



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :

KUESIONER PENELITIAN
“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND IDENTITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK SMARTPHONE
XIAOMI DI DKI JAKARTA”

KUESIONER PENELITIAN

A. PEMBUKAAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan nama saya Haddad Alif Dafa Tiswoyo, saya Mahasiswa Manajemen Universitas Darma Persada. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND IDENTITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK *SMARTPHONE* XIAOMI DI DKI JAKARTA”**. Kuesioner ini dibuat dalam rangka menunjang kegiatan penelitian saya untuk tugas akhir skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Saya meminta kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) sejenak meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan dalam bentuk keseluruhan (bukan individual). Jawaban yang diberikan tidak akan dinilai benar salahnya, melainkan sebagai informasi yang sangat bermanfaat untuk menentukan hasil penelitian yang saya lakukan.

Sesuai dengan etika penelitian bahwa jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan dipublikasikan. Akhir kata saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) mengisi kuesioner ini.

B. Pertanyaan Penyaring

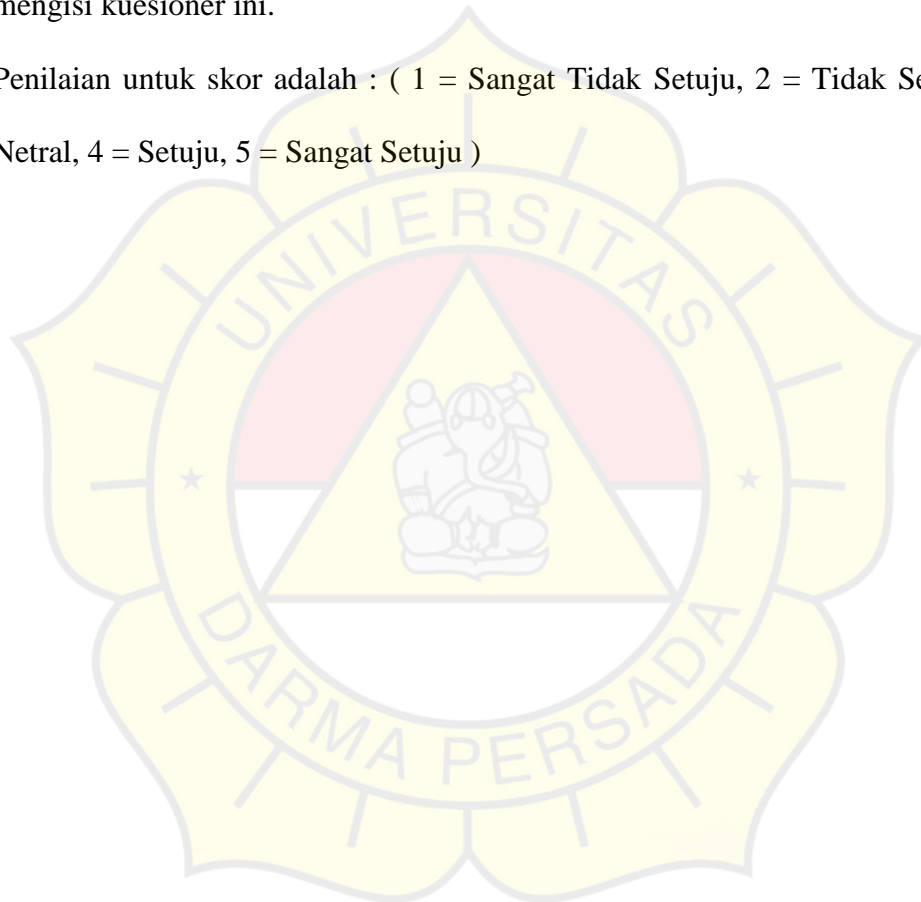
Untuk pertanyaan dibawah ini berilah tanda (X) sesuai pilihan yang sudah disediakan.

1. Apakah anda pembeli *Smartphone* Xiaomi?
 - a. Iya (Lanjutkan)
 - b. Tidak (Stop, Terima Kasih)
2. Apakah anda pembeli *Smartphone* Xiaomi maksimal 3 bulan terakhir?
 - a. Iya (Lanjutkan)
 - b. Tidak (Stop, Terima Kasih)
3. Apakah anda mengetahui atau pernah mengunjungi Instagram @xiaomi.indonesia?
 - a. Iya (Lanjutkan)
 - b. Tidak (Stop, Terima Kasih)

- c. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - d. > Rp. 2.000.000
7. Sudah berapa lama anda membeli *Smartphone* Xiaomi?
- a. 1 Bulan
 - b. 2 Bulan
 - c. 3 Bulan
8. Alasan anda membeli *Smartphone* Xiaomi?
- a. Merek yang terkenal
 - b. Selalu mengeluarkan inovasi dan update-an terbaru
 - c. Kualitas *Smartphone* yang bagus dengan harga yang murah
 - d. Desain yang mewah dan elegan
 - e. Rekomendasi (keluarga, kerabat, media sosial)
9. Jenis atau tipe apa yang anda pilih?
- a. Redmi
 - b. Redmi Note
 - c. Mi
 - d. Poco
10. Dimana anda membeli *Smartphone* Xiaomi?
- a. Toko resmi *offline* Xiaomi di Jakarta
 - b. *Online Official Store / Marketplace*
11. Darimana anda mengetahui *Smartphone* merek Xiaomi?
- a. Instagram
 - b. Teman / Kerabat
 - c. Keluarga
 - d. Lainnya...

D. Petunjuk pengisian kuesioner

1. Sebelum anda menjawab daftar pernyataan yang telah disiapkan, isilah terlebih dahulu identitas yang telah disediakan.
2. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian beri tanda (\surd) pada jawaban yang dianggap paling tepat.
3. Isilah angket dengan jujur serta penuh ketelitian dan terima kasih telah bersedia mengisi kuesioner ini.
4. Penilaian untuk skor adalah : (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju)



Social Media Marketing (X1)

Konteks :

Merupakan cara membentuk sebuah cerita atau pesan untuk menarik perhatian pengguna media sosial dengan menyajikan pesan yang jelas dan menarik.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa postingan <i>Smartphone</i> di Instagram Resmi Xiaomi memiliki unsur futuristik					
2	Saya merasa postingan Instagram Resmi Xiaomi menjelaskan produknya dengan baik					

Komunikasi :

Keterampilan komunikasi menunjukkan kemampuan personal sales menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, memiliki sikap santun, dan mampu mengontrol emosi.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
3	Saya merasa admin Instagram dari Official Xiaomi responsif dalam menanggapi <i>followers</i>					
4	Saya merasa penyampaian pesan yang disajikan dari Instagram Resmi Xiaomi menarik perhatian					

Kolaborasi :

Dimana sebuah perusahaan diharuskan dapat bekerja sama dengan pengguna media sosial seperti berinteraksi dengan pengguna media sosial ataupun ikut terlibat dalam menangani permasalahan yang ada.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
5	Saya merasa admin Instagram Xiaomi cepat dalam menanggapi keluhan para pengguna					
6	Saya merasa dengan mudah saling bertukar informasi dengan pihak resmi Xiaomi					

Relasi & Informasi :

Membangun serta menjaga hubungan yang telah terbina dengan pengguna media sosial dapat dilakukan dengan sesuatu yang berkelanjutan, seperti selalu menanggapi permasalahan yang dikeluhkan pengguna media sosial.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
7	Saya merasa pihak Instagram Xiaomi menjaga hubungan yang baik di media sosial dengan para <i>followers</i>					
8	Saya merasa puas dengan produk dari <i>smartphone</i> Xiaomi					

Brand Identity (X2)

Brand as Product

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki RAM yang besar dengan harga yang relatif terjangkau					
2	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki Resolusi Kamera yang tinggi					

Brand as Organization

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
3	Xiaomi memiliki reputasi industri yang baik di berbagai negara					
4	Xiaomi selalu melakukan riset dan inovasi baru di industri <i>Smartphone</i>					

Brand as Person

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
5	Xiaomi memiliki <i>personality</i> yang kuat dikalangan masyarakat sebagai <i>smartphone</i> yang futuristik					
6	Saya merasa Xiaomi tidak hanya berfokus pada penjualan, melainkan dapat memahami dan merespon kebutuhan pengguna dengan baik					

Brand as Symbol

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
7	Saya merasa logo/symbol Xiaomi memiliki desain yang mudah diingat					
8	Saya lebih mempercayai produk yang menggunakan logo sederhana dibandingkan dengan yang rumit					

Keputusan Pembelian (Y)

Pilihan Produk :

Konsumen dapat memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi karena memiliki spesifikasi yang terbaru					
2	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi karena harga nya relatif terjangkau					

Pilihan Merek :

Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
3	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi karena mereknya yang terkenal					
4	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi karena merupakan merek yang terpercaya					

Pilihan Penyalur :

Konsumen atau pembeli harus menentukan keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempertimbangkan masing-masing dalam hal menentukan penyalur dikarenakan berbagai faktor.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
5	Saya menelusuri spesifikasi dari produk <i>Smartphone</i> Xiaomi diberbagai penyalur toko resmi <i>offline</i>					
6	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi melalui toko resmi <i>online</i> karena ingin mencari diskon serta promo lainnya					

Waktu Pembelian :

Setiap konsumen berbeda-beda dalam menentukan waktu pembeliannya, misalnya ada yang membeli dalam kurun waktu tiga bulan sekali hingga satu tahun sekali. Tergantung pada kebutuhan dan keadaan konsumen itu sendiri.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
7	Saya memilih produk Xiaomi karena sesuai dengan kebutuhan saya					
8	Saya memilih membeli pada saat sedang ada promo yang menarik					

Jumlah Pembelian :

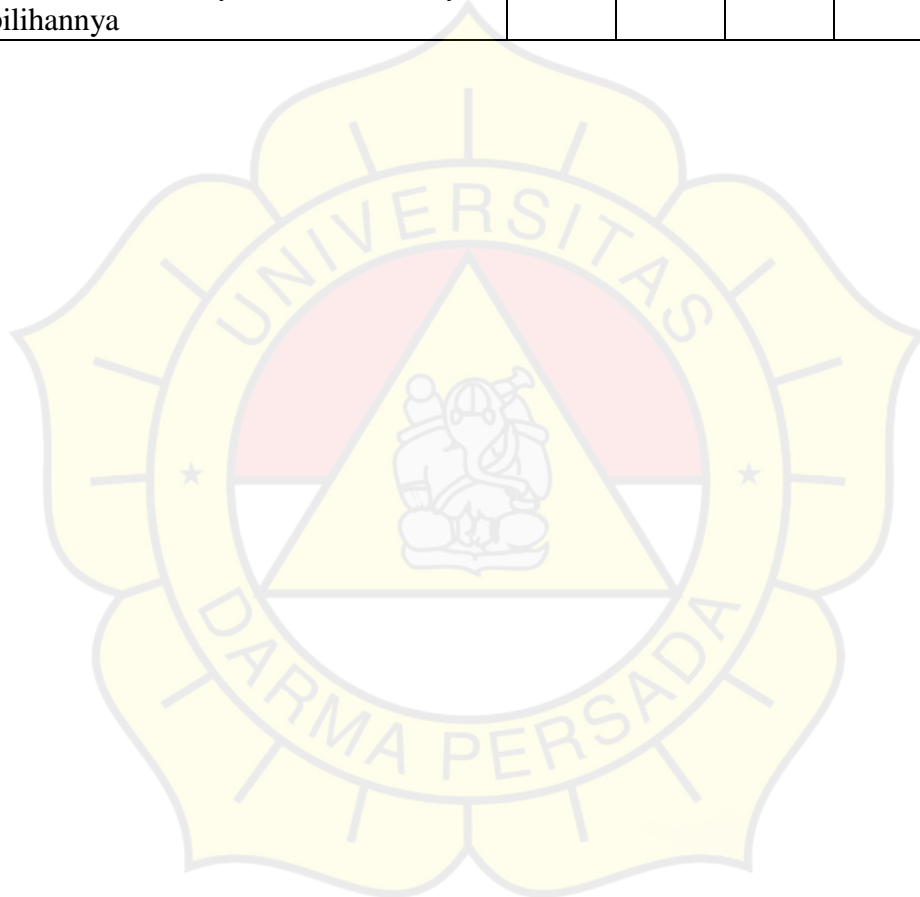
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat itu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk yang sesuai.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
9	Saya membeli aksesoris <i>Smartphone</i> Xiaomi untuk penunjang kebutuhan saya					
10	Saya membeli produk Xiaomi lebih dari 1 kali					

Metode Pembayaran :

Keputusan pembelian ini dipengaruhi bukan hanya dari aspek lingkungan dan keluarga, tetapi juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
11	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi di toko resmi <i>online</i> secara kredit					
12	Metode pembayaran Xiaomi sangat memudahkan saya karena banyak pilihannya					



LAMPIRAN 2 :

TABULASI DATA
PROFIL RESPONDEN

No.	Nama Responden	Nomor Handphone	E-Mail	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status Pekerjaan
1	Natalia Dinny	08777402****	nataliadinny@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
2	Farrel	08985567****	fareelabdlh@gmail.com	L	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
3	Angga Raihan H.	08196413****	anggahidayat501@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
4	Diffa Albana T.	08197781****	diffaalbana5@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
5	Andini P.	08569412****	dinipuspitaa547@gmail.com	P	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
6	Hazfihl	08821273****	aspilsumnatri@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
7	Lismawani	08788813****	lismawani1977@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Wirausaha
8	Sofyan	08788498****	bins.aya@gmail.com	L	>30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
9	Endang K.	08138710****	endangkurniasih207@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
10	Siti Umadiyah	08154876****	usiti835@gmail.com	P	>30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
11	Nurchayani	08128459****	nursyantik070277@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
12	Bahrul Alam	08131548****	lambahrulalam@gmail.com	L	>30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
13	Sherley	08953967****	sherley1186@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
14	Robi	08789643****	iborgituloh@gmail.com	L	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
15	Indra Irawan	08138910****	Indrairawan221@gmail.com	L	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
16	Syahrul R.	08967013****	syahrulramadhon439@gmail.com	L	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
17	Dea	08956344****	deyaknisa@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Ibu rumah tangga
18	Fadli	08128755****	fadlimanz89@gmail.com	L	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
19	Rahmat Seno H.	08158851****	rahmatseno.hariadi@gmail.com	L	>30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta

No.	Nama Responden	Nomor Handphone	E-Mail	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status Pekerjaan
20	Helmy Aprian	08772230****	helmyaprian78@gmail.com	L	>30 Tahun	Sarjana	Wirausaha
21	Vanny Kristianti	08786892****	vannykristianti@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
22	Ilham Adib P.	08515692****	ilhampriatama86@gmail.com	L	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
23	Anggun Salwa N.	08956191****	anggunsalwa289@gmail.com	P	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
24	Risa	08588354****	risa1234@gmail.com	P	>30 Tahun	Sarjana	Wirausaha
25	Rizky	08211025****	kurniawanrizki90464@gmail.com	L	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
26	Nurul Fadilah	08588995****	Nrlfdlh22@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
27	Cut Dara Thahira	08529793****	cutdarathahira@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	PNS
28	Melia Alvionita	08138220****	Meliaalvionita680@gmail.com	P	25-30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
29	Akhsan	08122111****	bellmouth1412@gmail.com	L	25-30 Tahun	Sarjana	Wirausaha
30	M. Dimas P.	08821048****	Mdimas339@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
31	Reynaldi	08951946****	mreynaldi2806@gmail.com	L	25-30 Tahun	SMA	PNS
32	Firdha	08212581****	dwiyuliafirdha@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
33	Devy	08982339****	devymania@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
34	Ica	08575290****	eyanjelika@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
35	Resti Anggraini	08190568****	Restianggraini1917@gmail.com	P	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
36	Sriayu Lestari	08138265****	sriayulestari170@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
37	Fajri	08122216****	Fajri.xb77@gmail.com	L	>30 Tahun	Sarjana	Wirausaha
38	Fahmi	08138398****	fahmiiali18@gmail.com	L	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
39	Helwiyah	08380831****	helwiyahnrr@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
40	Faradilla	08589108****	faradilla532@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
41	Risya	08139803****	Risyaputriyasinta0@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta

No.	Nama Responden	Nomor Handphone	E-Mail	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status Pekerjaan
42	Ananda Rizky	08821945****	Anndrzky.22@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
43	Ony	08968200****	onyagns@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
44	Yuliatin	08229962****	Dutaisolasi.atin@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
45	Adit	08124697****	enihshine@gmail.com	L	>30 Tahun	Magister	Karyawan Swasta
46	Yuni	08578137****	yyuni3149@gmail.com	P	>30 Tahun		Karyawan Swasta
47	Maryati	08158613****	maryatihidayatullah@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
48	Deviannistia S.	08788347****	Deviannistia.suyonoputri@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
49	M. Akmal	08224231****	Akmalmuhammad482@gmail.com	L	20-25 Tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
50	Daffana	08581153****	Daffanaaleyda11@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
51	Raisya	08783060****	Mmardiana687@gmail.com	P	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
52	Arif Nursidik	08560939****	Arifnursidik20@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
53	Yanti P.	08188249****	101012yanti@gmail.com	P	>30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
54	Ayi Sofie	08131696****	Aisofi0221@gmail.com	P	>30 Tahun	Sarjana	PNS
55	Vicky Nurfasari	08782384****	vnurfasari@gmail.com	L	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
56	Calvina Izumi	08962799****	calvinaizumib14@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Ibu rumah tangga
57	Atika Suri	08829955****	atikabule@gmail.com	P	25-30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
58	Hani	08212310****	Sleepykowski@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Wirausaha
59	Devina	08220553****	Mmaurer412@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
60	Viona Ayu Yunita	08966762****	vionaayu21@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
61	Gema	08123906****	gemapanigoro2398@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
62	Risma Maulida	08129500****	rismamaulida10@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta

No.	Nama Responden	Nomor Handphone	E-Mail	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status Pekerjaan
63	Sutri Kantri	08577951****	Sutrikantri11@gmail.com	P	25-30 Tahun	SMK	Karyawan Swasta
64	Lani	08131631****	lanilia0813@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Wirausaha
65	Ines Della	08190847****	dellaines1203@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
66	Pratiwi	08134569****	Pratiwiapri2006@gmail.com	P	17-20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
67	Annisa N.F	08965994****	Annisanurfatikha96@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
68	Rama Putra	08595636****	raputdiny@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
69	Nina Marianah	08581980****	ninamarianah50@gmail.com	P	>30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
70	Syamsu Rizal	08131005****	rizal.syamsu@gmail.com	L	>30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
71	Maria Elisabeth D.	08129137****	maria.elisabethdua@gmail.com	P	25-30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
72	Kae	08966921****	Ewulandari699@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Pencari Kerja
73	Sri Lestari	08135469****	lestari.khairana@gmail.com	P	>30 Tahun	Sarjana	Wirausaha
74	Oktavia Nurseva	08996723****	oktavia.nurseva4@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
75	Reka	08387021****	rekaleez@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
76	Sari Dewinta	08389334****	saridewinta38@gmail.com	P	>30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
77	Aliyah	08380613****	aliyahjunan@main.com	P	>30 Tahun	SMA	Wirausaha
78	Novi Fujiana	08167381****	Nvfujiana01@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
79	Rizki M.	08577129****	rizkimarahmatika@gmail.com	L	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
80	Niken Maharani	08132656****	nikenmhrmp22@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMK	Pelajar/Mahasiswa
81	Alikhwan	08580820****	Elikhwan@gmail.com	L	20-25 Tahun	Magister	Karyawan Swasta
82	Tiara	08521090****	tiaradwioktaviani@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta

No.	Nama Responden	Nomor Handphone	E-Mail	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status Pekerjaan
83	Indah	08128351****	Indahmaharani8097@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
84	Adelia	08129053****	adheliaumaya183@gmail.com	P	25-30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
85	Mutiara Putri	08777564****	mutiaraputri477@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
86	Wahyu Prasetyo	08121217****	wahyupy19@gmail.com	L	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
87	Maurin	08121286****	maurina1903@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
88	Rika Nur A.	08389915****	rikanur95.rrn@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
89	Erlina	08381516****	erlinatriyani30@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
90	Rio Alfiandhika	08121919****	rioalfiandhika.2708@gmail.com	L	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
91	Siti	08963151****	Sitilistiawati15@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
92	M. Zaenal A.	08571488****	muhhammadzaenalarifin26@gmail.com	L	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
93	Patty	08778231****	patricialiu02@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
94	Nazla Safira	08180352****	nazlasafira20@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
95	Niken	08127764****	vionaniken2@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	PNS
96	Salma	08953337****	Salmanadiyah36@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
97	Diah E.P	08966442****	diahendangpertiwi@gmail.com	P	20-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta
98	Indah Putri Handayani	08564755****	indahhandayani487@gmail.com	P	20-25 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
99	Denise Zara	08121463****	denisezaraarifullah@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	PNS
100	Lutfiah	08581172****	lutfiahrianty@gmail.com	P	25-30 Tahun	Sarjana	Karyawan Swasta

LAMPIRAN 3:

TABULASI DATA JAWABAN KUESIONER

P1	P2	P3	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Status Pekerjaan	Pengeluaran	Lama Membeli	Alasan Membeli	Tipe HP	Tempat Beli	Pengetahuan Merk	SOCIAL MEDIA MARKETING (X1)								BRAND IDENTITY (X2)								KEPUTUSAN PEMBELIAN																					
													X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Tot al X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Tot al X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Tot al Y							
1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	3	3	3	4	4	4	3	3	27	4	4	3	3	3	3	3	3	26	4	5	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	42					
1	1	1	3	2	4	1	2	2	1	1	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	3	3	3	3	3	3	4	26	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	39				
1	1	1	3	2	3	1	1	1	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	29	4	4	3	3	3	3	3	3	26	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	42				
1	1	1	1	2	3	1	3	1	3	3	2	1	3	3	4	4	4	4	3	3	28	5	4	3	3	3	3	4	3	28	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	4	3	43				
1	1	1	2	2	4	1	2	2	3	3	2	1	4	3	3	4	4	4	3	3	28	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	45					
1	1	1	3	2	3	1	1	1	2	2	2	2	3	4	4	4	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	40					
1	1	1	1	1	4	1	2	2	3	3	1	3	3	3	4	4	4	3	4	4	29	3	3	3	3	3	3	4	4	26	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	40						
1	1	1	1	2	4	1	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	3	4	4	4	4	3	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46					
1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	2	1	3	3	3	5	4	4	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	38				
1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	4	3	3	26	3	4	3	3	3	3	3	3	25	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	41				
1	1	1	2	1	4	1	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	25	4	4	4	4	4	4	5	3	32	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	45				
1	1	1	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	27	3	3	3	3	3	3	5	3	26	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39				
1	1	1	2	1	3	1	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	25	4	4	3	3	3	3	4	5	29	2	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	39				
1	1	1	1	1	4	1	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	4	4	3	3	27	3	4	3	3	3	4	3	26	4	4	3	3	3	3	4	3	26	4	4	3	4	4	3	4	3	41			
1	1	1	3	1	4	1	2	2	2	2	1	2	3	3	3	5	5	5	4	4	32	3	3	3	4	4	3	4	4	28	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	40				
1	1	1	3	1	2	1	1	1	3	3	1	3	4	4	4	3	3	3	3	27	3	3	3	4	3	3	5	3	27	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	42				
1	1	1	2	2	3	1	1	1	3	3	2	1	4	3	3	4	4	4	3	3	28	4	4	3	4	3	4	3	28	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	44				
1	1	1	2	2	4	1	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	4	4	26	4	4	3	3	3	4	4	28	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	40				
1	1	1	2	1	3	1	1	1	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48				
1	1	1	2	2	3	1	1	1	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	30	3	3	4	4	4	3	4	4	29	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	42				
1	1	1	2	2	2	1	3	3	1	1	2	1	4	3	3	4	4	4	3	3	28	4	4	4	4	3	3	5	3	30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	43			
1	1	1	3	2	4	1	3	3	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	3	30	4	4	3	4	4	3	5	3	30	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	44			
1	1	1	2	1	3	1	1	1	2	2	1	2	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39			
1	1	1	2	1	3	1	1	1	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	5	3	26	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37			
1	1	1	3	1	4	1	2	2	3	3	1	1	3	3	3	4	3	3	4	5	28	3	3	2	3	3	3	5	3	25	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	38				
1	1	1	2	2	3	1	1	1	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	27	4	4	3	3	3	4	3	27	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	41	
1	1	1	3	2	3	1	3	3	3	3	2	1	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	3	4	4	3	4	3	29	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46				
1	1	1	2	2	4	1	3	3	3	3	2	1	4	4	3	3	4	3	3	27	4	4	3	3	4	3	4	3	28	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	43		
1	1	1	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	4	5	4	28	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44		
1	1	1	2	2	4	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	26	3	3	3	3	3	5	3	26	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38		
1	1	1	3	1	2	1	1	1	3	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	29	4	4	3	3	4	5	4	30	3	4	3	3	3	4	5	4	30	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42	
1	1	1	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	30	3	4	3	4	3	3	4	4	28	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	41	
1	1	1	3	2	4	1	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	27	3	3	3	4	4	4	4	3	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	
1	1	1	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3	3	3	4	3	4	5	3	28	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	
1	1	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	3	3	4	3	29	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	
1	1	1	4	1	4	1	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	3	3	4	29	4	3	3	3	3	3	5	4	28	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	41
1	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	28	3	4	4	4	3	4	4	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
1	1	1	3	2	4	2	2	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	45	
1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3	4	28	4	3	3	3	4	4	5	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
1	1	1	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3	4	29	4	3	3	3	3	3	5	4																						

1	1	1	2	2	3	1	1	1	3	3	2	1	4	4	4	4	3	3	3	28	4	3	4	3	3	3	4	3	27	4	4	3	3	3	4	4	4	3	42
1	1	1	3	1	4	1	3	3	5	2	1	1	4	4	4	3	4	4	3	29	4	4	4	4	4	4	5	3	32	5	5	4	4	4	4	4	4	4	48
1	1	1	2	1	3	1	2	2	4	4	1	4	3	3	4	3	4	4	3	4	28	3	4	3	4	4	4	3	29	4	4	4	4	4	4	3	4	4	45
1	1	1	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	4	4	4	4	4	3	3	29	4	3	4	3	3	3	4	4	28	4	4	5	3	3	4	4	4	3	43
1	1	1	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	3	3	3	3	4	4	28	4	4	5	3	3	4	4	3	4	41
1	1	1	3	1	4	1	3	3	3	3	1	3	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	3	3	3	3	5	4	29	5	3	3	3	3	4	4	4	3	41
1	1	1	3	2	4	1	2	2	3	3	2	1	3	3	3	4	4	4	3	27	5	5	5	3	3	3	5	3	32	4	2	3	3	4	5	5	4	3	44
1	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	2	1	4	3	3	4	3	4	3	27	5	5	5	3	3	3	4	3	31	4	4	3	3	5	5	5	4	3	44
1	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	3	4	4	3	4	4	28	3	5	4	3	3	3	4	4	3	42



LAMPIRAN 4:

IDENTITAS RESPONDEN

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 Tahun	9	9.0	9.0	9.0
	20-25 tahun	47	47.0	47.0	56.0
	25-30 tahun	19	19.0	19.0	75.0
	>30 tahun	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	30	30.0	30.0	30.0
	Perempuan	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	0	.0	.0	.0
	SMP	0	.0	.0	.0
	SMA	52	52.0	52.0	52.0
	Sarjana	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	34	34.0	34.0	34.0
	Karyawan Swasta	52	52.0	52.0	86.0
	Wirausaha	9	9.0	9.0	95.0
	PNS	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pengeluaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 500.000	9	9.0	9.0	9.0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	12	12.0	12.0	21.0
	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	21	21.0	21.0	42.0
	>Rp. 2.000.000	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lama Membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Bulan	9	9.0	9.0	9.0
	2 Bulan	10	10.0	10.0	19.0
	3 Bulan	81	81.0	81.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Alasan_Membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Merek yang terkenal	17	17.0	17.0	17.0
	Selalu mengeluarkan inovasi dan update-an terbaru	4	4.0	4.0	21.0
	Kualitas Smartphone yang bagus dengan harga yang murah	59	59.0	59.0	80.0
	Desain yang mewah dan elegan	5	5.0	5.0	85.0
	Rekomendasi (keluarga, kerabat, media sosial)	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tipe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Redmi	29	29.0	29.0	29.0
	Redmi Note	49	49.0	49.0	78.0
	Mi	7	7.0	7.0	84.0
	Poco	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tempat Beli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Toko resmi offline Xiaomi di Jakarta	68	68.0	68.0	68.0
	Online Official Store / Marketplace	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



LAMPIRAN 5:

PERTANYAAN PENYARING

Statistics

		Apakah anda membeli Smartphone Xiaomi?	Apakah anda membeli maksimal 3 bulan terakhir?	Apakah anda mengetahui atau mengunjungi Instagram @xiaomi.indonesia?
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Apakah anda membeli Smartphone Xiaomi?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100.0	100.0	100.0

Apakah anda membeli maksimal 3 bulan terakhir?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100.0	100.0	100.0

Apakah anda mengetahui atau mengunjungi Instagram @xiaomi.indonesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100.0	100.0	100.0

LAMPIRAN 6:

JAWABAN RESPONDEN X1

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.91	3.77	3.83	3.97	3.99	3.87	3.85	3.81

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	26	26.0	26.0	26.0
	Setuju	57	57.0	57.0	83.0
	Sangat setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	37	37.0	37.0	37.0
	Setuju	49	49.0	49.0	86.0
	Sangat setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	34	34.0	34.0	34.0
	Setuju	49	49.0	49.0	83.0
	Sangat setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	21	21.0	21.0	21.0
	Setuju	61	61.0	61.0	82.0
	Sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	19	19.0	19.0	19.0
	Setuju	63	63.0	63.0	82.0
	Sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	29	29.0	29.0	29.0
	Setuju	55	55.0	55.0	84.0
	Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	34	34.0	34.0	34.0
	Setuju	47	47.0	47.0	81.0
	Sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	35	35.0	35.0	35.0
	Setuju	49	49.0	49.0	84.0
	Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 7:

JAWABAN RESPONDEN X2

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.83	3.93	3.74	3.80	3.75	3.71	3.81	3.79

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	31	31.0	31.0	31.0
	Setuju	55	55.0	55.0	86.0
	Sangat setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	28	28.0	28.0	28.0
	Setuju	51	51.0	51.0	79.0
	Sangat setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	40	40.0	40.0	41.0
	Setuju	43	43.0	43.0	84.0
	Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	38	38.0	38.0	38.0
	Setuju	44	44.0	44.0	82.0
	Sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	40	40.0	40.0	40.0
	Setuju	45	45.0	45.0	85.0
	Sangat setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	48	48.0	48.0	48.0
	Setuju	33	33.0	33.0	81.0
	Sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	37	37.0	37.0	37.0
	Setuju	45	45.0	45.0	82.0
	Sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	37	37.0	37.0	37.0
	Setuju	47	47.0	47.0	84.0
	Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 8:

JAWABAN RESPONDEN Y

		Statistics											
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.09	4.10	3.80	3.75	3.71	3.80	3.84	3.94	3.75	3.83	3.97	3.71

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	15	15.0	15.0	17.0
	Setuju	55	55.0	55.0	72.0
	Sangat setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	10	10.0	10.0	12.0
	Setuju	64	64.0	64.0	76.0
	Sangat setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	38	38.0	38.0	38.0
	Setuju	44	44.0	44.0	82.0
	Sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	40	40.0	40.0	40.0
	Setuju	45	45.0	45.0	85.0
	Sangat setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	48	48.0	48.0	48.0
	Setuju	33	33.0	33.0	81.0
	Sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	39	39.0	39.0	39.0
	Setuju	42	42.0	42.0	81.0
	Sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	30	30.0	30.0	30.0
	Setuju	56	56.0	56.0	86.0
	Sangat setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	27	27.0	27.0	27.0
	Setuju	52	52.0	52.0	79.0
	Sangat setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	39	39.0	39.0	40.0
	Setuju	44	44.0	44.0	84.0
	Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	34	34.0	34.0	34.0
	Setuju	49	49.0	49.0	83.0
	Sangat setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	21	21.0	21.0	21.0
	Setuju	61	61.0	61.0	82.0
	Sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	48	48.0	48.0	48.0
	Setuju	33	33.0	33.0	81.0
	Sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 9:

HASIL UJI VALIDITAS X1

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.682**	.565**	.413**	.352**	.441**	.533**	.454**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.682**	1	.791**	.482**	.384**	.427**	.676**	.572**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.565**	.791**	1	.497**	.352**	.368**	.616**	.582**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.413**	.482**	.497**	1	.421**	.502**	.597**	.522**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.352**	.384**	.352**	.421**	1	.621**	.504**	.545**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.441**	.427**	.368**	.502**	.621**	1	.513**	.541**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.533**	.676**	.616**	.597**	.504**	.513**	1	.880**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.454**	.572**	.582**	.522**	.545**	.541**	.880**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.723**	.821**	.783**	.717**	.672**	.713**	.872**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

LAMPIRAN 10:

HASIL UJI VALIDITAS X2

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.527**	.456**	.184	.392**	.283**	-.048	.253*	.591**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.067	.000	.004	.636	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.527**	1	.574**	.490**	.478**	.487**	-.267**	.485**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.456**	.574**	1	.566**	.540**	.474**	-.247*	.423**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.013	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.184	.490**	.566**	1	.755**	.601**	-.209*	.533**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.067	.000	.000		.000	.000	.037	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.392**	.478**	.540**	.755**	1	.650**	-.235*	.509**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.019	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.283**	.487**	.474**	.601**	.650**	1	-.192	.448**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000		.056	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	-.048	-.267**	-.247*	-.209*	-.235*	-.192	1	-.240*	.687
	Sig. (2-tailed)	.636	.007	.013	.037	.019	.056		.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.253*	.485**	.423**	.533**	.509**	.448**	-.240*	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.016		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.591**	.745**	.753**	.785**	.814**	.755**	-.087	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.392	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 11:

HASIL UJI VALIDITAS Y

		Correlations												Kaputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
Y1	Pearson Correlation	1	.157	.211*	.227*	.177	.150	.075	.093	.083	.235*	.097	.177	.344**
	Sig. (2-tailed)		.129	.035	.023	.078	.137	.456	.358	.414	.016	.329	.078	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.157	1	.065	.123	.141	.170	.039	.091	.011	.151	.008	.141	.258**
	Sig. (2-tailed)	.129		.521	.223	.162	.091	.701	.420	.915	.134	.941	.162	.010
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.211*	.065	1	.795**	.601**	.510**	.168	.498**	.573**	.632**	.565**	.601**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.035	.521		.000	.000	.000	.095	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.227*	.123	.795**	1	.650**	.595**	.379**	.467**	.529**	.614**	.396**	.650**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.023	.223	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.177	.141	.601**	.650**	1	.572**	.271**	.479**	.463**	.623**	.296**	1.000**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.078	.162	.000	.000		.000	.006	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.150	.170	.510**	.585**	.572**	1	.313**	.450**	.487**	.493**	.314**	.572**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.137	.091	.000	.000	.000		.002	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.075	.039	.168	.379**	.271**	.313**	1	.496**	.428**	.293**	.088	.271**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.456	.701	.095	.000	.006	.002		.000	.000	.011	.388	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.093	.091	.498**	.467**	.478**	.450**	.496**	1	.569**	.480**	.367**	.478**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.358	.420	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.083	.011	.573**	.529**	.463**	.487**	.428**	.569**	1	.491**	.337**	.463**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.414	.915	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.235*	.151	.632**	.614**	.623**	.493**	.253**	.480**	.491**	1	.497**	.623**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.016	.134	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	.097	.008	.565**	.396**	.296**	.314**	.088	.367**	.337**	.497**	1	.296**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.339	.941	.000	.000	.003	.001	.388	.001	.001	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	.177	.141	.601**	.650**	1.000**	.572**	.271**	.478**	.463**	.623**	.296**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.078	.162	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kaputusan Pembelian	Pearson Correlation	.344**	.258**	.796**	.821**	.818**	.725**	.478**	.696**	.700**	.781**	.537**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

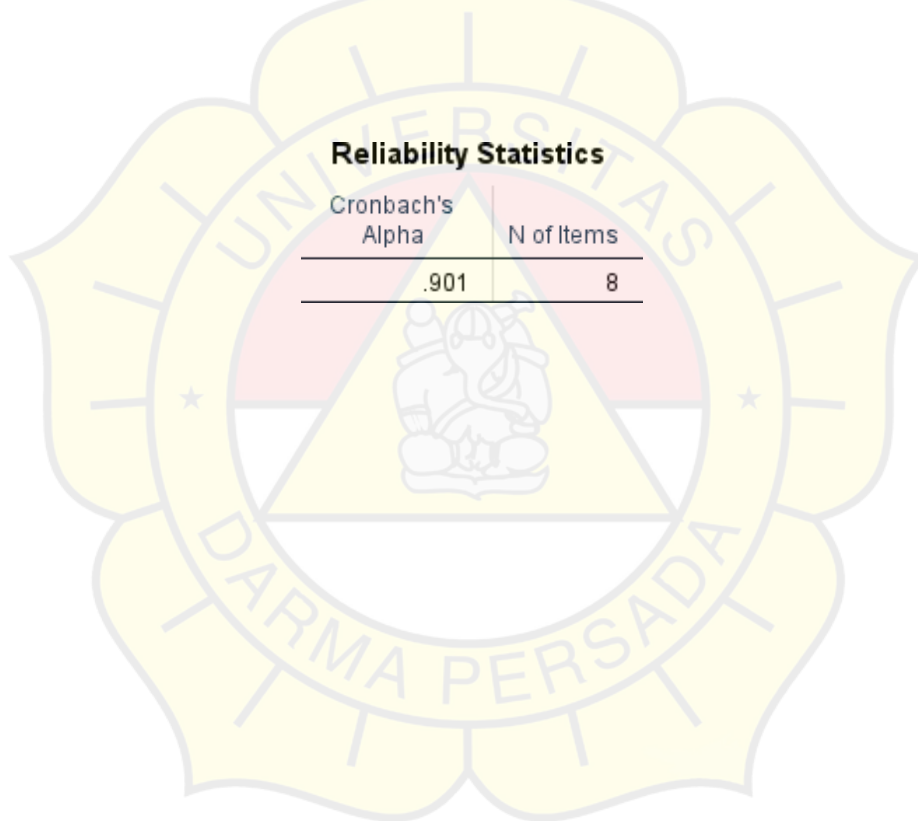
LAMPIRAN 12:**HASIL UJI RELIABILITAS X1****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	8



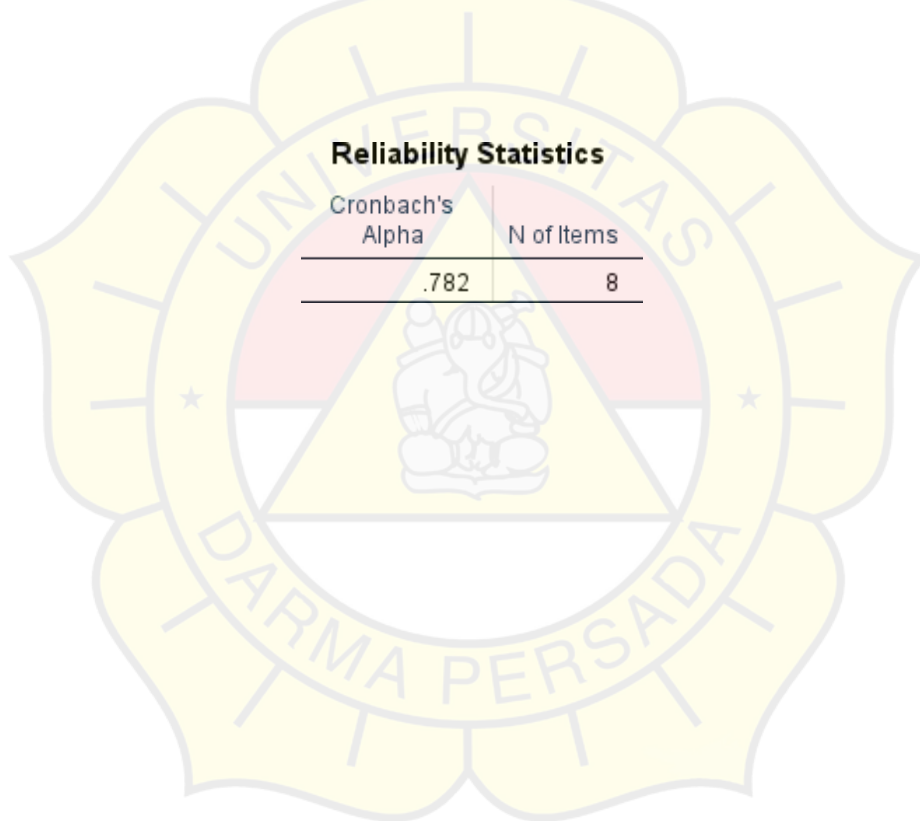
LAMPIRAN 13:**HASIL UJI RELIABILITAS X2****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	8



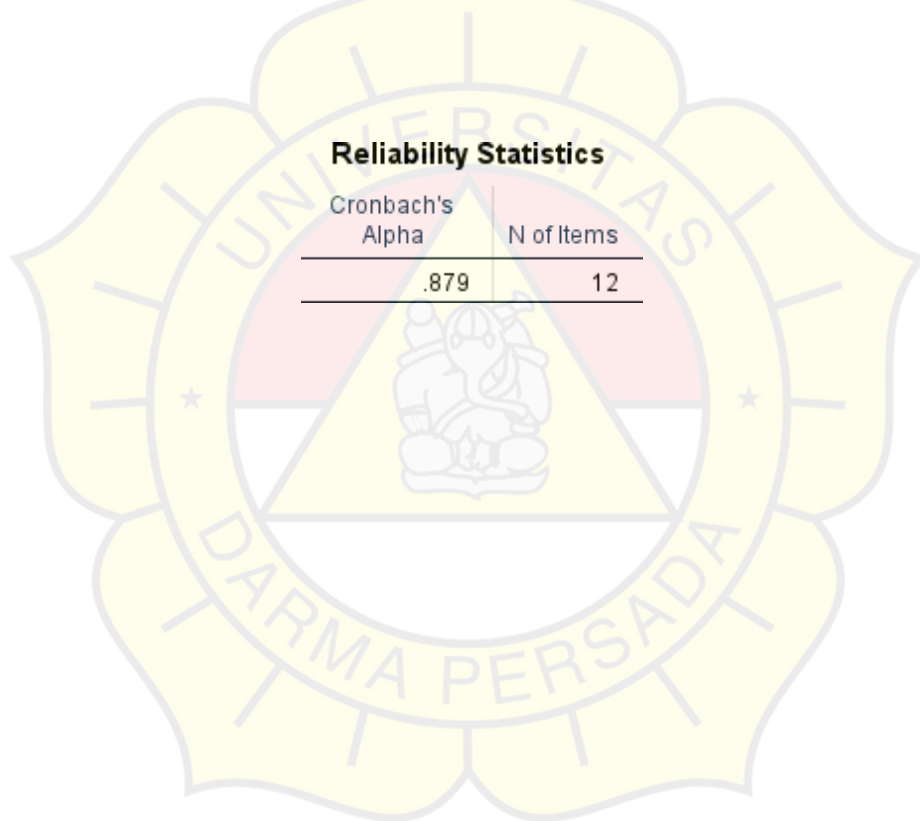
LAMPIRAN 14:**HASIL UJI RELIABILITAS Y****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	12



LAMPIRAN 15:

HASIL UJI NORMALITAS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	.892	.890	1.837

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2715.398	2	1357.699	402.507	.000 ^b
	Residual	327.192	97	3.373		
	Total	3042.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Coefficients^a

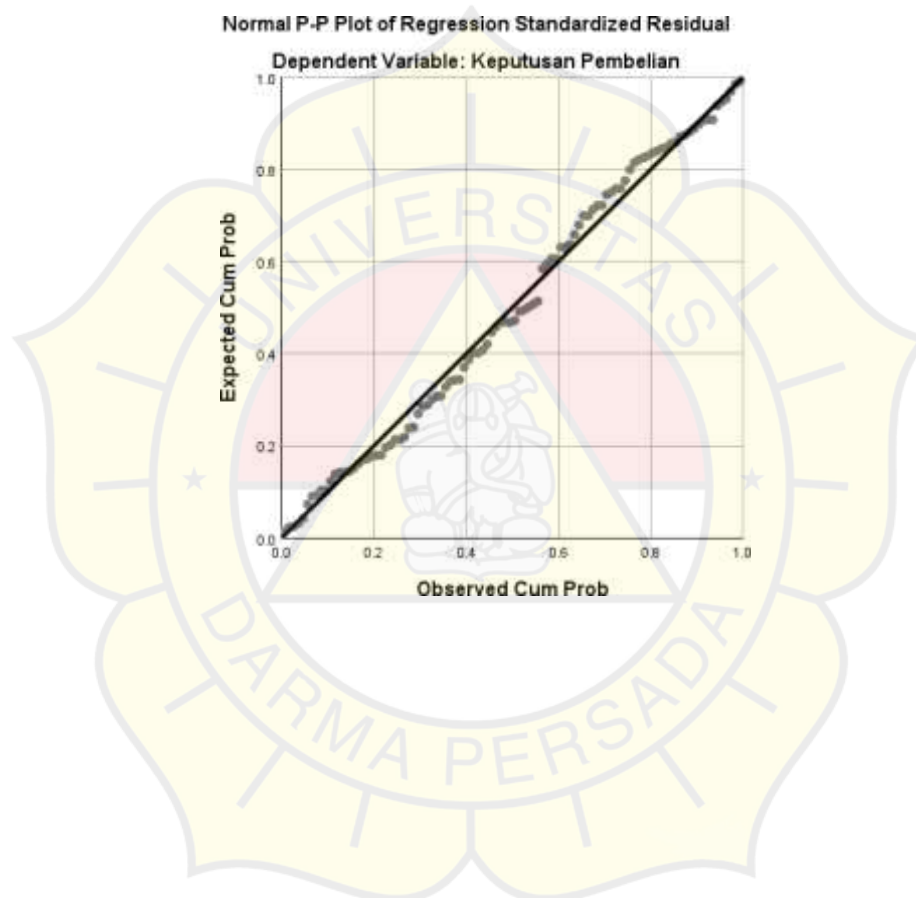
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.661	1.584		1.048	.297
	Total_X1	.358	.078	.265	4.597	.000
	Total_X2	1.105	.089	.716	12.414	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	37.12	57.95	46.29	5.237	100
Residual	-4.040	4.363	.000	1.818	100
Std. Predicted Value	-1.751	2.226	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.200	2.375	.000	.990	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



LAMPIRAN 16:

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total_X1	.333	2.999
	Total_X2	.333	2.999

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Total_X1	Total_X2
1	1	2.988	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	17.755	.92	.16	.04
	3	.003	32.952	.07	.84	.96

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 17:

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

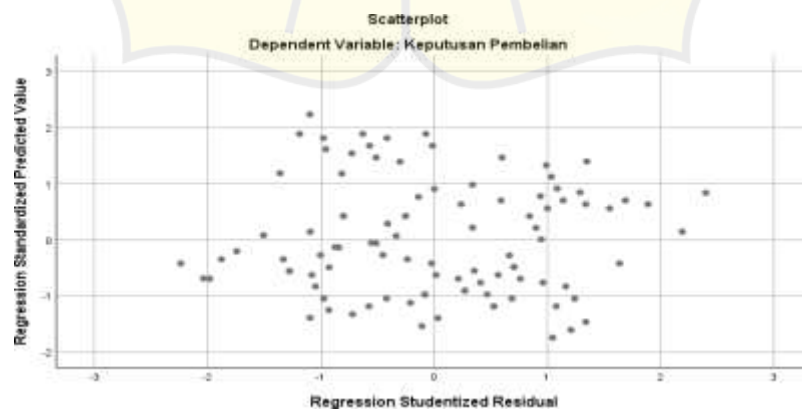
b. All requested variables entered.

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	37.12	57.95	46.29	5.237	100
Std. Predicted Value	-1.751	2.226	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.189	.620	.306	.088	100
Adjusted Predicted Value	37.04	58.08	46.30	5.247	100
Residual	-4.040	4.363	.000	1.818	100
Std. Residual	-2.200	2.375	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.237	2.399	-.002	1.004	100
Deleted Residual	-4.177	4.450	-.008	1.870	100
Stud. Deleted Residual	-2.285	2.461	-.002	1.011	100
Mahal. Distance	.060	10.283	1.980	1.834	100
Cook's Distance	.000	.075	.009	.012	100
Centered Leverage Value	.001	.104	.020	.019	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Charts



LAMPIRAN 18:

HASIL UJI ANALISIS LINEAR BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	.892	.890	1.837

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2715.398	2	1357.699	402.507	.000 ^b
	Residual	327.192	97	3.373		
	Total	3042.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

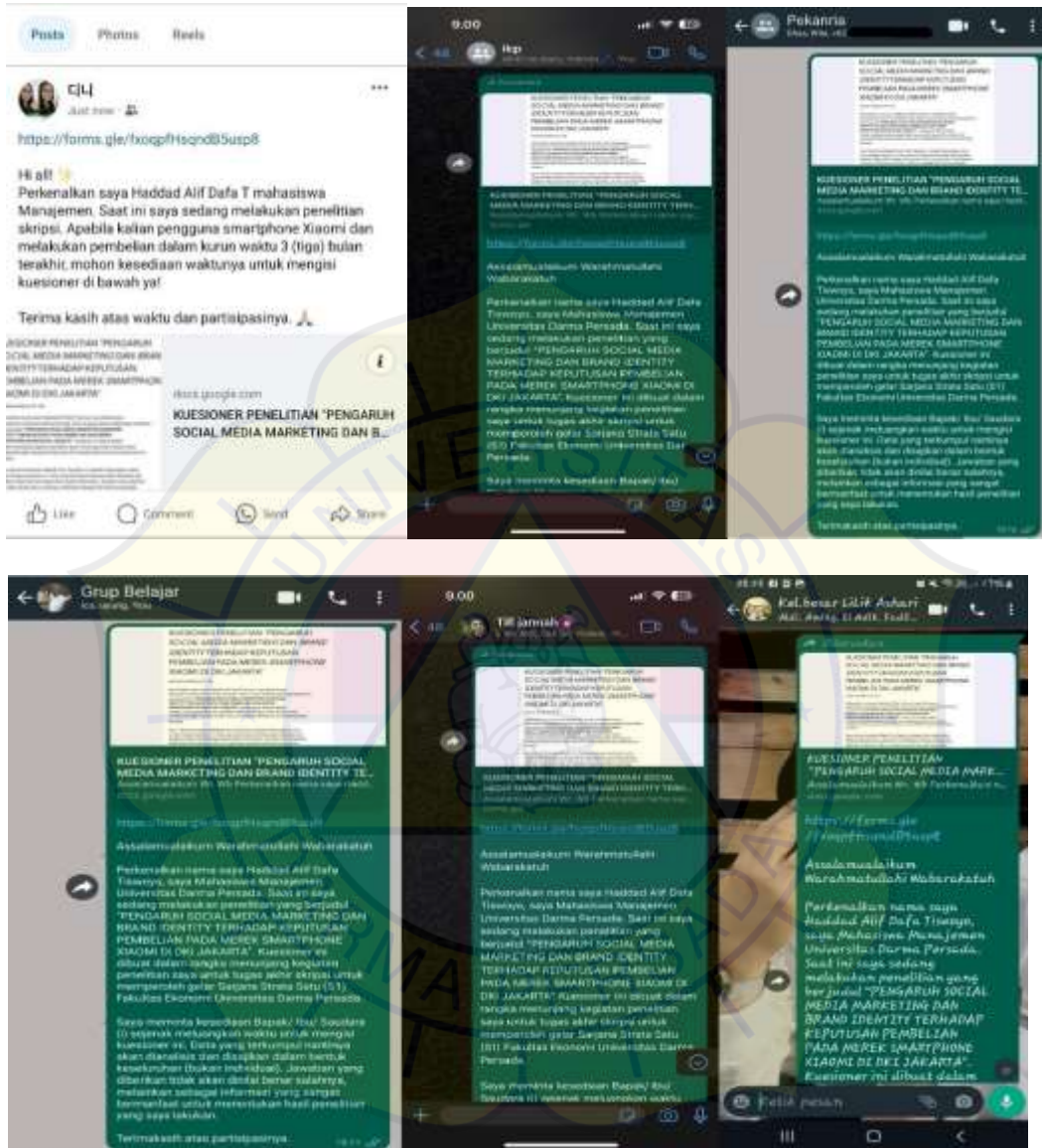
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.661	1.584		1.048	.297
	Total_X1	.358	.078	.265	4.597	.000
	Total_X2	1.105	.089	.716	12.414	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 19:

BUKTI PENYEBARAN KUESIONER



LAMPIRAN 20:**CATATAN BIMBINGAN KONSULTASI SKRIPSI**

Nama : Haddad Alif Dafa Tiswoyo
 NIM : 2018410045
 Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Identity*
 Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek *Smartphone*
 Xiaomi Di Wilayah DKI Jakarta
 Dosen Pembimbing : Ellena Nurfazria Handayani, S.E.,M.M

Hari/Tanggal	Pokok Pembahasan	Paraf Pembimbing
10/05/23	Pengajuan BAB I	
17/03/23	Revisi BAB I dan Pengajuan BAB II	
26/05/23	Acc BAB I, Revisi BAB II, dan Pengajuan BAB III	
12/06/23	Acc BAB II dan Revisi BAB II	
21/06/23	Acc BAB I, II, dan III untuk Sempro	
12/01/24	Konsultasi BAB IV, BAB V	
24/01/24	ACC BAB I,II,III,IV,V	

LAMPIRAN 21:**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****Biodata Diri :**

Nama : Haddad Alif Dafa Tiswoyo
Tempat, tanggal lahir : Bekasi, 22 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum menikah
Alamat : Pondok Ungu Permai Sektor V Blok A10 No. 5,
Bekasi, Jawa Barat
No. Telpon : 0859-3998-7513
Email : haddadalif.had99@gmail.com

Pendidikan :

2005 – 2011 : SDN Setia Asih 02-06 Bekasi
2011 – 2014 : SMPN 19 Kota Bekasi
2014 – 2017 : SMAN 10 Kota Bekasi
2018 – Sekarang : Universitas Darma Persada



**UNIVERSITAS DARMA PERSADA
UPT PERPUSTAKAAN**

Gedung Rektorat Lantai 3,
Jl.Taman Malaka Selatan, Pondok Kelapa – Jakarta Timur 13450

**SURAT KETERANGAN
HASIL PENGECEKAN TURNITIN**

UPT Perpustakaan Universitas Darma Persada menerangkan telah selesai melakukan pemeriksaan duplikasi/*similarity* menggunakan perangkat lunak Turnitin terhadap hasil karya sebagai berikut:

Judul : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND
IDENTITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK SMARTPHONE
XIAOMI DI DKI JAKARTA

Penulis : Haddad Alif Dafa Tiswoyo

NIM : 2018410045

Tgl pemeriksaan : 15 Juli 2025

Dengan hasil Tingkat Kesamaan (*similarity index*) 25%

Demikian Surat Keterangan kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 Juli 2025

Ka.UPT Perpustakaan Unsada



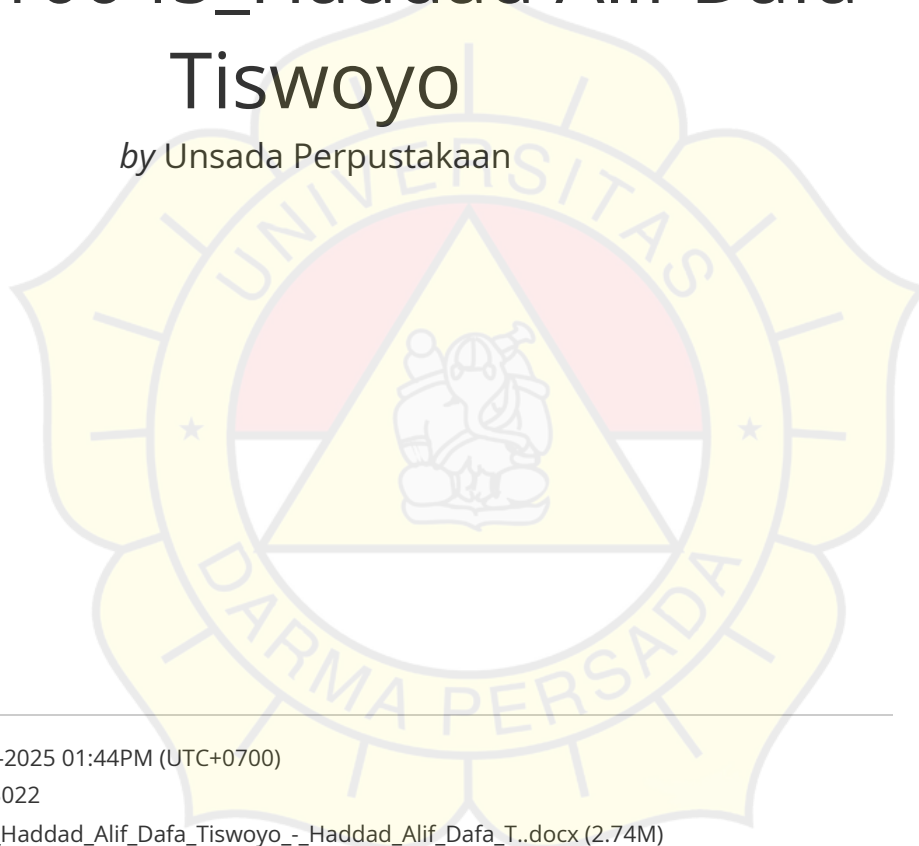
Yus Rusmiyati, SS., MM

Batas maksimal similarity 30% untuk Fakultas Sastra dan Ekonomi

Batas maksimal similarity 25% untuk Fakultas Teknik, Kelautan
dan Pasca Sarjana

2018410045_Haddad Alif Dafa Tiswoyo

by Unsada Perpustakaan



Submission date: 15-Jul-2025 01:44PM (UTC+0700)

Submission ID: 2715303022

File name: 2018410045_Haddad_Alif_Dafa_Tiswoyo_-_Haddad_Alif_Dafa_T..docx (2.74M)

Word count: 14646

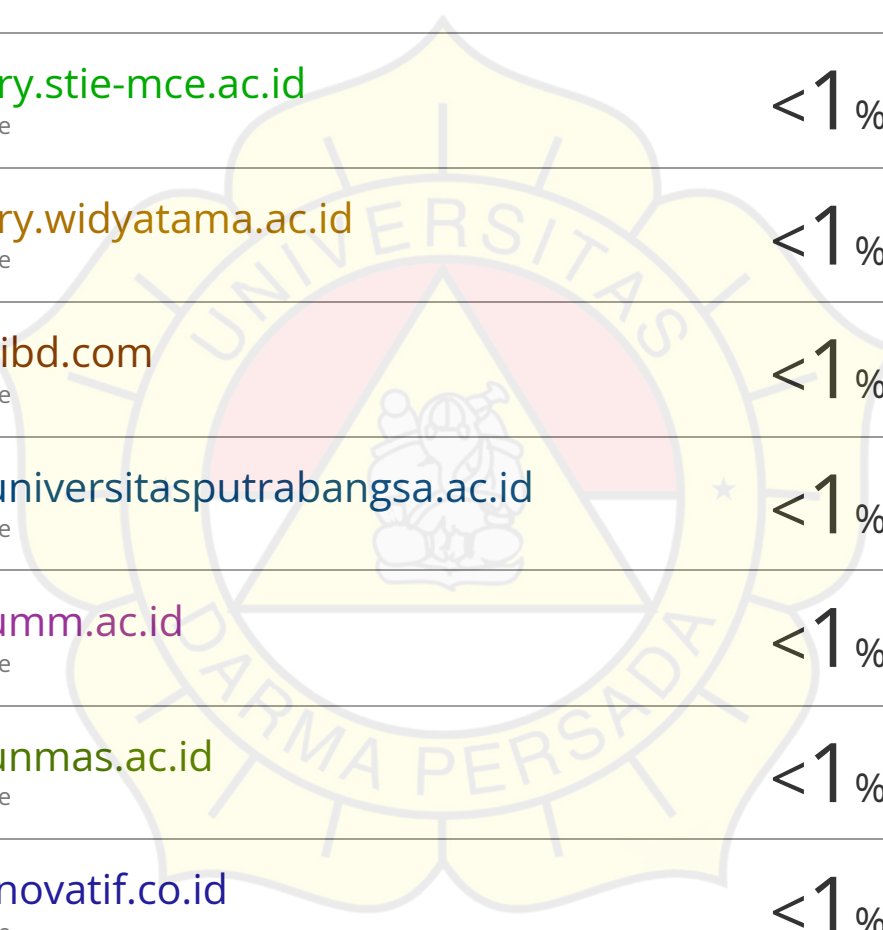
Character count: 94005

ORIGINALITY REPORT

25% SIMILARITY INDEX	25% INTERNET SOURCES	15% PUBLICATIONS	% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
4	repository.usm.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
7	repo.stie-pembangunan.ac.id Internet Source	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
10	journal.ubm.ac.id Internet Source	<1%
11	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1%
12	es.scribd.com Internet Source	<1%



13	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
15	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
16	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.stie-mce.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.scribd.com Internet Source	<1 %
20	eprints.universitaspotrabangsa.ac.id Internet Source	<1 %
21	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
22	eprints.unmas.ac.id Internet Source	<1 %
23	journal.inovatif.co.id Internet Source	<1 %
24	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	<1 %
25	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	<1 %
26	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %

27	id.123dok.com Internet Source	<1 %
28	docplayer.info Internet Source	<1 %
29	jwm.ulm.ac.id Internet Source	<1 %
30	jurnal.polinema.ac.id Internet Source	<1 %
31	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
32	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
33	repository.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
34	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
35	repositori.uin-alaududdin.ac.id Internet Source	<1 %
36	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
37	adoc.pub Internet Source	<1 %
38	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
39	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
40	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %

repository.trisakti.ac.id

41	Internet Source	<1 %
42	eskripsi.usm.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
44	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
45	Sally Syahfitri, M. Chaerul Rizky, Meia Syahvani Ardhana, Dearní Gresya, Nurul Purnaning Tias. "Analysis of Traditional Fishermen's Income and Productivity on the Welfare Level of the Community in Kwala Besar Village", Indonesian Journal of Innovation Studies, 2025 Publication	<1 %
46	docobook.com Internet Source	<1 %
47	ejurnal.seminar-id.com Internet Source	<1 %
48	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
49	Enjelina Novita Mandagi, Meidy S.S. Kantohe, Johny Manaroinson. "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Pada Kantor Samsat Kota Tomohon", Journal of Culture Accounting and Auditing, 2024 Publication	<1 %
50	core.ac.uk Internet Source	<1 %

51	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
52	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
53	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
54	repository-feb.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
55	jfin-swufe.springeropen.com Internet Source	<1 %
56	jurnal.isvill.ac.id Internet Source	<1 %
57	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
58	I Kadek Rupayana, I Wayan Suartina, IA Mashyuni. "Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar", Widya Amrita, 2021 Publication	<1 %
59	Nuraini Aisiyah, Mujiati Mujiati, Tri Idawijayanti. "Analisis Korelasi Peningkatan Pendapatan dan Kegiatan Reforma Agraria di Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang", Tunas Agraria, 2025 Publication	<1 %
60	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
61	library.polmed.ac.id Internet Source	<1 %

62	repository.stiatabalong.ac.id Internet Source	<1 %
63	repository.uir.ac.id Internet Source	<1 %
64	repository.unifa.ac.id Internet Source	<1 %
65	Annisa Annisa, Indah Permatasari, Vitria Puri Rahayu, Ratna Fitri Astuti. "Pengaruh Social Media Marketing dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian Jims Honey di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
66	e-jurnal.stie-ibek.ac.id Internet Source	<1 %
67	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
68	www.msn.com Internet Source	<1 %
69	eprints.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
70	repository.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
71	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	<1 %
72	Megezz Duwiri, Theo Allo Layuk, Novalia Bleskadit. "Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern, Kualitas Pemeriksaan Pajak Dan Kesadaran	<1 %

Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
Orang Pribadi Yang Memiliki UMKM di Kota
Jayapura", JURNAL AKUNTANSI DAN
KEUANGAN DAERAH, 2020

Publication

73 ejournal.unitomo.ac.id <1 %
Internet Source

74 repository.unej.ac.id <1 %
Internet Source

75 Deandra Zafirah, Fullchis Nurtjahjani,
Mohammad Maskan. "Pengaruh Social Media
Marketing dan Inovasi Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Di UMKM Jahe Mbah
Jayus Malang", Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen,
Akuntansi dan Bisnis, 2024 <1 %
Publication

76 Ika Novaliana, Prasetya Tri Mahendra, Dyah
Suswanti Respatiningtias, Verninda Noviliana.
"Analisis Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Pembelian Skincare Skintific",
REVITALISASI, 2024 <1 %
Publication

77 elitasuratmi.wordpress.com <1 %
Internet Source

78 eprints.kwikkiangie.ac.id <1 %
Internet Source

79 Risma Septiani, Kumara Adji Kusuma, Dewi
Andriani. "PENGARUH KOMPETENSI, DISIPLIN,
DAN KENYAMANAN LINGKUNGAN KERJA
TERHADAP TURNOVER INTENTION PADA PT.
INDONESIA MULTI COLOUR PRINTING <1 %

(IMCP)", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Publication

80	ejournal.warunayama.org Internet Source	<1 %
81	repository.eka-prasetya.ac.id Internet Source	<1 %
82	repository.paramadina.ac.id Internet Source	<1 %
83	elib.unikom.ac.id Internet Source	<1 %
84	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1 %
85	jptam.org Internet Source	<1 %
86	media.neliti.com * Internet Source	<1 %
87	ojs.stie-tdn.ac.id Internet Source	<1 %
88	repository.itbwigalumajang.ac.id Internet Source	<1 %
89	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
90	eprints2.undip.ac.id Internet Source	<1 %
91	eprints3.upgris.ac.id Internet Source	<1 %
92	erepo.unud.ac.id Internet Source	<1 %

93	journal.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %
94	jurnaluniv45sby.ac.id Internet Source	<1 %
95	ojs.stimihandayani.ac.id Internet Source	<1 %
96	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
97	repository.unim.ac.id Internet Source	<1 %
98	repository.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
99	satrio-sanz.blogspot.com Internet Source	<1 %
100	Anita Rahmawaty. "PENGARUH SERVICE PERFORMANCE, KEPUASAN, TRUST DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS", INFERENSI, 2016 Publication	<1 %
101	Fuad Hasan, Annan Awang Ghiffari. "Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang di Kedai Kopi Wajik Coffee Kudus", JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 2024 Publication	<1 %
102	Jihan Nabilla Putry, Bambang Indratno Gunawan, Fitriyana Fitriyana. "PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI IKAN ASIN BIAWAN (HELOSTOMA TEMMINCKII) DI KAMPUNG MUARA BELOAN KECAMATAN MUARA PAHU KABUPATEN KUTAI BARAT",	<1 %

103 Wasti Reviandani. "PENGARUH PENGALAMAN KEUANGAN DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN KELUARGA DI DESA YOSOWILANGUN KECAMATAN MANYAR GRESIK", MANAJERIAL, 2019

Publication

104 ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id <1 %
Internet Source

105 j-innovative.org <1 %
Internet Source

106 repository.its.ac.id <1 %
Internet Source

107 sportdocbox.com <1 %
Internet Source

108 Aditya Fahmi. "Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Purchase Decision pada Produk Starbucks", Jurnal Simki Economic, 2023

Publication

109 Dwi Indah Utami, Muhammad Adib Mukhtar. "PENGARUH HARGA DAN KOLABORASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU LOKAL AEROSTREET", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2024

Publication

110 Hariko Wayra, Dwi Fionasari. "Determinan Tax Morale Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan(Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan Yang Terdaftar

Di Kantor Pelayanan Pajak Tampan Kota
Pekanbaru)", Jurnal IAKP : Jurnal Inovasi
Akuntansi Keuangan & Perpajakan, 2025

Publication

111 Nabila Turahma Niah Butarbutar, Hasnah Rimiati. "Pengaruh Pemasaraan Media Sosial Pada Niat Beli Ulang Melalui Ekuitas Merek di Industri Kosmetik", Journal of Business and Halal Industry, 2024

Publication

112 Suhartini Suhartini. "Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Cilegon Fabricators (Divisi Engeneering)", eCo-Buss, 2021

Publication

113 Yayah Robiatul Adhawiyah, Mochammad Isa Anshori. "PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KESADARAN MEREK (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo)", Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi, 2019

Publication

114 diditcool97.blogspot.com

Internet Source

115 etd.repository.ugm.ac.id

Internet Source

116 id.scribd.com

Internet Source

117 idtesis.com

Internet Source

118 journal.stiestekom.ac.id

Internet Source

119	publication.petra.ac.id Internet Source	<1 %
120	repo.polinpdg.ac.id Internet Source	<1 %
121	repo.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
122	repository.stikeshangtuah-sby.ac.id Internet Source	<1 %
123	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
124	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
125	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
126	st293545.sitekno.com Internet Source	<1 %
127	vdocuments.site Internet Source	<1 %
128	www.iraq-ild.org Internet Source	<1 %
129	www.neliti.com Internet Source	<1 %
130	Asri Tsamrotul Fuadah, Ridho Riadi Akbar. "Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Club di Kota Bandung", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025 Publication	<1 %

131	Internet Source	<1 %
132	autor.kolafa.name Internet Source	<1 %
133	bembyagus.blogspot.com Internet Source	<1 %
134	ejurnal.binawakya.or.id Internet Source	<1 %
135	ekonomi.kompas.com Internet Source	<1 %
136	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
137	happy-new-year-2016-wishes.com Internet Source	<1 %
138	intropublica.org Internet Source	<1 %
139	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	<1 %
140	jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
141	jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id Internet Source	<1 %
142	jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	<1 %
143	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
144	pentakpatahpon.blogspot.com Internet Source	<1 %
145	publikasi.dompetdhuafa.org	

Internet Source

<1 %

146 repository.stietribhakti.ac.id

Internet Source

<1 %

147 repository.uhn.ac.id

Internet Source

<1 %

148 repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

149 rinjani.unitri.ac.id

Internet Source

<1 %

150 techno.okezone.com

Internet Source

<1 %

151 toffee.dev.com

Internet Source

<1 %

152 www.hrw.org

Internet Source

<1 %

153 www.mitranetra.or.id

Internet Source

<1 %

154 www.mobile-phones.cn

Internet Source

<1 %

155 www.prestashop-id.com

Internet Source

<1 %

156 Kasriel Wardient Samad, Yendra Yendra, Imran S.M. Nur. "Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek Smartphone Samsung: Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Yapis Papua", Prosiding Seminar Nasional Forum

<1 %

157 Nafiudin Nafiudin. "Peningkatan Kinerja Karyawan Pada Dealer Honda Auto Serang Banten Melalui Employee Engagement dan Komunikasi Internal", Jurnal Manajemen, 2020

Publication

<1 %

158 Opan Arifudin, Yayan Sofyan, Rahman Tanjung, Udin Wahrudin. "PENGARUH PENJUALAN PERSONAL DAN LOKASI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Survey Pada Dealer Kamera Digital Panasonic Di Kota Bandung)", Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2020

Publication

<1 %

159 gicipress.com
Internet Source

<1 %

160 johannessimatupang.wordpress.com
Internet Source

<1 %

161 Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny, GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati. "Advances in Business, Management and Entrepreneurship", CRC Press, 2020

Publication

<1 %

162 Jane Grace Poluan, Christy Natalia Rondonuwu, Merlyn Mourah Karuntu. "PENGARUH GAYA HIDUP DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAPA KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK LOKAL (STUDI PADA MAHASISWA FEB UNSRAT MANADO)", JMBI

<1 %

UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2024

Publication

163 Widiya Dewi Anjaningrum, Agus Purnomo Sidi. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing", Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 2018

Publication

<1 %

164 statistik.jakarta.go.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

