

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 S.K Bimbingan



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 : 2652/34/ST/AK/D/X/2025

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

Nama : **Dr. H. Yusup Iskandar, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing I
Nama : **Marlina Nur Lestari, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **NADYA PARAMITHA**
NIM : 3402220029
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) TERHADAP PURCHASE DECISION PRODUK THE ORIGINOTE PADA GENERASI Z DITIKTOK**

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

Tembusan :

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

Lampiran 2 Surat Ijin 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 : 3285/34/SP/AK/DI/XII/2025
 Lampiran : -
 Perihal : Ijin Penelitian Skripsi

Kepada
 Yth.
 Kepala Desa Babakan Kabupaten Pangandaran
 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	: Nadya Paramitha
Nomor Pokok / NIM	: 3402220029
Asal Program Studi	: Manajemen
Tempat Tanggal Lahir	: Ciamis, 30 Januari 2004
Telepon / HP	: 082117855579
Alamat	: Bojong Karekes RT 04 RW 13 Desa Babakan Kecamatan Pangandaran
Lamanya Penelitian	: Desember 2025 s/d Februari 2026
Judul Penelitian	: Pengaruh Social Media Marketing dan User Generated Content (UGC) Terhadap Purchase Decision Produk The Originote Pada Generasi Z di TikTok (Suatu Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok di Desa Babakan, Pangandaran)

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

Ciamis, 01 Desember 2025

a.n Dekan,
 Wakil Dekan I



 Sun Hediyo, S.Pd., M.M.
 NRP. 312770081

Lampiran 3 Surat Balasan Ijin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN PANGANDARAN
KECAMATAN PANGANDARAN
DESA BABAKAN

Jalan Raya Babakan No.100 Kabupaten Pangandaran 46396
Email : pemdesbabakan100@gmail.com

Kepada :
Yth. **Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi**
Universitas Galuh
Di-
Tempat

Babakan, 06 Januari 2026

SURAT IZIN REKOMENDASI

Nomor : 421.7 / 01 / DS/II/2026

Disampaikan dengan hormat, bahwa berdasarkan surat dari Wakil Ketua Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Nomor : 3285/34/SP/AK/DI/XII/2025, Tertanggal 01 Desember 2025 perihal Ijin Penelitian Skripsi di Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran dalam rangka penelitian dengan judul Pengaruh Social Media Marketing dan User Generated Content (UGC) Terhadap Purchase Decisiton Produk The Originote Pada Generasi Z di TikTok (Suatu Studi Pada Generasi Z Pengguna TikTok di Desa Babakan, Pangandaran) yang akan dilaksanakan mulai Desember 2025 s/d Februari 2026.

Sehubungan dengan hal tersebut, bahwa dalam rangka mendukung serta untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan tersebut, kami Pemerintah Desa Babakan Tidak Kebertan serta Memberikan Rekomendasi/Izin, Kepada :

Nama : **NADYA PARAMITHA**
NIM : 3402220029
Asal Program Studi : Manajemen
Tempat, Tgl Lahir : Ciamis, 30-01-2004
Telpon/HP : 082117855579
Alamat : Dusun Bojongkarekes RT.004 RW.013 Desa Babakan
Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran

Untuk melaksanakan kegiatan diwilayah desa kami, dengan Ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

1. Agar memperhatikan ketertiban umum dan keamanan;
2. Selalu Berkoordinasi dengan Ketua atau Lembaga yang ada dilingkungan setempat.

Demikian rekomendasi ini kami sampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Tembusan kepada :

- Yth. 1. Camat Pangandaran
2. BPD Desa Babakan

Lampiran 4 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *USER GENERATED CONTENT* PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK THE ORIGINOTE

(Suatu Studi Pada Konsumen The Originote di Desa Babakan, Pangandaran)

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Nadya Paramitha mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yang sedang melakukan penelitian skripsi berjudul "Pengaruh *Social Media Marketing* dan *User Generated Content* pada Aplikasi Tiktok terhadap *Purchase Decision* Produk The Originote (Suatu Studi Pada Konsumen The Originote di Desa Babakan, Pangandaran)". Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui bagaimana pengaruh sosial media marketing dan konten buatan pengguna terhadap keputusan pembelian konsumen yang ada di Desa Babakan pada produk The Originote melalui aplikasi TikTok.

Seluruh jawaban Saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik saja. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, jadi silakan menjawab sesuai kondisi dan pengalaman pribadi secara jujur dan apa adanya.

Terima kasih banyak atas bantuan dan kesediannya. Partisipasi Saudara/i sangat berarti untuk kelancaran penelitian saya.

A. Identitas Responden

1. Nama :

2. Jenis kelamin :

☐ Perempuan

☐ Laki-laki

3. Usia :

☐ <20 tahun

☐ 31-40 tahun

☐ 20-30 tahun

☐ >40 tahun

4. Pekerjaan

- ☐ Pelajar/ Mahasiswa ☐ Karyawan Swasta
☐ Wirausaha ☐ Lainnya
☐ PNS

5. Apakah anda berdomisili di Desa Babakan, Kecamatan Pangandaran, Provinsi Jawa Barat?

- ☐ Ya ☐ Tidak

6. Apakah anda memiliki akun TikTok yang aktif?

- ☐ Ya, aktif digunakan setiap hari / beberapa kali seminggu
☐ Ya, tetapi jarang digunakan
☐ Tidak memiliki akun TikTok

7. Apakah Anda mengetahui dan pernah menggunakan produk The Originote?

- ☐ Ya, pernah menggunakan dan masih aktif menggunakan
☐ Ya, pernah menggunakan tetapi sudah berhenti
☐ Belum pernah menggunakan, tetapi mengenal produknya
☐ Tidak mengenal produk ini sama sekali

8. Apakah anda pernah melakukan transaksi pembelian produk The Originote minimal sebanyak 1 kali.

- ☐ Ya, sudah pernah membeli
☐ Tidak, belum pernah membeli (pengisian kuesioner berhenti di sini —terima kasih)

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Saudara/i hanya dapat memilih satu pilihan jawaban saja sesuai dengan pendapat saudara/i. Jika menurut saudara/i tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban dapat diberikan pada pilihan yang paling mendekati. Pernyataan-pernyataan tersebut berkaitan dengan penelitian penulis.

Adapun pendapat yang saudara/i berikan mempunyai skor atau nilai sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Ragu-Ragu (RG)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

C. Variabel Penelitian

Pernyataan Variabel *Social Media Marketing* (X₁)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)
A. Content Creation (pembuatan konten)						
1	Konten TikTok resmi The Originote menyajikan informasi produk (bahan, manfaat, cara pakai) secara lengkap dan mudah dipahami.					
2	Tampilan visual konten TikTok The Originote (warna, desain, estetika) mencerminkan identitas brand secara konsisten dan menarik.					
3	Setelah menonton konten TikTok The Originote, saya merasa percaya terhadap kualitas dan keamanan produknya.					
B. Content Sharing (pembagian konten)						
4	Konten The Originote secara rutin muncul di halaman FYP (For You Page) TikTok saya tanpa saya mencarinya.					
5	Saya menemukan konten The Originote melalui postingan atau re-share dari teman, keluarga, atau influencer yang saya ikuti.					
6	Konten TikTok The Originote cukup menarik sehingga saya terdorong untuk membagikannya ke orang lain.					
C. Connection (membangun koneksi)						
7	Akun TikTok The Originote aktif merespons komentar dan pertanyaan konsumen dengan cepat dan relevan.					
8	Konten The Originote mendorong saya untuk berinteraksi secara aktif (like, comment, share, atau follow akun).					
9	Saya merasa ada kedekatan dan koneksi emosional dengan brand The Originote melalui konten TikTok-nya.					

D. Community Building (pembangunan komunitas)						
10	Saya mengetahui adanya komunitas pengguna The Originote yang aktif berdiskusi di TikTok (kolom komentar, duet, stitch, dll.).					
11	Konten TikTok The Originote berhasil menciptakan percakapan dan diskusi yang positif di antara sesama penggunanya.					
12	Keberadaan komunitas pengguna aktif The Originote di TikTok meningkatkan rasa kepercayaan saya terhadap brand ini.					

Pernyataan Variabel User Generated Content (X₂)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)
A. Content Authenticity (keunikan/keaslian konten)						
1	Konten buatan pengguna (review, unboxing, tutorial) tentang The Originote di TikTok menampilkan pengalaman nyata yang tidak terlihat dibuat-buat.					
2	Testimoni dan ulasan pengguna The Originote di TikTok tampak jujur, termasuk menyebutkan kekurangan produk secara objektif.					
3	Keaslian konten buatan pengguna tentang The Originote membuat saya lebih percaya dibanding iklan resmi brand itu sendiri.					
B. Content Interestigness (daya tarik konten)						
4	Konten buatan pengguna tentang The Originote di TikTok disajikan dengan cara yang menarik, kreatif, dan tidak membosankan.					
5	Setelah menonton konten buatan pengguna tentang The Originote, saya merasa ingin mencari tahu lebih dalam tentang produknya.					
6	Format video yang digunakan pengguna (GRWM, sebelum-sesudah, review langsung) membuat konten The Originote lebih mudah saya pahami.					

C. Content Usefulness (kegunaan konten)						
7	Konten buatan pengguna memberikan informasi detail tentang kelebihan dan kekurangan The Originote yang tidak saya temukan di iklan resminya.					
8	Konten buatan pengguna menjawab keraguan atau pertanyaan saya tentang produk The Originote sebelum saya membelinya.					
9	Informasi dari konten buatan pengguna di TikTok menjadi referensi utama saya dalam memutuskan membeli produk The Originote.					
D. Content Valence (kemampuan konten)						
10	Konten buatan pengguna tentang The Originote di TikTok umumnya bermuatan positif dan membuat saya merasa optimis terhadap produk ini.					
11	Setelah menonton banyak konten buatan pengguna, saya merasa yakin bahwa The Originote adalah pilihan produk yang tepat untuk saya.					
12	Testimoni positif dari pengguna nyata di TikTok lebih meyakinkan saya untuk membeli The Originote dibanding sekadar melihat harga atau tampilannya.					

Pernyataan Variabel *Purchase Decision* (Y)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)
A. Pilihan Produk						
1	Saya memilih varian produk The Originote tertentu (misalnya moisturizer, sunscreen, serum) berdasarkan informasi yang saya temukan di TikTok.					
2	Keberagaman varian produk The Originote yang ditampilkan di TikTok membantu saya					

	menemukan produk yang sesuai dengan jenis dan kondisi kulit saya.					
B. Pilihan Merek						
3	Konten TikTok (baik dari brand maupun pengguna) meningkatkan kepercayaan saya bahwa The Originote adalah merek skincare yang berkualitas dan terpercaya.					
4	Saya lebih memilih The Originote dibanding merek skincare lokal lain karena citra positif yang terbentuk dari konten-konten di TikTok.					
C. Pilihan Penyalur						
5	Platform penjualan The Originote (TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, atau toko offline) mudah saya akses dan navigasi.					
6	Kemudahan menemukan dan membeli produk The Originote melalui link yang ada di TikTok mempengaruhi keputusan pembelian saya.					
D. Waktu Pembelian						
7	Saya melakukan pembelian The Originote secara berkala karena kebutuhan rutin, bukan hanya karena sedang viral di TikTok.					
8	Promosi, diskon, atau campaign TikTok Shop (seperti Harbolnas atau flash sale) menjadi pemicu saya segera melakukan pembelian The Originote.					
E. Jumlah Pembelian						
9	Saya membeli produk The Originote dalam jumlah sesuai kebutuhan kulit saya, bukan karena tekanan tren atau viral semata.					
10	Penawaran paket bundling atau promo "beli 2 gratis 1" yang sering muncul di TikTok Shop mempengaruhi jumlah produk The Originote yang saya beli.					
F. Metode Pembayaran						
11	Ketersediaan berbagai metode pembayaran (COD, transfer,					

	dompet digital, cicilan) di platform tempat saya membeli The Originote memudahkan transaksi saya.					
12	Kemudahan metode pembayaran di TikTok Shop atau e-commerce lain mendorong saya untuk segera menyelesaikan pembelian The Originote.					

Terima kasih atas waktu dan partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini. Jawaban Anda sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Anda. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Nadya Paramitha

Lampiran 5 Data Hasil Kuesioner Variabel *Social Media Marketing*

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	51
2	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	51
3	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	53
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
7	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	3	48
8	3	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	48
9	4	4	5	3	4	4	4	2	4	4	5	5	48
10	5	5	4	2	4	4	3	2	2	4	4	5	44
11	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	47
12	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	40
13	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	4	42
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
15	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42
16	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
18	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	43
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	45
20	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	44
21	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
23	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
24	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	37
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
26	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	45
27	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
28	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
30	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	43
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
32	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
33	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
36	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	56
40	2	3	3	1	2	4	1	1	1	3	4	3	28

41	1	2	2	4	3	1	3	1	1	2	2	2	24
42	3	1	1	3	1	3	3	3	3	1	1	1	24
43	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	42
44	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	47
45	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	41
46	3	4	4	4	3	4	2	2	1	2	3	2	34
47	3	4	4	4	4	3	5	4	1	3	4	4	43
48	5	4	4	5	5	4	5	5	2	4	5	5	53
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	37
50	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
51	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	44
52	4	4	4	3	2	4	3	2	4	4	4	3	41
53	3	4	5	5	4	4	4	4	2	4	3	3	45
54	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	33
55	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	31
56	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	39
57	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	44
58	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	38
59	4	3	3	4	4	3	2	1	2	3	4	3	36
60	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	42
61	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	40
62	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	5	4	43
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
64	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	33
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
66	3	3	3	3	2	1	2	2	1	2	2	2	26
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
68	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
69	1	1	2	1	3	1	2	2	1	2	2	2	20
70	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	24
71	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	28
72	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	30
73	2	2	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	29
74	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	33
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
76	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	32
77	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35
78	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	36
79	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
80	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	33
81	3	3	4	4	2	2	2	4	3	4	3	3	37
82	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	43

Lampiran 6 Data Hasil Kuesioner Variabel *User Generated Content*

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
7	5	4	4	4	5	3	4	3	2	5	4	2	45
8	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	53
9	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	57
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	47
12	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	43
13	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46
14	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	44
15	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	45
20	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	50
21	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	46
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	46
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
30	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	44
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	1	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	34

41	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	26
42	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
43	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	43
44	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	44
45	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	41
46	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	44
47	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	44
48	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	54
49	4	3	2	2	4	4	3	4	3	3	2	1	35
50	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	36
51	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	42
52	3	2	3	4	3	3	2	5	3	1	4	3	36
53	3	2	3	1	3	3	2	4	3	4	4	3	35
54	3	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	36
55	4	4	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	32
56	3	3	2	3	4	3	1	3	3	3	2	2	32
57	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	42
58	2	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	35
59	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	40
60	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	44
61	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	45
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
65	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	29
66	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	27
67	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	27
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
69	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	25
70	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	23
71	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	27
72	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	32
73	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	29
74	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	29
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	37
78	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
79	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	2	3	35
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
81	3	3	3	3	4	3	4	2	2	2	3	2	34
82	4	4	2	4	3	4	4	4	2	3	4	4	42

83	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	42
84	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	39
85	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	36
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	5	5	40
88	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	34
89	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	32
90	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
91	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	42
92	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	45
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
94	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	45
95	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	43
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47

Lampiran 7 Data Hasil Kuesioner Variabel *Purchase Decision*

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	54
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	53
4	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	5	60
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
7	3	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	49
8	4	5	4	2	4	4	2	4	5	3	4	4	45
9	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	58
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
11	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	47
12	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	46
13	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	47
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
16	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	49
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	4	4	4	3	4	5	3	5	3	5	4	4	48
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	46
21	4	4	4	3	4	4	2	3	2	4	4	4	42
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
25	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	50
26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
27	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	48
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
31	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
32	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	2	2	3	3	3	4	1	2	3	3	2	2	30

41	1	3	2	1	2	2	3	1	1	2	3	3	24
42	3	3	1	3	3	1	1	4	3	1	1	1	25
43	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	41
44	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	43
45	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	41
46	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	46
47	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
48	5	4	5	5	4	4	5	4	5	2	5	5	53
49	3	3	2	3	5	4	3	2	2	3	2	4	36
50	2	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	3	25
51	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	46
52	3	2	5	2	3	4	3	3	3	3	2	5	38
53	4	2	5	3	2	3	3	4	3	3	3	3	38
54	3	2	3	2	2	3	2	3	2	1	1	2	26
55	3	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	35
56	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	40
57	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	40
58	2	3	2	2	3	3	5	4	3	3	5	5	40
59	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	43
60	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	47
61	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	44
62	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	48
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
65	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	30
66	2	2	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	28
67	3	3	3	2	3	3	1	1	1	2	3	3	28
68	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	29
69	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	27
70	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	29
71	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	31
72	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	30
73	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	31
74	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
77	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
78	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
79	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	34
80	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	36
81	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	36
82	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	44

83	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
84	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	41
85	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	39
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	58
88	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	46
89	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	26
90	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	30
91	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	26
92	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	46
93	4	4	4	3	4	5	4	5	2	4	4	4	47
94	2	4	4	3	4	4	2	5	3	4	4	3	42
95	4	3	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	53
96	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46

Lampiran 8 Hasil Uji Statistik SPSS Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Purchase Decision

Correlations

		Social Media Marketing	User Generated Content	Purchase Decision
Social Media Marketing	Pearson Correlation	1	.859**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	96	96	96
User Generated Content	Pearson Correlation	.859**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	96	96	96
Purchase Decision	Pearson Correlation	.807**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	96	96	96

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

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.368	2.559		3.661	.000
	Social Media Marketing	.825	.062	.807	13.267	.000

a. Dependent Variable: Purchase Decision

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.652	.648	5.389

a. Predictors: (Constant), Social Media Marketing

Lampiran 9 Hasil Uji Statistik SPSS Pengaruh *User Generated Content* terhadap *Purchase Decision*

Correlations

		Social Media Marketing	User Generated Content	Purchase Decision
Social Media Marketing	Pearson Correlation	1	.859**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	96	96	96
User Generated Content	Pearson Correlation	.859**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	96	96	96
Purchase Decision	Pearson Correlation	.807**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	96	96	96

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

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.816	2.114		2.278	.025
	User Generated Content	.902	.049	.883	18.229	.000

a. Dependent Variable: Purchase Decision

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.780	.777	4.289

a. Predictors: (Constant), User Generated Content

Lampiran 10 Hasil Uji Statistik SPSS Pengaruh *Social Media Marketing* dan *User Generated Content* terhadap *Purchase Decision*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.004	2.121		1.888	.062
	Social Media Marketing	.190	.095	.186	1.995	.049
	User Generated Content	.739	.095	.723	7.754	.000

a. Dependent Variable: Purchase Decision

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.888 ^a	.789	.784	4.223	.789	173.414	2	93	.000

a. Predictors: (Constant), User Generated Content, Social Media Marketing

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.789	.784	4.223

a. Predictors: (Constant), User Generated Content, Social Media Marketing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6183.805	2	3091.903	173.414	.000 ^b
	Residual	1658.153	93	17.830		
	Total	7841.958	95			

a. Dependent Variable: Purchase Decision

b. Predictors: (Constant), User Generated Content, Social Media Marketing

Lampiran 11 Tabel Distribusi Uji 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
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

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
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

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 Tabel Distribusi Uji T

TABEL NILAI KRITIS 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
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

TABEL NILAI KRITIS 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
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258

TABEL NILAI KRITIS 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