

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Bimbingan



UNIVERSITAS GALUH
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 0276/SK/BAH-PT/BAred/5/09/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4502/SK/BAH-PT/BAred/5/09/2020
Jl. RE. Martadinata No. 180 Telp/Fax. (0295) 772660 - 778374 Ciamis 46251

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 1876/34/ST/UK/O/N/2025

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

Nama	: Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M. sebagai Pembimbing I
Nama	: M. Zaki Rahman, S.Ag., M.Ag., M.M. sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama	: EVA FAUZIYAH
NIM	: 3402220361
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: PENGARUH SOCIAL PROOF DAN LIVE STREAMING 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.



Dr. Nurhidana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 3103770079

Terdapat :

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

Lampiran 2 Kuisioner

SURAT PERMOHONAN RESPONDEN

Kepada Yth,
Responden Pengguna TikTok Shop
di -
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Galuh Ciamis, Saya:

Nama : Eva Fauziyah
NIM : 3402220361
Fakultas : Ekonomi
Program Studi: Manajemen

Bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **Pengaruh *Social Proof* Dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Produk Wardah Penggunaa TikTok Shop di Kabupaten Ciamis).**

Mohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i pengguna TikTok Shop di Kabupaten Ciamis untuk mengisi daftar pernyataan berikut ini pada kolom yang tersedia sesuai keadaan yang bapak/ibu/saudara/i rasakan sesungguhnya. Besar harapan saya kiranya jawaban bapak/ibu/saudara/i berikan seobyektif mungkin, karena hal tersebut akan sangat membantu keakuratan data dari penelitian ini.

Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam penelitian ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Eva Fauziyah
3402220361

Petunjuk Pengisian Kuisioner

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama.
2. Jawablah seluruh pertanyaan sesuai pengalaman dan kondisi nyata Anda sebagai pengguna TikTok Shop.
3. Setiap pernyataan dijawab dengan memilih satu angka pada skala berikut.
 5 = Sangat Setuju (SS)
 4 = Setuju (S)
 3 = Netral (N)
 2 = Tidak Setuju (TS)
 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Pilih hanya satu jawaban yang paling mendekati dengan keadaan Anda.
 - Identitas dan jawaban Anda akan dijaga kerahasiaanya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik.

B. Identitas Responden

1. Aktif menggunakan TikTok
☐ Ya ☐ Tidak
2. Tujuan penggunaan TikTok
☐ Akses Konten Video ☐ *Live Streaming* ☐ TikTok Affiliate
☐ Pencarian Informasi Produk ☐ Belanja melalui Tiktok Shop
3. Memiliki pengalaman berbelanja di TikTok Shop
☐ Ya ☐ Tidak
4. Pernah membeli produk Wardah di TikTok Shop
☐ Ya ☐ Tidak
5. Jenis produk wardah yang dibeli di TikTok Shop
 Dibagi menjadi dua yaitu Produk Perawatan Wajah (*Skincare*) dan Produk Kosmetik (*Make up*)
☐ Facial wash ☐ Toner ☐ Serum ☐ Sunscreen ☐ Moisturizer
☐ Lipstik ☐ Cushion ☐ Bedak ☐ Maskara ☐ Eye shadow
6. Frekuensi menonton *Live Streaming* di TikTok Shop
☐ Sering ☐ Kadang-kadang ☐ Jarang
7. Berdomisili di Kabupaten Ciamis
☐ Ya ☐ Tidak
8. Jenis Kelamin
☐ Perempuan ☐ Laki-Laki
9. Tingkatan Usia
☐ 17 - 25 tahun ☐ 26 - 35 tahun ☐ ≥35 tahun
10. Pekerjaan Utama
☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Karyawan Swasta
☐ PNS/BUMN
☐ Wiraswasta
☐ Ibu Rumah Tangga
 Lainnya

Pernyataan Variabel X1 *Social Proof*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Kesadaran (<i>awareness</i>)						
1.	Saya secara sengaja mencari ulasan produk Wardah di TikTok Shop sebagai bahan pertimbangan sebelum membeli.					
2.	Ulasan pengguna TikTok Shop membantu saya memperoleh informasi yang saya butuhkan tentang produk Wardah.					
3.	Keberadaan ulasan membuat saya lebih sadar terhadap kelebihan dan kekurangna produk Wardah di TikTok Shop.					
Frekuensi (<i>frequency</i>)						
4.	Saya sering membaca ulasan produk Wardah di TikTok Shop sebelum memutuskan pembelian.					
5.	Setiap kali ingin membeli produk Wardah di TikTok Shop, saya terbiasa melihat ulasan dari pembeli lain.					
6.	Semakin banyak ulasan tentang produk Wardah di TikTok Shop, semakin besar kepercayaan saya terhadap produk tersebut.					
Perbandingan (<i>Comparison</i>)						
7.	Sebelum membeli saya membandingkan ulasan positif dan ulasan negatif produk Wardah di TikTok Shop.					
8.	Perbedaan pendapat dalam ulasan membuat saya lebih berhati-hati dalam memilih produk Wardah di TikTok Shop.					
9.	Saya membaca beberapa ulasan dari pengguna yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih objektif.					
Pengaruh (<i>Effect</i>)						
10.	Ulasan produk Wardah di TikTok Shop mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk tersebut.					
11.	Saya lebih cenderung membeli produk Wardah yang memiliki ulasan positif di TikTok Shop.					
12.	Ulasan negatif dapat mengurungkan niat saya untuk membeli produk Wardah di TikTok Shop.					

Keterangan : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Pernyataan Variabel X2 *Live Streaming*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Transparansi Informasi						
1.	Informasi yang disampaikan dalam <i>Live Streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop disajikan secara jelas dan mudah dipahami.					
2.	Penjual atau host <i>Live Streaming</i> menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk Wardah secara transparan.					
3.	Transparansi informasi dalam <i>Live Streaming</i> meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk Wardah.					
Interaktivitas						
4.	Saya dapat berinteraksi secara langsung dengan host saat <i>Live Streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop.					
5.	Fitur interaksi (seperti komentar dan tanya jawab) dalam <i>Live Streaming</i> membantu saya memahami produk Wardah.					
6.	Pertanyaan yang saya ajukan selama <i>Live Streaming</i> produk Wardah ditanggapi dengan cepat oleh host.					
Hiburan						
7.	Gaya penyampaian host dalam <i>Live Streaming</i> membuat saya tidak mudah bosan saat menonton.					
8.	<i>Live Streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop disajikan dengan cara yang menarik dan menghibur.					
9.	Saya merasa <i>Live Streaming</i> Wardah memberikan pengalaman yang lebih menarik dibandingkan sekadar melihat halaman produk di TikTok Shop.					

Keterangan : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Pernyataan Variabel Y Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pilihan Produk						
1.	Produk Wardah di TikTok Shop sesuai dengan kebutuhan saya sehingga saya memutuskan untuk membelinya.					
2.	Saya mempertimbangkan berbagai alternatif produk sebelum memilih produk Wardah di TikTok Shop.					
3.	Keunggulan produk Wardah mendorong saya untuk menjadikannya sebagai pilihan utama pembelian.					
Pilihan Merek						
4.	Kepercayaan saya terhadap merek Wardah menjadi alasan utama dalam keputusan pembelian.					
5.	Citra merek Wardah mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produknya di TikTok Shop.					
6.	Saya memilih merek Wardah dibandingkan merek kosmetik lain yang tersedia di TikTok Shop.					
Pilihan Saluran						
7.	Saya memilih TikTok Shop sebagai saluran untuk membeli produk Wardah.					
8.	Fitur yang tersedia di TikTok Shop membuat proses pembelian produk Wardah menjadi lebih efektif.					
9.	Kenyamanan bertransaksi di TikTok Shop mendorong saya memilih saluran ini untuk pembelian produk Wardah.					
Waktu Pembelian						
10.	<i>Live Streaming</i> di TikTok Shop mempengaruhi keputusan saya dalam menentukan waktu pembelian produk Wardah.					
11.	Saya menyesuaikan waktu pembelian produk Wardah dengan kebutuhan pribadi saya.					
12.	Promo atau event tertentu di TikTok Shop mempengaruhi waktu saya membeli produk Wardah.					
Jumlah Pembelian						
13.	Saya memutuskan jumlah produk Wardah yang dibeli di TikTok Shop sesuai dengan kebutuhan saya.					
14.	Promo atau diskon di TikTok Shop mempengaruhi jumlah produk Wardah yang saya beli.					
15.	Saya merasa jumlah produk Wardah yang saya beli di TikTok Shop sudah sesuai dengan pertimbangan saya.					
Metode Pembayaran						
16.	Saya memilih metode pembayaran di TikTok Shop yang paling mudah dan sesuai dengan kebutuhan saya.					
17.	Kemudahan proses pembayaran di TikTok Shop membuat saya yakin untuk menyelesaikan pembelian.					
18.	Saya merasa metode pembayaran yang tersedia di TikTok Shop aman untuk membeli produk Wardah.					

Keterangan : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS)

Lampiran 3 Hasil Jawaban Identitas Responden

NO	Aktif Menggunakan Tiktok	Tujuan Penggunaan Tiktok	Memiliki Pengalaman Berbelanja Di Tiktok Shop	Pernah Membeli Wardah	Jenis Produk Wardah Yg Dibeli	Frekuensi Menonton Live streaming	Domisili Di Kab.Ciamis	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan Utama
1	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Facial wash	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
2	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Sunscrean	Jarang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
3	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Facial wash	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
4	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Lipstik	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Wiraswasta
5	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Cushion	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
6	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Bedak	Jarang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
7	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Toner	Jarang	Ya	Laki-laki	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
8	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Sunscrean	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
9	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Facial wash	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
10	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Lipstik	Jarang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
11	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Sunscrean	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
12	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Facial wash	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Karyawan Swasta
13	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Facial wash	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
14	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Facial wash	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
15	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Sunscrean	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
16	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Cushion	Jarang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa

NO	Aktif Menggunakan Tiktok	Tujuan Penggunaan Tiktok	Memiliki Pengalaman Berbelanja Di Tiktok Shop	Pernah Membeli Wardah	Jenis Produk Wardah Yg Dibeli	Frekuensi Menonton <i>Live streaming</i>	Domisili Di Kab.Ciamis	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan Utama
17	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Sunscrean	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
18	Ya	TikTok Affiliate	Ya	Ya	Cushion	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
19	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Cushion	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
20	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Sunscrean	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
21	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Sunscrean	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Karyawan Swasta
22	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Moistirizer	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
23	Ya	Akses konten video	Ya	Ya	Lipstik	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
24	Ya	<i>Live streaming</i>	Ya	Ya	Bedak	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
25	Ya	TikTok Affiliate	Ya	Ya	Bedak	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
26	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Facial wash	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
27	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Cushion	Jarang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
28	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Cushion	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
29	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Toner	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
30	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Facial wash	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
31	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Sunscrean	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
32	Ya	Pencarian informasi produk	Ya	Ya	Bedak	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa

NO	Aktif Menggunakan Tiktok	Tujuan Penggunaan Tiktok	Memiliki Pengalaman Berbelanja Di Tiktok Shop	Pernah Membeli Wardah	Jenis Produk Wardah Yg Dibeli	Frekuensi Menonton <i>Live streaming</i>	Domisili Di Kab.Ciamis	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan Utama
33	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Cushion	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
34	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Bedak	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
35	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Lipstik	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
36	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Maskara	Sering	Ya	Perempuan	17-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa
37	Ya	Belanja di TikTok Shop	Ya	Ya	Sunscrean	Kadang-kadang	Ya	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan Swasta

Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Identitas Responden

Tujuan Pennggunaaa TikTok	Jumlah	%	Jenis Produk Wardah Yang di Beli	Jumlah	%	Frekuensi Menonton <i>Live streaming</i>	Jumlah	%	Jenis Kelamin	Jumlah	%
Akses konten video	11	30%	Facial wash	8	22%	Sering	11	30%	Perempuan	36	97%
Belanja di TikTok Shop	15	41%	Sunscrean	9	24%	Jarang	6	16%	Laki-laki	1	3%
Pencarian informasi produk	8	22%	Lipstik	4	11%	Kadang-kadang	20	54%			
TikTok Affiliate	2	5%	Cushion	7	19%						
<i>Live streaming</i>	1	3%	Bedak	5	14%						
			Toner	2	5%						
			Moistirizer	1	3%						
			Maskara	1	3%						
			eye shadow	0	0%						
			serum	0	0%						
Total	37	100%	Total	37	100%	Total	37	100%	Total	37	100%

Umur	Jumlah	%	Pekerjaan Utama	Jumlah	%
17-25 tahun	36	97%	Pelajar/Mahasiswa	33	89%
26-35 tahun	1	3%	Wiraswasta	1	3%
≥ 35 tahun	0	0%	Karyawan Swasta	3	8%
			PNS/BUMN	0	0%

Umur	Jumlah	%	Pekerjaan Utama	Jumlah	%
			Ibu Rumah Tangga	0	0%
			Lainnya	0	0%
Total	37	100%	Total	37	100%

Lampiran 5 Jawaban Responden Variabel X₁ *Social Proof*

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
1	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	40
2	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	56
3	1	1	2	2	2	2	3	2	2	5	2	3	27
4	3	5	4	3	5	5	3	1	5	5	3	5	47
5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	47
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
8	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	50
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
10	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	53
11	4	5	5	4	2	4	4	4	5	2	4	4	47
12	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
14	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
15	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
16	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	50
17	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	44
18	3	2	3	3	4	2	3	4	2	4	4	2	36
19	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	41
20	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	55
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
22	4	3	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	49
23	1	5	3	3	4	5	5	5	3	3	4	3	44
24	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
25	4	4	5	3	5	4	3	3	3	4	3	4	45
26	3	2	2	3	2	1	1	1	1	1	2	3	22
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	58
30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	52
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	48
33	4	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	38
34	4	4	2	4	5	5	4	2	2	2	4	5	43
35	4	2	5	5	2	2	4	2	4	2	4	5	41
36	4	4	5	2	2	4	5	2	4	2	4	4	42
37	4	2	4	2	4	5	5	2	2	4	4	2	40
Σ	143	141	143	137	139	142	142	128	132	136	142	147	1672

Lampiran 6 Jawaban Responden Variabel X₂ *Live Streaming*

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	TOTAL
1	4	3	4	5	5	4	3	5	4	37
2	3	3	5	3	4	4	4	4	5	35
3	3	1	2	2	2	3	2	3	2	20
4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	38
5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	30
6	4	2	4	4	4	2	2	2	2	26
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
8	4	4	5	4	4	5	3	4	4	37
9	5	5	5	5	5	5	1	5	5	41
10	4	3	3	4	4	4	3	2	4	31
11	4	4	4	4	4	2	4	4	5	35
12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
13	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25
14	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
17	4	4	3	2	4	3	4	3	3	30
18	2	3	4	4	4	3	2	3	4	29
19	3	3	4	3	3	2	2	3	4	27
20	3	4	4	4	4	4	2	3	3	31
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
22	2	5	3	2	2	2	4	4	3	27
23	4	3	3	1	2	2	2	4	4	25
24	4	4	4	4	4	2	4	4	4	34
25	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36
26	4	4	2	3	2	1	3	1	2	22
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
28	4	5	5	4	5	4	4	4	5	40
29	3	4	3	5	5	3	3	4	5	35
30	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
32	4	3	5	5	3	3	4	4	4	35
33	2	2	4	5	5	2	4	2	2	28
34	4	2	2	4	5	2	4	2	4	29
35	2	2	4	4	2	4	5	2	2	27
36	2	4	4	2	5	2	2	4	4	29
37	4	4	4	2	4	5	2	4	4	33
Σ	131	126	138	133	138	120	120	127	136	1169

Lampiran 7 Jawaban Responden Variabel Y Keputusan Pembelian

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	TOTAL
1	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	72
2	5	4	4	5	5	3	2	3	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	75
3	3	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	1	36
4	5	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	5	3	1	2	5	2	5	62
5	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	62
6	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	4	4	65
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
8	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	80
9	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	85
10	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	65
11	5	2	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	64
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	70
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	73
16	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	5	3	4	5	3	3	66
17	4	2	3	3	5	4	3	3	3	2	3	4	2	2	2	3	4	3	55
18	2	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	57
19	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	60
20	4	4	4	5	5	3	2	4	3	2	5	5	5	4	4	4	4	4	71
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
22	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	77
23	3	3	5	5	5	5	3	3	5	3	5	4	2	3	4	3	4	3	68
24	4	2	2	4	4	2	5	5	4	2	5	4	5	2	5	5	5	5	70
25	5	5	4	5	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	74
26	2	2	2	3	3	4	4	4	2	1	1	1	1	1	1	3	2	3	40
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
28	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	81
29	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	5	82
30	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	72
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
32	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	5	5	3	5	5	5	5	72
33	4	4	2	4	4	4	2	5	2	4	2	5	4	2	4	4	4	2	62
34	5	4	4	2	2	4	2	4	5	2	4	2	4	4	5	2	2	4	61
35	4	4	5	2	4	2	5	2	4	4	2	4	4	2	5	4	2	2	61
36	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	5	2	4	4	3	60
37	2	4	4	5	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	4	59
Σ	140	129	133	139	138	122	128	140	133	123	140	134	136	126	138	142	138	138	2417

Lampiran 8 Rekapitulasi Jawaban Pra Survei X₁ *Social Proof*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Jumlah Skor	%	Interpretasi
Kesadaran (<i>awareness</i>)										
1.	Saya secara sengaja mencari ulasan produk Wardah di TikTok Shop sebagai bahan pertimbangan sebelum membeli.	11	16	6	2	2	37	143	77,29	Tinggi
2.	Ulasan pengguna TikTok Shop membantu saya memperoleh informasi yang saya butuhkan tentang produk Wardah.	13	11	7	5	1	37	141	76,21	Tinggi
3.	Keberadaan ulasan membuat saya lebih sadar terhadap kelebihan dan kekurangna produk Wardah di TikTok Shop.	13	11	8	5	0	37	143	77,29	Tinggi
Rata-Rata								142,33	76,93	Tinggi
Frekuensi (<i>frequency</i>)										
4.	Saya sering membaca ulasan produk Wardah di TikTok Shop sebelum memutuskan pembelian.	9	13	10	5	0	37	137	74,05	Tinggi
5.	Setiap kali ingin membeli produk Wardah di TikTok Shop, saya terbiasa melihat ulasan dari pembeli lain.	12	12	5	8	0	37	139	75,13	Tinggi
6.	Semakin banyak ulasan tentang produk Wardah di TikTok Shop, semakin besar kepercayaan saya terhadap produk tersebut.	13	11	8	4	1	37	142	76,75	Tinggi
Rata-Rata								139,33	75,31	Tinggi
Perbandingan (<i>Comparison</i>)										
7.	Sebelum membeli saya membandingkan ulasan positif dan ulasan negatif produk Wardah di TikTok Shop.	8	18	9	1	1	37	142	76,75	Tinggi
8.	Perbedaan pendapat dalam ulasan membuat saya lebih berhati-hati dalam memilih produk Wardah di TikTok Shop.	7	13	9	6	2	37	128	69,18	Tinggi
9.	Saya membaca beberapa ulasan dari pengguna yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih objektif.	7	15	8	6	1	37	132	71,35	Tinggi
Rata-Rata								134,00	72,43	Tinggi
Pengaruh (<i>Effect</i>)										
10.	Ulasan produk Wardah di TikTok Shop mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk tersebut.	8	16	7	5	1	37	136	73,51	Tinggi
11.	Saya lebih cenderung membeli produk Wardah yang memiliki ulasan positif di TikTok Shop.	7	21	5	4	0	37	142	76,75	Tinggi
12.	Ulasan negatif dapat mengurangi niat saya untuk membeli produk Wardah di TikTok Shop.	13	13	8	3	0	37	147	79,45	Tinggi
Rata-Rata								141,67	76,57	Tinggi
Total Rata-Rata								139,33	75,31	Tinggi

Lampiran 9 Rekapitulasi Jawaban Pra Survei Variabel X₂ *Live Streaming*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Jumlah skor	%	Interpretasi
Transparansi Informasi										
1.	Informasi yang disampaikan dalam <i>Live Streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop disajikan secara jelas dan mudah dipahami.	4	17	11	5	0	37	131	70,81	Tinggi
2.	Penjual atau host <i>Live Streaming</i> menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk Wardah secara transparan.	4	14	13	5	1	37	126	68,1	Tinggi
3.	Transparansi informasi dalam <i>Live Streaming</i> meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk Wardah.	6	19	8	4	0	37	138	74,59	Tinggi
Rata-rata								131,67	71,17	Tinggi
Interaktivitas										
4.	Saya dapat berinteraksi secara langsung dengan host saat <i>Live Streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop.	6	17	8	5	1	37	133	71,89	Tinggi
5.	Fitur interaksi (seperti komentar dan tanya jawab) dalam <i>Live Streaming</i> membantu saya memahami produk Wardah.	9	14	9	5	0	37	138	74,59	Tinggi
6.	Pertanyaan yang saya ajukan selama <i>Live Streaming</i> produk Wardah ditanggapi dengan cepat oleh host.	5	10	12	9	1	37	120	64,86	Cukup Tinggi
Rata-Rata								130,33	70,44	Tinggi
Hiburan										
7.	Gaya penyampaian host dalam <i>Live Streaming</i> membuat saya tidak mudah bosan saat menonton.	2	15	11	8	1	37	120	64,86	Tinggi
8.	<i>Live Streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop disajikan dengan cara yang menarik dan menghibur.	3	17	11	5	1	37	127	68,64	Tinggi
9.	Saya merasa <i>Live Streaming</i> Wardah memberikan pengalaman yang lebih menarik dibandingkan sekadar melihat halaman produk di TikTok Shop.	6	18	8	5	0	37	136	73,51	Tinggi
Rata-Rata								127,67	69,01	Tinggi
Total Rata-Rata								129,89	70,20	Tinggi

Lampiran 10 Rekapitulasi Jawaban Pra Survei Variabel Y Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Jumlah skor	%	Interpretasi
Pilihan Produk										
1.	Produk Wardah di TikTok Shop sesuai dengan kebutuhan saya sehingga saya memutuskan untuk membelinya.	8	17	8	4	0	37	140	75,67	Tinggi
2.	Saya mempertimbangkan berbagai alternatif produk sebelum memilih produk Wardah di TikTok Shop.	6	15	7	9	0	37	129	69,72	Tinggi
3.	Keunggulan produk Wardah mendorong saya untuk menjadikannya sebagai pilihan utama pembelian.	7	15	9	5	1	37	133	71,89	Tinggi
Rata-Rata								134,00	72,43	Tinggi
Pilihan Merek										
4.	Kepercayaan saya terhadap merek Wardah menjadi alasan utama dalam keputusan pembelian.	10	13	9	5	0	37	140	75,13	Tinggi
5.	Citra merek Wardah mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produknya di TikTok Shop.	8	16	9	3	1	37	129	75,59	Tinggi
6.	Saya memilih merek Wardah dibandingkan merek kosmetik lain yang tersedia di TikTok Shop.	3	13	14	6	1	37	133	65,94	Tinggi
Rata-Rata								133,00	71,89	Tinggi
Pilihan Saluran										
7.	Saya memilih TikTok Shop sebagai saluran untuk membeli produk Wardah.	4	15	12	6	0	37	128	69,18	Tinggi
8.	Fitur yang tersedia di TikTok Shop membuat proses pembelian produk Wardah menjadi lebih efektif.	7	18	9	3	0	37	140	75,67	Tinggi
9.	Kenyamanan bertransaksi di TikTok Shop mendorong saya memilih saluran ini untuk pembelian produk Wardah.	8	12	11	6	0	37	133	71,89	Tinggi
Rata-Rata								133,67	72,25	Tinggi
Waktu Pembelian										
10.	Live Streaming di TikTok Shop mempengaruhi keputusan saya dalam menentukan waktu pembelian produk Wardah.	6	11	10	9	1	37	123	66,48	Tinggi
11.	Saya menyesuaikan waktu pembelian produk Wardah dengan kebutuhan pribadi saya.	11	14	6	5	1	37	140	75,67	Tinggi
12.	Promo atau event tertentu di TikTok Shop mempengaruhi waktu saya membeli produk Wardah.	8	15	7	6	1	37	134	72,43	Tinggi
Rata-Rata								132,33	71,52	Tinggi
Jumlah Pembelian										

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Jumlah skor	%	Interpretasi
13.	Saya memutuskan jumlah produk Wardah yang dibeli di TikTok Shop sesuai dengan kebutuhan saya.	8	16	7	5	1	37	136	73,51	Tinggi
14.	Promo atau diskon di TikTok Shop mempengaruhi jumlah produk Wardah yang saya beli.	7	13	8	6	3	37	126	68,11	Tinggi
15.	Saya merasa jumlah produk Wardah yang saya beli di TikTok Shop sudah sesuai dengan pertimbangan saya.	12	11	7	6	1	37	138	74,59	Tinggi
Rata-Rata								133,33	72,07	Tinggi
Metode Pembayaran										
16.	Saya memilih metode pembayaran di TikTok Shop yang paling mudah dan sesuai dengan kebutuhan saya.	10	14	10	3	0	37	142	76,75	Tinggi
17.	Kemudahan proses pembayaran di TikTok Shop membuat saya yakin untuk menyelesaikan pembelian.	9	16	6	5	1	37	138	74,59	Tinggi
18.	Saya merasa metode pembayaran yang tersedia di TikTok Shop aman untuk membeli produk Wardah.	10	12	11	3	1	37	138	74,59	Tinggi
Rata-Rata								139,33	75,31	Tinggi
Total Raata-Rata								134,28	72,57	Tinggi

Lampiran 11 Lampiran Produk Wardah

Skincare



Makeup



Bodycare



Haircare



Lampiran 12 Kuesioner Penelitian

SURAT PERMOHONAN RESPONDEN

Kepada Yth,

Responden

di -

Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Galuh Ciamis, Saya:

Nama : Eva Fauziyah

NIM : 3402220361

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **Pengaruh *Social Proof* dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Produk Wardah Pengguna TikTok Shop di Kabupaten Ciamis).**

Mohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i konsumen produk Wardah yang membeli produk di TikTok Shop untuk mengisi daftar pernyataan berikut ini pada kolom yang tersedia sesuai keadaan yang bapak/ibu/saudara/i rasakan sesungguhnya. Besar harapan saya kiranya jawaban bapak/ibu/saudara/i berikan seobyektif mungkin, karena hal tersebut akan sangat membantu keakuratan data dari penelitian ini.

Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam penelitian ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Eva Fauziyah
3402220361

Petunjuk Pengisian Kuisioner

C. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama.
2. Jawablah seluruh pertanyaan sesuai pengalaman dan kondisi nyata Anda sebagai konsumen produk Wardah yang membeli produk di TikTok Shop.
3. Setiap pernyataan dijawab dengan memilih satu angka pada skala berikut.
 - 5 = Sangat Setuju (SS)
 - 4 = Setuju (S)
 - 3 = Netral (N)
 - 2 = Tidak Setuju (TS)
 - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Pilih hanya satu jawaban yang paling mendekati dengan keadaan Anda.
 - Identitas dan jawaban Anda akan dijaga kerahasiaanya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik.

D. Identitas Responden

1. Tujuan penggunaan TikTok
 - ☐ Akses Konten Video ☐ Live Streaming ☐ TikTok Affiliate
 - ☐ Pencarian Informasi Produk ☐ Belanja melalui Tiktok Shop
2. Jenis produk wardah yang dibeli di TikTok Shop
Dibagi menjadi dua yaitu Produk Perawatan Wajah (*Skincare*) dan Produk Kosmetik (*Make up*)
 - ☐ Facial wash ☐ Toner ☐ Serum ☐ Sunscreen ☐ Moisturizer
 - ☐ Lipstik ☐ Cushion ☐ Bedak ☐ Maskara ☐ Eye shadow
3. Frekuensi menonton *live streaming* produk Wardah di TikTok Shop
 - ☐ 1-2 kali ☐ 3-5 kali ☐ ≥ 5 kali
4. Jenis Kelamin
 - ☐ Perempuan ☐ Laki-Laki
5. Tingkatan Usia
 - ☐ 17 - 25 tahun ☐ 26 - 35 tahun ☐ ≥ 35 tahun
6. Pendidikan Terakhir
 - ☐ SD / Sederajat
 - ☐ SMP / Sederajat
 - ☐ SMA / SMK / Sederajat
 - ☐ Diploma (D1/D2/D3)
 - ☐ Sarjana (S1 / D4)
 - ☐ Magister (S2)
 - ☐ Doktorat (S3)
7. Pekerjaan Utama
 - ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Karyawan Swasta ☐ PNS/BUMN
 - ☐ Wiraswasta ☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Lainnya

Pernyataan Variabel X1 *Social Proof*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Kesadaran (<i>awareness</i>)						
1.	Saya secara sengaja mencari ulasan produk Wardah di TikTok Shop sebagai bahan pertimbangan sebelum membeli.					
2.	Ulasan pengguna TikTok Shop membantu saya memperoleh informasi yang saya butuhkan tentang produk Wardah.					
3.	Keberadaan ulasan membuat saya lebih sadar terhadap kelebihan dan kekurangan produk Wardah di TikTok Shop.					
Frekuensi (<i>frequency</i>)						
4.	Saya sering membaca ulasan produk Wardah di TikTok Shop sebelum memutuskan pembelian.					
5.	Setiap kali ingin membeli produk Wardah di TikTok Shop, saya terbiasa melihat ulasan dari pembeli lain.					
6.	Jumlah ulasan produk Wardah di TikTok Shop mempengaruhi tingkat kepercayaan saya.					
Perbandingan (<i>Comparison</i>)						
7.	Sebelum membeli saya membandingkan ulasan positif dan ulasan negatif produk Wardah di TikTok Shop.					
8.	Perbedaan pendapat dalam ulasan membuat saya lebih berhati-hati dalam memilih produk Wardah di TikTok Shop.					
9.	Saya membaca beberapa ulasan dari pengguna yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih objektif.					
Pengaruh (<i>Effect</i>)						
10.	Ulasan produk Wardah di TikTok Shop mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk tersebut.					
11.	Saya lebih cenderung membeli produk Wardah yang memiliki ulasan positif di TikTok Shop.					
12.	Ulasan negatif dapat mengurangi niat saya untuk membeli produk Wardah di TikTok Shop.					

Keterangan : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Pernyataan Variabel X2 *Live Streaming*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Transparansi Informasi						
1.	Informasi yang disampaikan dalam <i>live streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop disajikan secara jelas dan mudah dipahami.					
2.	Penjual atau host <i>live streaming</i> menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk Wardah secara transparan.					
3.	Transparansi informasi dalam <i>live streaming</i> meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk Wardah.					
4.	Tampilan produk saat <i>live streaming</i> membantu saya melihat detail produk dengan jelas.					
Interaktivitas						
5.	Saya dapat berinteraksi secara langsung dengan host saat <i>live streaming</i> produk Wardah di TikTok Shop.					
6.	Fitur interaksi (seperti komentar dan tanya jawab) dalam <i>live streaming</i> membantu saya memahami produk Wardah.					
7.	Pertanyaan yang saya ajukan selama <i>live streaming</i> produk Wardah ditanggapi dengan cepat oleh host.					
8.	Interaksi dua arah dalam <i>live streaming</i> membantu saya mengetahui lebih banyak tentang produk Wardah.					
Hiburan						
9.	Gaya penyampaian host dalam <i>live streaming</i> membuat saya tidak mudah bosan saat menonton.					
10.	Live streaming produk Wardah di TikTok Shop disajikan dengan cara yang menarik dan menghibur.					
11.	Saya merasa <i>live streaming</i> Wardah memberikan pengalaman yang lebih menarik dibandingkan sekedar melihat halaman produk di TikTok Shop.					
12.	<i>Live streaming</i> produk Wardah memberikan pengalaman yang menyenangkan selama berbelanja.					

Keterangan : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Pernyataan Variabel Y Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pilihan Produk						
1.	Produk Wardah di TikTok Shop sesuai dengan kebutuhan saya sehingga saya memutuskan untuk membelinya.					
2.	Saya mempertimbangkan berbagai alternatif produk sebelum memilih produk Wardah di TikTok Shop.					
3.	Keunggulan produk Wardah mendorong saya untuk menjadikannya sebagai pilihan utama pembelian.					
Pilihan Merek						
4.	Kepercayaan saya terhadap merek Wardah menjadi alasan utama dalam keputusan pembelian.					
5.	Citra merek Wardah mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produknya di TikTok Shop.					
6.	Saya memilih merek Wardah dibandingkan merek kosmetik lain yang tersedia di TikTok Shop.					
Pilihan Saluran						
7.	Saya memilih TikTok Shop sebagai saluran untuk membeli produk Wardah.					
8.	Fitur yang tersedia di TikTok Shop membuat proses pembelian produk Wardah menjadi lebih efektif.					
9.	Kenyamanan bertransaksi di TikTok Shop mendorong saya memilih saluran ini untuk pembelian produk Wardah.					
Waktu Pembelian						
10.	Saya mempertimbangkan waktu tertentu dalam melakukan pembelian produk Wardah di TikTok Shop.					
11.	Saya menyesuaikan waktu pembelian produk Wardah dengan kebutuhan pribadi saya.					
12.	Promo atau event tertentu di TikTok Shop mempengaruhi waktu saya membeli produk Wardah.					
Jumlah Pembelian						
13.	Saya memutuskan jumlah produk Wardah yang dibeli di TikTok Shop sesuai dengan kebutuhan saya.					
14.	Promo atau diskon di TikTok Shop mempengaruhi jumlah produk Wardah yang saya beli.					
15.	Saya merasa jumlah produk Wardah yang saya beli di TikTok Shop sudah sesuai dengan pertimbangan saya.					
Metode Pembayaran						
16.	Saya memilih metode pembayaran di TikTok Shop yang paling mudah dan sesuai dengan kebutuhan saya.					
17.	Kemudahan proses pembayaran di TikTok Shop membuat saya yakin untuk menyelesaikan pembelian.					
18.	Saya merasa metode pembayaran yang tersedia di TikTok Shop aman untuk membeli produk Wardah.					

Keterangan : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Lampiran 13 Data Sampel / Karakteristik Responden

No.	Tujuan	Jenis produk Wardah yang dibeli	Frekuensi menonton live streaming	Jenis Kelamin	Tingkatan usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Utama
1.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
2.	Pencarian informasi produk	Bedak	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
3.	Akses konten video	Lipstik	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
4.	Akses konten video	Sunscreen	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
5.	Akses konten video	Sunscreen	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
6.	Akses konten video	Moisturizer	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
7.	Belanja di TikTok Shop	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Ibu rumah tangga
8.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Ibu rumah tangga
9.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
10.	Pencarian informasi produk	Sunscreen	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
11.	Akses konten video	Sunscreen	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
12.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
13.	Akses konten video	Lipstik	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
14.	Akses konten video	Lipstik	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
15.	Akses konten video	Sunscreen	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
16.	TikTok Affiliate	Facial wash	≥ 5 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
17.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
18.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa

No.	Tujuan	Jenis produk Wardah yang dibeli	Frekuensi menonton live streaming	Jenis Kelamin	Tingkatan usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Utama
19.	Belanja di TikTok Shop	Sunscrean	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Ibu rumah tangga
20.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
21.	Akses konten video	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
22.	Belanja di TikTok Shop	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SD / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
23.	Akses konten video	Sunscrean	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
24.	Akses konten video	Lipstik	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Wiraswasta
25.	Akses konten video	Sunscrean	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
26.	Akses konten video	Sunscrean	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
27.	Belanja di TikTok Shop	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
28.	Akses konten video	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
29.	Belanja di TikTok Shop	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SD / Sederajat	Karyawan Swasta
30.	Pencarian informasi produk	Bedak	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
31.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
32.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
33.	Akses konten video	Lipstik	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
34.	Live Streaming	Lipstik	3-5 kali	Laki-laki	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
35.	Belanja di TikTok Shop	Cushion	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
36.	Belanja di TikTok Shop	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
37.	Akses konten video	Toner	3-5 kali	Laki-laki	26-35 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa

No.	Tujuan	Jenis produk Wardah yang dibeli	Frekuensi menonton live streaming	Jenis Kelamin	Tingkatan usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Utama
38.	Belanja di TikTok Shop	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
39.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
40.	TikTok Affiliate	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
41.	Belanja di TikTok Shop	Lipstik	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	PNS/BUMN
42.	Belanja di TikTok Shop	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
43.	Belanja di TikTok Shop	Lipstik	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
44.	Belanja di TikTok Shop	Lipstik	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SD / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
45.	Pencarian informasi produk	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
46.	Akses konten video	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
47.	Akses konten video	Moisturizer	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
48.	Akses konten video	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Wiraswasta
49.	Akses konten video	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
50.	Belanja di TikTok Shop	Cushion	≥ 5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
51.	Belanja di TikTok Shop	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
52.	Akses konten video	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SD / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
53.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
54.	Akses konten video	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SD / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
55.	Belanja di TikTok Shop	Serum	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
56.	Live Streaming	Sunscrean	3-5 kali	Perempuan	26-35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	PNS/BUMN

No.	Tujuan	Jenis produk Wardah yang dibeli	Frekuensi menonton live streaming	Jenis Kelamin	Tingkatan usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Utama
57.	Pencarian informasi produk	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
58.	Live Streaming	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
59.	Live Streaming	Moistirizer	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Diploma (D1/D2/D3)	PNS/BUMN
60.	Belanja di TikTok Shop	Cushion	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
61.	Pencarian informasi produk	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	26-35 tahun	SD / Sederajat	Ibu rumah tangga
62.	Akses konten video	Serum	1-2 kali	Perempuan	26-35 tahun	SMP / Sederajat	Ibu rumah tangga
63.	TikTok Affiliate	Cushion	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Ibu rumah tangga
64.	Belanja di TikTok Shop	Sunscreen	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Pelajar/Mahasiswa
65.	TikTok Affiliate	Toner	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Diploma (D1/D2/D3)	Karyawan Swasta
66.	Belanja di TikTok Shop	Sunscreen	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
67.	Akses konten video	Lipstik	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
68.	Akses konten video	Sunscreen	1-2 kali	Perempuan	26-35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
69.	Akses konten video	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
70.	Akses konten video	Facial wash	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
71.	Belanja di TikTok Shop	Lipstik	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
72.	Belanja di TikTok Shop	Moistirizer	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
73.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	≥ 35 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Wiraswasta
74.	Belanja di TikTok Shop	Sunscreen	3-5 kali	Perempuan	26-35 tahun	Magister (S2)	Wiraswasta
75.	Pencarian informasi produk	Lipstik	1-2 kali	Perempuan	26-35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
76.	Belanja di TikTok Shop	Bedak	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa

No.	Tujuan	Jenis produk Wardah yang dibeli	Frekuensi menonton live streaming	Jenis Kelamin	Tingkatan usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Utama
77.	Live Streaming	Serum	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
78.	Akses konten video	Bedak	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
79.	TikTok Affiliate	Sunscrean	3-5 kali	Perempuan	26-35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	PNS/BUMN
80.	Belanja di TikTok Shop	Serum	≥ 5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
81.	Belanja di TikTok Shop	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
82.	Pencarian informasi produk	Sunscrean	3-5 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Wiraswasta
83.	TikTok Affiliate	Lipstik	3-5 kali	Perempuan	26-35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Ibu rumah tangga
84.	Akses konten video	Sunscrean	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Wiraswasta
85.	Belanja di TikTok Shop	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	26-35 tahun	SMP / Sederajat	Ibu rumah tangga
86.	Belanja di TikTok Shop	Facial wash	1-2 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Wiraswasta
87.	Pencarian informasi produk	Sunscrean	3-5 kali	Laki-laki	26-35 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
88.	Akses konten video	Facial wash	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
89.	Live Streaming	Facial wash	3-5 kali	Laki-laki	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Karyawan Swasta
90.	Live Streaming	Lipstik	3-5 kali	Perempuan	≥ 35 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Ibu rumah tangga
91.	Pencarian informasi produk	Toner	≥ 5 kali	Perempuan	≥ 35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Ibu rumah tangga
92.	Belanja di TikTok Shop	Sunscrean	1-2 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
93.	Akses konten video	Lipstik	3-5 kali	Perempuan	26-35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	Karyawan Swasta
94.	Live Streaming	Cushion	1-2 kali	Perempuan	≥ 35 tahun	Sarjana (S1 / D4)	PNS/BUMN
95.	Pencarian informasi produk	Lipstik	≥ 5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
96.	Belanja di TikTok Shop	Lipstik	3-5 kali	Perempuan	17-25 tahun	SMA / SMK / Sederajat	Pelajar/Mahasiswa

<i>SOCIAL PROOF (X₁)</i>													
29	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	55
30	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	51
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
32	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	3	44
33	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	56
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	51
36	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	56
37	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	45
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	52
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
41	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3	48
42	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	53
43	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	55
44	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	55
45	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
46	5	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	48
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
49	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
50	5	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5	48
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
52	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	54
53	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	36
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	51
56	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	54
57	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	49
58	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	52
59	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	52
60	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	44
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	56
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	53

<i>SOCIAL PROOF (X₁)</i>													
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
69	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57
70	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	55
71	3	3	4	5	3	3	3	4	4	5	5	5	47
72	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	53
73	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	54
74	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	49
75	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	57
76	3	4	5	5	4	4	3	3	5	4	4	3	47
77	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	53
78	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
79	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	55
80	5	4	5	4	3	5	4	4	3	5	5	4	51
81	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	56
82	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	54
83	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
84	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	5	5	47
85	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	41
86	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	56
87	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	57
88	3	5	4	4	3	4	3	5	5	4	3	4	47
89	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4	5	4	48
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
91	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	57
92	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	54
93	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	54
94	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	54
95	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	54
96	4	3	3	3	5	4	5	3	3	4	3	3	43
97	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	49

[illegible]

<i>LIVE STREAMING (X₂)</i>													
38	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
39	4	4	3	4	5	3	4	4	2	3	3	4	43
40	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
41	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	49
42	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
43	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	3	52
44	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	55
45	4	3	4	4	3	5	4	3	5	5	3	4	47
46	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	51
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
49	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	47
50	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	49
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
52	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	52
56	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	51
57	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	53
58	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	52
59	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	55
60	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	53
64	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	53
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
66	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	55
67	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	50
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
69	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51
70	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	54
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
72	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	55
73	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	53
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
75	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	54
76	3	5	4	4	5	3	5	4	3	4	3	4	47
77	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	53

LIVE STREAMING (X ₂)													
78	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	42
79	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	55
80	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	54
81	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	46
82	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	53
83	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	42
84	4	3	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	49
85	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	45
86	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	56
87	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	54
88	4	5	4	4	3	4	5	3	4	5	3	4	48
89	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	3	5	52
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
91	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	56
92	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	55
93	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	55
94	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	55
95	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	55
96	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	51
97	5	5	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	44

[illegible]

Lampiran 16 Rekap Data Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)																			Jumlah
No.	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Y. 11	Y. 12	Y. 13	Y. 14	Y. 15	Y. 16	Y. 17	Y.18	
1	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	66
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86
4	4	4	4	5	5	2	2	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	72
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	80
6	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	84
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
9	5	4	3	5	5	3	3	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	79
10	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	65
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	71
13	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	64
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	86
15	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	78
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
17	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	59
18	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	80
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
20	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	68
21	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
22	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	71
23	5	5	4	3	4	3	3	4	3	5	5	5	5	3	4	5	4	3	73
24	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	82
25	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	68
26	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	77
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	70
28	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	78
29	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	78
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	75
31	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	86
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
33	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	65
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
35	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	82
36	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
37	3	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	71

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)																		
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
39	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	74
40	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	80
41	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	76
42	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	80
43	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	81
44	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	81
45	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	5	5	64
46	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	80
47	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
48	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
49	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	83
50	4	4	5	3	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	72
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
52	5	5	5	4	5	3	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	83
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
55	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	81
56	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	83
57	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	80
58	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	81
59	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	84
60	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
62	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
63	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	76
64	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	86
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
67	4	4	4	4	2	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	80
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
69	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	82
70	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	81
71	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	68
72	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	82
73	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	82
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	69
75	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	83
76	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	4	3	73
77	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	82

[illegible]

Lampiran 17 Tabel Uji T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 18 Tabel 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
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

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	
	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

Lampiran 19 Data Hasil Olah SPSS *Social Proof* Terhadap Keputusan Pembelian

Correlations

		Social Proof X1	Keputusan_Pembelian_Y
Social_Proof_X1	Pearson Correlation	1	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
Keputusan_Pembelian_Y	Pearson Correlation	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

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

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Social_Proof_X1 b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733 ^a	,537	,532	5,27612

a. Predictors: (Constant), Social_Proof_X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3067,073	1	3067,073	110,178	,000 ^b
	Residual	2644,556	95	27,837		
	Total	5711,629	96			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

b. Predictors: (Constant), Social_Proof_X1

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	24,822	5,006		,000
	Social_Proof_X1	1,006	,096	,733	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

Lampiran 20 Data Hasil Olah SPSS *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian

Correlations

		Live_Streaming X2	Keputusan_Pem belian_Y
Live_Streaming_X2	Pearson Correlation	1	,700**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
Keputusan_Pembelian_Y	Pearson Correlation	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

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

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Live_Streaming_X2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700 ^a	,490	,485	5,53665

a. Predictors: (Constant), Live_Streaming_X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2799,453	1	2799,453	91,323	,000 ^b
	Residual	2912,176	95	30,654		
	Total	5711,629	96			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

b. Predictors: (Constant), Live_Streaming_X2

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	27,533	5,213		,000
	Live_Streaming_X2	,975	,102	,700	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

Lampiran 21 Data Hasil Olah SPSS *Social Proof* dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian

Correlations		Social_Proof_X1	Live_Streaming_X2	Keputusan_Pembelian_Y
Social_Proof_X1	Pearson Correlation	1	,667**	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	97	97	97
Live_Streaming_X2	Pearson Correlation	,667**	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	97	97	97
Keputusan_Pembelian_Y	Pearson Correlation	,733**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	97	97	97

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

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Live_Streaming_X2, Social_Proof_X1 b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,786 ^a	,618	,609	4,82052

a. Predictors: (Constant), Live_Streaming_X2, Social_Proof_X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3527,309	2	1763,655	75,897	,000 ^b
	Residual	2184,320	94	23,237		
	Total	5711,629	96			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

b. Predictors: (Constant), Live_Streaming_X2, Social_Proof_X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,978	4,986		3,204	,002
	Social_Proof_X1	,658	,118	,479	5,597	,000
	Live_Streaming_X2	,530	,119	,381	4,450	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_Y

RIWAYAT HIDUP

Daftar Riwayat Hidup



Data Pribadi

- Nama : Eva Fauziyah
- Tanggal Lahir : 18 Juni 2004
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Alamat : Tanjungmanggu Rt 02 Rw 09, Sindangrasa, Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis
- Nomor Telepon : 087770550106
- Email : evafauziyah803@gmail.com

Pendidikan

- SDN 2 Sindangrasa 2010- 2016
- SMPN 3 Ciamis 2016 - 2019
- SMKN 1 Ciamis 2019 - 2022
- Universitas Galuh 2022- 2026

Organisasi

- Himpunan Mahasiswa Manajemen (Anggota Bidang Cendikia)
- Novo Club (Paragon Pelihara Bumi)