	SMA/SMK	Wirausaha
3	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
4	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
5	Perempuan	<20 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
6	Perempuan	<20 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
7	Perempuan	<20 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
8	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
9	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
10	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
11	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
12	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
13	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
14	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
15	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
16	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
17	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
18	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
19	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Wirausaha
20	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	PNS
21	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
22	Laki-Laki	31-35 Tahun	SMA/SMK	Wirausaha
23	Perempuan	>35 Tahun	SMA/SMK	Wirausaha
24	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
25	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Wirausaha
26	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
27	Perempuan	<20 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
28	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
29	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Lainnya
30	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
31	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
32	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
33	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
34	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
35	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
36	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
37	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
38	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
39	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
40	Laki-Laki	>35 Tahun	SD/SMP	Wirausaha
41	Perempuan	>35 Tahun	SMA/SMK	Lainnya
42	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Lainnya
43	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
44	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
45	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
46	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
47	Laki-Laki	>35 Tahun	SD/SMP	Wirausaha
48	Perempuan	>35 Tahun	SD/SMP	Wirausaha
49	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
50	Laki-Laki	31-35 Tahun	SMA/SMK	Pegawai Swasta/BUMN
51	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
52	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
53	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
54	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
55	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
56	Laki-Laki	<20 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
57	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
58	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	PNS
59	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Lainnya
60	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
61	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
62	Laki-Laki	<20 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
63	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
64	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
65	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
66	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
67	Laki-Laki	<20 Tahun	SD/SMP	TNI/POLRI
68	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
69	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
70	Laki-Laki	31-35 Tahun	Sarjana (D3/S1)	PNS
71	Laki-Laki	31-35 Tahun	SMA/SMK	TNI/POLRI
72	Laki-Laki	>35 Tahun	SD/SMP	Wirausaha
73	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
74	Laki-Laki	31-35 Tahun	Sarjana (D3/S1)	PNS
75	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
76	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Wirausaha
77	Perempuan	<20 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
78	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Wirausaha
79	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa
80	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
81	Laki-Laki	26-30 Tahun	SMA/SMK	Wirausaha
82	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
83	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Wirausaha
84	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Wirausaha
85	Laki-Laki	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
86	Laki-Laki	>35 Tahun	SD/SMP	Lainnya
87	Laki-Laki	26-30 Tahun	SMA/SMK	Lainnya
88	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
89	Perempuan	31-35 Tahun	Sarjana (D3/S1)	PNS
90	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pelajar/Mahasiswa
91	Laki-Laki	31-35 Tahun	Sarjana (D3/S1)	PNS
92	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
93	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	PNS
94	Perempuan	20-25 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Lainnya
95	Laki-Laki	31-35 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Wirausaha
96	Laki-Laki	31-35 Tahun	SMA/SMK	PNS
97	Perempuan	31-35 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
98	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN
99	Perempuan	26-30 Tahun	SMA/SMK	Wirausaha
100	Laki-Laki	31-35 Tahun	Sarjana (D3/S1)	Pegawai Swasta/BUMN

Lampiran 11 Jawaban Responden Promosi Media Sosial Instagram (X₁)

No. Responden											Total X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
2	4	5	4	4	3	3	5	5	3	4	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45
5	5	4	5	3	4	3	4	5	4	4	41
6	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
7	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	41
8	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	40
9	5	4	4	4	3	4	2	2	4	4	36
10	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
11	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	44
14	4	5	3	4	5	5	4	4	3	4	41
15	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	42
16	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	40
17	4	4	5	3	2	4	5	5	4	4	40
18	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
19	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	42
20	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
21	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	45

No. Responden											Total X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
23	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	40
24	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	43
25	1	2	4	4	5	4	3	1	5	5	34
26	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	37
31	4	4	5	3	3	3	5	5	3	4	39
32	3	5	5	3	2	4	4	1	4	3	34
33	5	2	3	4	2	3	4	1	2	2	28
34	5	4	5	4	5	4	5	4	3	2	41
35	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
38	4	5	4	5	4	5	5	4	3	2	41
39	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	37
40	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	42
41	5	4	4	4	3	2	4	5	5	5	41
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
44	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	43
45	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	35
46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
47	3	4	5	5	4	4	5	5	4	3	42
48	5	5	4	4	4	3	5	5	3	3	41
49	4	5	5	3	3	3	5	4	5	3	40
50	4	5	5	4	3	4	5	3	4	3	40
51	4	5	4	3	3	3	5	4	4	4	39
52	5	4	4	3	3	2	4	5	4	4	38
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	4	5	3	4	2	4	4	4	4	5	39
55	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
56	4	5	2	2	3	2	3	5	3	1	30
57	5	5	4	4	3	3	5	4	4	3	40
58	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	41
59	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	41

No. Responden											Total X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
60	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	41
64	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	39
65	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	36
66	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	40
67	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	22
68	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	41
69	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	39
70	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	39
71	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	41
72	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
74	4	4	5	5	3	3	4	4	5	3	40
75	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	43
76	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
77	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
78	5	4	4	1	5	3	2	5	5	5	39
79	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	38
80	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
81	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
82	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
83	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	34
84	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
85	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	41
86	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
87	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	39
88	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	39
89	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	40
90	5	5	4	3	3	3	5	4	4	1	37
91	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	38
92	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
93	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	45
94	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
95	3	3	3	5	5	5	5	4	5	5	43
96	2	2	2	3	3	5	5	5	5	4	36
97	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	40
98	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	41
99	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
100	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	40
Total	422	425	418	404	379	380	428	414	404	386	4060

Lampiran 12 Uji Validitas Promosi Media Sosial Instagram (X₁)

Frekuensi										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	38	40	35	26	21	19	42	36	25	24
4	52	50	51	56	44	49	47	52	57	46
3	6	5	11	15	29	25	8	6	15	24
2	2	5	3	2	5	7	3	2	3	4
1	2	0	0	1	1	0	0	4	0	2
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Validitas										
Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
V	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
K	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Lampiran 13 Jawaban Responden *Word Of Mouth* (X₂)

No. Responden											Total X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	3	3	4	5	5	3	4	4	5	40
2	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	41
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	4	3	5	5	4	5	4	5	41
5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	43
6	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
7	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	42
8	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	41
9	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	43
10	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
11	4	3	5	4	5	4	3	4	4	5	41
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	43
14	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
15	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	37
16	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	44
17	3	5	4	4	2	5	4	5	3	5	40
18	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
19	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
20	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48

No. Responden											Total X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
21	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	45
22	3	2	5	2	3	2	3	2	3	2	27
23	4	4	2	4	5	3	4	4	5	4	39
24	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	44
25	5	4	4	5	1	1	5	5	4	4	38
26	3	3	3	4	4	5	2	4	4	4	36
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	41
31	4	4	3	3	5	2	3	3	4	4	35
32	4	5	3	3	5	5	5	5	3	4	42
33	3	3	2	4	4	2	2	4	3	2	29
34	4	5	3	2	4	5	4	5	4	5	41
35	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
36	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
37	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
38	3	3	5	3	4	4	2	3	3	4	34
39	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	39
40	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
41	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	40
44	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
45	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36
46	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	41
47	5	5	3	4	5	3	4	4	4	5	42
48	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	40
49	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	42
50	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	40
51	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	37
52	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	36
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
55	4	3	4	5	4	5	3	5	4	4	41
56	5	3	4	2	1	3	1	3	5	1	28
57	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	38

No. Responden											Total X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
58	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	40
59	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
60	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
61	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	41
64	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	36
65	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	35
66	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
67	3	2	1	4	3	2	1	3	2	1	22
68	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	38
69	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	38
70	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	39
71	4	4	4	5	5	2	4	4	3	5	40
72	4	4	4	5	5	3	4	4	3	5	41
73	3	3	3	5	5	3	4	4	4	5	39
74	4	4	4	5	5	2	4	4	3	5	40
75	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	45
76	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	3	2	4	2	3	1	1	5	5	31
79	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
80	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	37
81	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	35
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	3	4	3	3	5	3	4	4	5	4	38
86	4	4	5	5	5	3	5	3	3	3	40
87	3	3	3	4	4	5	4	4	3	5	38
88	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
89	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	44
90	2	3	4	4	4	3	1	3	4	4	32
91	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	40
92	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
93	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

No. Responden											Total X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
95	3	2	3	5	5	5	5	3	5	5	41
96	3	3	3	5	4	5	4	3	5	5	40
97	2	2	3	5	4	4	4	4	4	5	37
98	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
99	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	40
100	4	4	3	5	4	4	2	4	4	4	38
Total	398	385	382	418	429	397	377	404	401	429	4020

Lampiran 14 Uji Validitas *Word Of Mouth* (X₂)

Frekuensi										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	23	21	16	35	44	32	22	23	24	41
4	54	47	55	51	47	41	46	61	54	53
3	21	28	25	11	5	20	23	14	21	2
2	2	4	3	3	2	6	5	1	1	2
1	0	0	1	0	2	1	4	1	0	2
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Validitas										
Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
V	0.5	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6	0.7	0.7	0.5	0.6
K	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Lampiran 15 Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y)

No. Responden											Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
6	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	42
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
8	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
9	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	45
10	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	45

No. Responden											Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11	5	4	5	5	3	3	4	5	4	4	42
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	46
14	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
15	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
16	5	4	4	3	2	4	5	4	4	4	39
17	3	4	5	4	4	4	1	5	4	3	37
18	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
19	5	4	2	5	3	4	4	4	3	2	36
20	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
21	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
22	4	3	3	2	2	2	2	1	2	3	24
23	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	44
24	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	45
25	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	44
26	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	5	3	3	4	5	5	3	40
31	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	44
32	4	3	5	3	2	1	5	5	5	5	38
33	4	2	2	3	3	3	4	2	5	2	30
34	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
35	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	46
36	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	37
39	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
40	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
41	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
44	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
45	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36
46	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
47	4	5	5	5	3	5	4	5	3	3	42

No. Responden											Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
48	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	42
49	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	43
50	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	46
51	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	43
52	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	38
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
55	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
56	5	2	4	4	5	1	3	3	1	3	31
57	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3	41
58	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	42
59	4	4	2	3	4	5	5	5	4	4	40
60	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
61	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	46
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	4	3	4	4	5	4	4	3	5	5	41
64	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
65	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	37
66	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
67	1	1	2	2	3	3	1	2	1	3	19
68	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
69	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	39
70	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	40
71	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	43
72	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	45
73	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	42
74	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	44
75	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	43
76	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
79	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	42
80	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
81	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	44
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

No. Responden											Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
85	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
86	4	5	4	5	5	5	4	3	3	3	41
87	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	43
88	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	42
89	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	41
90	4	2	4	3	3	5	3	5	3	4	36
91	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	43
92	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	45
93	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	42
94	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
95	5	5	4	4	5	5	4	4	5	2	43
96	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	45
97	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
98	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
99	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
100	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
Total	420	421	431	435	417	418	414	434	412	393	4195

Lampiran 16 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Frekuensi										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	29	36	45	46	38	35	30	46	28	24
4	64	54	45	45	44	53	59	46	61	48
3	6	6	6	7	15	9	8	5	8	25
2	0	3	4	2	3	1	1	2	1	3
1	1	1	0	0	0	2	2	1	2	0
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Validitas										
Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
V	0.4	0.6	0.4	0.6	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
K	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Lampiran 17 Korelasi Promosi Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian, *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi Media Sosial Instagram dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian

		Correlations		
		Promosi Media Sosial Instagram	Word of Mouth	Keputusan Pembelian
Promosi Media Sosial Instagram	Pearson Correlation	1	.778**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Word of Mouth	Pearson Correlation	.778**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.798**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Lampiran 18 Regresi Promosi Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.634	2.876

a. Predictors: (Constant), Promosi Media Sosial Instagram

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1424.278	1	1424.278	172.220	.000 ^b
	Residual	810.472	98	8.270		
	Total	2234.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi Media Sosial Instagram

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.608	2.406		4.410	.000
	Promosi Media Sosial Instagram	.771	.059	.798	13.121	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 19 Regresi *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.588	3.051

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1322.577	1	1322.577	142.092	.000 ^b
	Residual	912.173	98	9.308		
	Total	2234.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word of Mouth

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	10.766	2.634		.000
	Word of Mouth	.775	.065	.769	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 20 Regresi Promosi Media Sosial Instagram dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.687	2.660

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Promosi Media Sosial Instagram

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1548.317	2	774.159	109.083	.000 ^b
	Residual	686.433	97	7.077		
	Total	2234.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Promosi Media Sosial Instagram

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.864	2.398		.005
	Promosi Media Sosial Instagram	.489	.087	.506	.000
	Word of Mouth	.378	.090	.375	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Kayla Tsaniya Natasya
Tempat, Tanggal Lahir : Ciamis, 14 September 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Cijeungjing, Kabupaten Ciamis
Email : kaylatsaniya14@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD Negeri 7 Ciamis : 2010-2016
SMP Negeri 2 Ciamis : 2016-2019
SMA Negeri 2 Ciamis : 2019-2022
Universitas Galuh Ciamis : 2022-2026