

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kepada Bapak/Ibu/Saudara/Saudari,

Perkenalkan saya Vania Indah Wigati, mahasiswi Universitas Kwik Kian Gie dari jurusan Manajemen Pemasaran. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Efektivitas *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening”. Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir/skripsi. Seluruh jawaban atas Anda ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Berikut kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini:

1. Domisili Bekasi dan Jakarta
2. Mempunyai Media Sosial Instagram
3. Pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening

Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu/Saudara/Saudari tanpa adanya paksaan. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari, saya ucapkan terima kasih.

Profil Responden:

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Perempuan / Laki-laki
3. Pekerjaan: a) Pelajar / b) Mahasiswa / c) Karyawan / d) Lainnya
4. Domisili: a) Bekasi b) Jakarta
5. Username Instagram: \_\_\_\_\_
6. Apakah Anda pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening?
  - a) Ya
  - b) Tidak (Mohon berhenti sampai disini)





Jawablah pernyataan dibawah ini sesuai dengan pendapat Anda, Anda dapat menjawab pernyataan tersebut dengan memberikan tanda (√) pada setiap pernyataannya.

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju

4 = Setuju

2 = Tidak Setuju

5 = Sangat Setuju

3 = Kurang Setuju

No	Pernyataan	Nilai				
		1	2	3	4	5
<i>Efektivitas Social Media Marketing</i>						
1	Instagram Scarlett Whitening selalu memberikan informasi yang menyenangkan					
2	Instagram Scarlett Whitening dapat menciptakan interaksi					
3	Instagram Scarlett Whitening memberikan informasi yang trendi					

No	Pernyataan	Nilai				
		1	2	3	4	5
<i>Brand Awareness</i>						
1	Scarlett Whitening selalu muncul dalam ingatan saya					
2	Saya mengenal merek Scarlett Whitening dengan baik					
3	Scarlett Whitening menjadi pilihan utama saya dalam perawatan tubuh					
4	Saya selalu ingat produk Scarlett Whitening disaat menggunakan merek lain					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No	Pernyataan	Nilai				
		1	2	3	4	5
<b>Keputusan Pembelian</b>						
1	Scarlett Whitening adalah pilihan merek yang sesuai dengan kebutuhan perawatan tubuh saya					
2	Saya melakukan pembelian Scarlett Whitening di media sosial Instagram					
3	Saya membeli produk Scarlett Whitening dari berbagai variasi					
4	Saya membeli produk Scarlett Whitening secara rutin atau berulang kali					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 2 Data 30 Responden Validitas dan Uji Reliabilitas

Efektivitas Media Marketing					Brand Awareness				Keputusan Pembelian					
P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P5	P6
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5
4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4
4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	1	4	3	4
4	4	5	4	3	5	5	5	3	4	4	2	4	3	5
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2
4	5	4	3	3	4	4	2	2	4	3	1	3	2	4
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	3	4	3
4	5	5	5	3	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5
4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	5	5	4	2	2	1	4	3	1	4	2	5
5	5	5	1	5	1	1	1	1	5	1	1	1	1	5
4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4
3	3	3	4	5	3	3	3	3	4	2	1	3	3	5
4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	1	3
4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4

1. Urut-urutan mengurutkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

5	3	5	3	2	5	5	3	3	5	3	1	4	2	1
3	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	2	2	2	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	3	5
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
**IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Untuk yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 3 Data Responden setelah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Efektivitas Social Media Marketing			Brand Awareness				Keputusan Pembelian			
P1	P2	P3	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	3	5	3	4	4	5	3	4	2
4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4
3	3	4	5	5	3	4	4	2	4	2
5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5
5	4	2	2	4	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
4	4	4	2	1	1	2	1	1	1	1
4	4	4	1	5	1	1	1	1	3	1
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5
3	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2
3	3	3	4	3	2	2	2	1	2	2
5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5
4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	2
5	4	5	3	3	3	4	3	1	4	3
5	3	4	5	3	3	5	4	3	3	3
4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5
3	4	3	4	3	2	2	3	1	3	2
3	3	4	3	4	1	2	1	1	2	1

1. Urut-urutan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5	5	5	2	4	2	2	4	5	4	2
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	3	4	5	1	5	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	5	3	4	5	5	4	4	2	5	4
3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	3	3	3	3	4	3
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5
4	3	5	3	4	4	3	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
4	3	4	3	4	2	2	3	1	4	1
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	4
3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	3	4	4	3	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5
3	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4	4	5	5	5	4	3	4	5	3	3
4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	3	3	4	5	3
4	5	4	5	4	3	5	3	1	1	1
4	4	5	3	5	3	4	3	3	5	5
4	4	4	5	4	3	3	3	1	3	3
5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	2
3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4
4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	3	4	3	2	4	2
4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5
4	4	4	3	4	5	4	4	2	3	4
3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	2
3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





5	4	4	5	5	5	5	4	1	4	4
5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5
3	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3
4	5	5	2	4	2	2	4	1	5	5
4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	4	3	2	2	2	2	2	3	2
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
3	3	3	5	3	2	4	3	3	3	3
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
5	3	5	5	5	3	3	5	3	2	3
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	3
4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

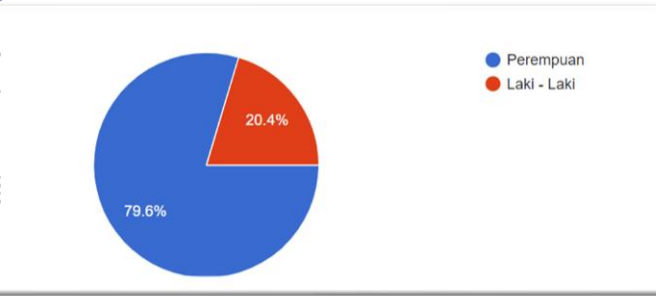
1. Urut-urutan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

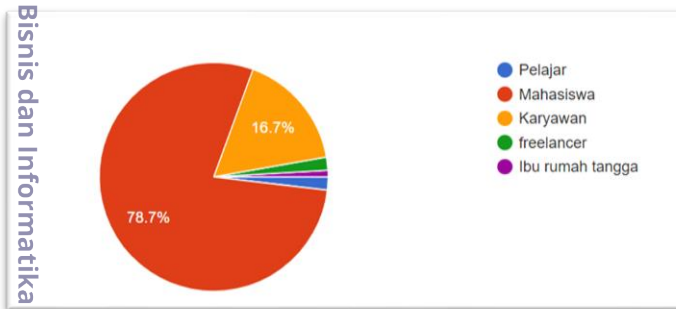


## Lampiran 4 Profil Responden

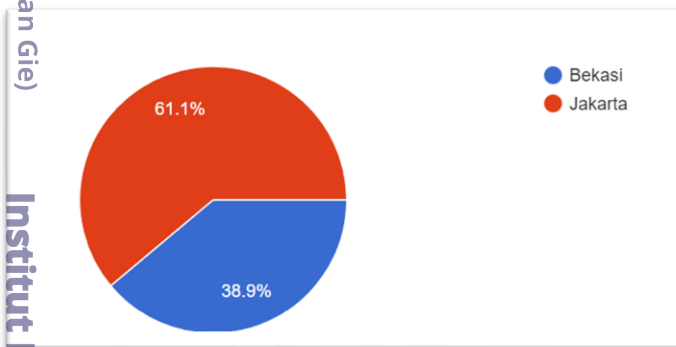
### a. Jenis Kelamin



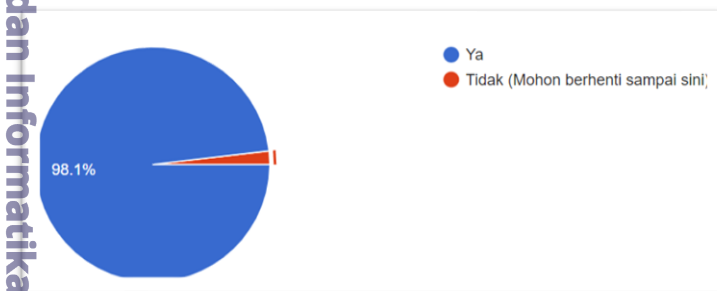
### b. Pekerjaan



### c. Domisili



### d. Apakah pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening?



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas**

**a. Uji Validitas dan Reliabilitas Efektivitas *Social Media Marketing***

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Instagram Scarlett Whitening selalu memberikan informasi yang menyenangkan	16.67	3.816	.568	.251
Instagram Scarlett Whitening dapat menciptakan interaksi	16.73	4.202	.309	.402
Instagram Scarlett Whitening memberikan informasi yang trendi	16.57	3.978	.459	.313
Instagram Scarlett Whitening menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	16.70	4.424	.147	.518
Konsumen selalu membagikan informasi mengenai produk Scarlett Whitening di media sosial Instagram	16.80	4.924	.006	.617

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.487	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Instagram Scarlett Whitening selalu memberikan informasi yang menyenangkan	12.60	2.938	.603	.410
Instagram Scarlett Whitening dapat menciptakan interaksi	12.67	2.989	.446	.509
Instagram Scarlett Whitening memberikan informasi yang trendi	12.50	2.810	.617	.388

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Instagram Scarlett Whitening menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	12.63	3.757	.072	.804
---	-------	-------	------	------

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Instagram Scarlett Whitening selalu memberikan informasi yang menyenangkan	8.43	1.909	.678	.708
Instagram Scarlett Whitening dapat menciptakan interaksi	8.50	1.845	.558	.837
Instagram Scarlett Whitening memberikan informasi yang trendi	8.33	1.747	.731	.647

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	3

### b. Uji Validitas dan Reliabilitas *Brand Awareness*

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Scarlett Whitening selalu muncul dalam ingatan saya	10.83	6.902	.661	.845
Saya mengenal merek Scarlett Whitening dengan baik	10.80	6.372	.694	.832
Scarlett Whitening menjadi pilihan utama saya dalam perawatan tubuh	11.27	5.926	.761	.804

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Saya selalu ingat produk Scarlett Whitening disaat menggunakan merek lain	11.40	6.386	.730	.817
---	-------	-------	------	------

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	4

### c. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya memilih produk Scarlett Whitening karena menarik	17.73	15.099	.114	.788
Scarlett Whitening adalah pilihan merek yang sesuai dengan kebutuhan perawatan tubuh saya	17.93	10.133	.735	.647
Saya melakukan pembelian Scarlett Whitening di media sosial Instagram	18.77	9.840	.560	.704
Saya membeli produk Scarlett Whitening dari berbagai variasi	18.30	12.148	.520	.714
Saya membeli produk Scarlett Whitening secara rutin atau berulang kali	18.63	9.344	.851	.606
Saya memutuskan membeli Scarlett Whitening karena metode pembayarannya mudah	17.80	13.407	.219	.789

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	6

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak Cipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Inovasi Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Inovasi Kwik Kian Gie

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Scarlett Whitening adalah pilihan merek yang sesuai dengan kebutuhan perawatan tubuh saya	13.83	9.316	.752	.686
Saya melakukan pembelian Scarlett Whitening di media sosial Instagram	14.67	8.920	.590	.746
Saya membeli produk Scarlett Whitening dari berbagai variasi	14.20	11.269	.535	.761
Saya membeli produk Scarlett Whitening secara rutin atau berulang kali	14.53	8.671	.846	.649
Saya memutuskan membeli Scarlett Whitening karena metode pembayarannya mudah	13.70	12.700	.197	.852

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Scarlett Whitening adalah pilihan merek yang sesuai dengan kebutuhan perawatan tubuh saya	9.80	7.269	.788	.773
Saya melakukan pembelian Scarlett Whitening di media sosial Instagram	10.63	6.723	.649	.846
Saya membeli produk Scarlett Whitening dari berbagai variasi	10.17	9.040	.564	.863
Saya membeli produk Scarlett Whitening secara rutin atau berulang kali	10.50	6.948	.824	.755

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	4

### Lampiran 6 Analisis Deskriptif

#### Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Instagram Scarlett Whitening selalu memberikan informasi yang menyenangkan	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Instagram Scarlett Whitening dapat menciptakan interaksi	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Instagram Scarlett Whitening memberikan informasi yang trendi	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Scarlett Whitening selalu muncul dalam ingatan saya	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Saya mengenal merek Scarlett Whitening dengan baik	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Scarlett Whitening menjadi pilihan utama saya dalam perawatan tubuh	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Saya selalu ingat produk Scarlett Whitening disaat menggunakan merek lain	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Scarlett Whitening adalah pilihan merek yang sesuai dengan kebutuhan perawatan tubuh saya	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Saya melakukan pembelian Scarlett Whitening di media sosial Instagram	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Saya membeli produk Scarlett Whitening dari berbagai variasi	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Saya membeli produk Scarlet Whitening secara rutin atau berulang kali	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Mean_PSMM	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Mean_PA	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Mean_PP	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

### Descriptives

		Statistic	Std. Error	
Instagram Scarlett Whitening selalu memberikan informasi yang menyenangkan	Mean	4.14	.074	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.99	
		Upper Bound	4.29	
	5% Trimmed Mean	4.18		
	Median	4.00		
	Variance	.546		
	Std. Deviation	.739		
	Minimum	2		
	Maximum	5		
	Range	3		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-.536	.241	
	Kurtosis	-.019	.478	
Instagram Scarlett Whitening dapat menciptakan interaksi	Mean	4.14	.068	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.00	
		Upper Bound	4.28	
	5% Trimmed Mean	4.18		
	Median	4.00		
	Variance	.465		
	Std. Deviation	.682		
	Minimum	2		
	Maximum	5		
	Range	3		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-.572	.241	
	Kurtosis	.699	.478	
Instagram Scarlett Whitening memberikan informasi yang trendi	Mean	4.29	.076	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.14	
		Upper Bound	4.44	
	5% Trimmed Mean	4.34		
	Median	4.00		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Saya mengenal merek Scarlet Whitening dengan baik

Scarlet Whitening menjadi pilihan utama saya dalam perawatan tubuh

Variance		.572	
Std. Deviation		.756	
Minimum		2	
Maximum		5	
Range		3	
Interquartile Range		1	
Skewness		-.827	.241
Kurtosis		.190	.478
Mean		3.96	.089
95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.78	
Mean	Upper Bound	4.14	
5% Trimmed Mean		4.02	
Median		4.00	
Variance		.786	
Std. Deviation		.887	
Minimum		1	
Maximum		5	
Range		4	
Interquartile Range		2	
Skewness		-.631	.241
Kurtosis		.213	.478
Mean		4.13	.084
95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.96	
Mean	Upper Bound	4.30	
5% Trimmed Mean		4.21	
Median		4.00	
Variance		.700	
Std. Deviation		.837	
Minimum		1	
Maximum		5	
Range		4	
Interquartile Range		1	
Skewness		-1.306	.241
Kurtosis		2.831	.478
Mean		3.72	.105
95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.51	
Mean	Upper Bound	3.93	
5% Trimmed Mean		3.78	
Median		4.00	
Variance		1.113	
Std. Deviation		1.055	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta Dilindungi Undang-Undang Saya selalu ingat produk Scarlet Whitening disaat menggunakan merek lain	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-.679	.241
	Kurtosis	-.154	.478
	Mean	3.84	.097
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.65
	Mean	Upper Bound	4.03
	5% Trimmed Mean	3.89	
	Median	4.00	
	Variance	.944	
	Std. Deviation	.972	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
Hak cipta Dilindungi Undang-Undang Scarlet Whitening adalah pilihan merek yang sesuai dengan kebutuhan perawatan tubuh saya	Range	4	
	Interquartile Range	2	
	Skewness	-.683	.241
	Kurtosis	-.121	.478
	Mean	3.90	.097
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.71
	Mean	Upper Bound	4.09
	5% Trimmed Mean	3.98	
	Median	4.00	
	Variance	.939	
	Std. Deviation	.969	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	2	
Skewness	-1.019	.241	
Kurtosis	1.047	.478	
Hak cipta Dilindungi Undang-Undang Saya melakukan pembelian Scarlet Whitening di media sosial Instagram	Mean	3.34	.136
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.07
	Mean	Upper Bound	3.61
	5% Trimmed Mean	3.38	
	Median	4.00	
	Variance	1.843	
	Std. Deviation	1.358	
	Minimum	1	
	Maximum	5	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	Range	4	
	Interquartile Range	2	
	Skewness	-.396	.241
	Kurtosis	-1.030	.478
Saya membeli produk Scarlet Whitening dari berbagai variasi	Mean	3.99	.101
	95% Confidence Interval for Lower Bound	3.79	
	Mean Upper Bound	4.19	
	5% Trimmed Mean	4.08	
	Median	4.00	
	Variance	1.020	
	Std. Deviation	1.010	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	2	
	Skewness	-1.000	.241
	Kurtosis	.753	.478
Saya membeli produk Scarlet Whitening secara rutin atau berulang kali	Mean	3.80	.115
	95% Confidence Interval for Lower Bound	3.57	
	Mean Upper Bound	4.03	
	5% Trimmed Mean	3.89	
	Median	4.00	
	Variance	1.333	
	Std. Deviation	1.155	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	2	
	Skewness	-.844	.241
	Kurtosis	-.103	.478
Mean HSMM	Mean	4.1900	.05846
	95% Confidence Interval for Lower Bound	4.0740	
	Mean Upper Bound	4.3060	
	5% Trimmed Mean	4.2296	
	Median	4.3333	
	Variance	.342	
	Std. Deviation	.58460	
	Minimum	2.00	
	Maximum	5.00	
	Range	3.00	
	Interquartile Range	.67	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Mean_BA			
Skewness		-1.002	.241
Kurtosis		1.758	.478
Mean		3.9125	.07380
95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.7661	
Mean	Upper Bound	4.0589	
5% Trimmed Mean		3.9528	
Median		4.0000	
Variance		.545	
Std. Deviation		.73801	
Minimum		1.50	
Maximum		5.00	
Range		3.50	
Interquartile Range		1.00	
Skewness		-.959	.241
Kurtosis		.705	.478
Mean_P			
Mean		3.7575	.09438
95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.5702	
Mean	Upper Bound	3.9448	
5% Trimmed Mean		3.8194	
Median		3.8750	
Variance		.891	
Std. Deviation		.94378	
Minimum		1.00	
Maximum		5.00	
Range		4.00	
Interquartile Range		1.25	
Skewness		-.909	.241
Kurtosis		.303	.478

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Lampiran 7 Uji Analisis Regresi Ganda

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-3.687	1.918		-1.922	.058
	Efektivitas Social Media Marketing	.533	.164	.247	3.250	.002
	Brand awareness	.768	.097	.601	7.887	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Lampiran 8 Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual	
N	100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.49906550
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.049
	Negative	-.083
Test Statistic	.083	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.085 <sup>c</sup>	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Lampiran 9 Uji Multikolinieritas

© Hak cipta milik IBIKGG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.687	1.918		-1.922	.058		
	Efektivitas Social Media Marketing	.533	.164	.247	3.250	.002	.779	1.284
	Brand awareness	.768	.097	.601	7.887	.000	.779	1.284

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Lampiran 10 Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.266	1.205		1.880	.063
	Efektivitas Social Media Marketing	.105	.103	.115	1.016	.312
	Brand awareness	-.106	.061	-.197	-1.740	.085

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### Lampiran 11 Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	792.622	2	396.311	62.175	.000 <sup>b</sup>
	Residual	618.288	97	6.374		
	Total	1410.910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand awareness, Efektivitas Social Media Marketing

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



Lampiran 12 Uji t



Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-3.687	1.918		-1.922	.058
	Efektivitas Social Media Marketing	.533	.164	.247	3.250	.002
	Brand awareness	.768	.097	.601	7.887	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 13 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 <sup>a</sup>	.562	.553	2.525

a. Predictors: (Constant), Brand awareness, Efektivitas Social Media Marketing

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.