

LAMPIRAN - LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

BAGIAN 1: PENGANTAR/PERKENALAN

Perkenalkan saya Yudha Pratama, mahasiswa Program Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Parasocial Interaction, Persuasion Knowledge, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pembelian Skincare Glad2glow Di Jabodetabek)”** sebagai pemenuhan tugas akhir atau syarat kelulusan dari studi yang saya jalani.

Saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner penelitian saya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Telah menggunakan produk skincare Glad2Glow,
2. Berdomisili di wilayah Jabodetabek,
3. Aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi atau ulasan produk.

Kuesioner ini akan memakan waktu sekitar 5–7 menit. Semua jawaban yang Anda berikan akan digunakan sepenuhnya hanya untuk tujuan akademik dan bersifat rahasia. Anda dapat berhenti kapan pun bila merasa tidak nyaman. Atas perhatian dan kesediaan Anda, saya ucapkan terima kasih.

BAGIAN 2: PERTANYAAN SCREENING & DATA RESPONDEN

1. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. Usia:
 - < 15 tahun
 - 15–30 tahun
 - 31–45 tahun

- 46–60 tahun
3. Domisili saat ini:
- Jabodetabek
 - Luar Jabodetabek (Cukup sampai di sini. Terima kasih atas partisipasi Anda)
4. Pekerjaan:
- Pelajar/Mahasiswa
 - Karyawan
 - Wirausaha
 - Ibu Rumah Tangga
 - Yang lain _____
5. Apakah Anda pernah membeli Produk Glad2Glow?
- Ya
 - Tidak (Cukup sampai di sini. Terima kasih atas partisipasi Anda)
6. Seberapa sering Anda menggunakan media sosial untuk mencari informasi atau ulasan produk?
- Setiap hari
 - Beberapa kali seminggu
 - Hanya saat ingin membeli suatu produk
 - Tidak Pernah (Cukup sampai di sini. Terima kasih atas partisipasi Anda)

BAGIAN 3: PERTANYAAN INTI

Petunjuk: Berikan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda berdasarkan skala berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju,
- 2 = Tidak Setuju,
- 3 = Cukup Setuju,
- 4 = Setuju,
- 5 = Sangat Setuju

1. *Parasocial Interaction (Sokolova & Kefi, 2020)*

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5
PSI1	Saya merasa influencer (seperti Dokter Detektif) memberikan informasi yang bermanfaat tentang produk skincare Glad2glow.					
PSI2	Saya merasa memiliki kedekatan pandangan dengan influencer (seperti Dokter Detektif) saat menonton konten mengenai Glad2glow.					
PSI3	Saya memperoleh manfaat dengan cara penyampaian influencer (seperti Dokter Detektif) dalam membahas produk skincare Glad2glow.					
PSI4	Saya merasa influencer (seperti Dokter Detektif) memiliki keahlian dalam memberikan rekomendasi skincare seperti Glad2glow.					
PSI5	Saya merasa influencer (seperti Dokter Detektif) memiliki penampilan yang menarik sebagai seorang influencer skincare.					

2. *Persuasion Knowledge (Boerman et al., 2018)*

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5
PK1	Saya merasa promosi produk Glad2glow oleh influencer dilakukan dengan cara yang wajar dan profesional.					
PK2	Saya merasa menyukai cara influencer menyampaikan promosi tentang produk Glad2glow.					
PK3	Saya merasa memahami tujuan promosi yang dilakukan influencer terhadap produk Glad2glow.					
PK4	Saya merasa sadar bahwa promosi influencer dapat mempengaruhi keputusan pembelian orang lain.					
PK5	Saya merasa memahami bahwa konten promosi Glad2glow bertujuan untuk mendorong pembelian.					

3. *Electronic Word of Mouth (Goyette et al., 2010)*

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5
EW1	Saya merasa ulasan tentang produk Glad2glow di media sosial memberikan informasi yang berguna.					
EW2	Saya merasa rekomendasi tentang Glad2glow yang saya baca dari berbagai sumber konsisten.					
EW3	Saya merasa rating tinggi pada produk Glad2glow mendorong saya untuk mempertimbangkan pembelian.					
EW4	Saya merasa isi ulasan tentang Glad2glow ditulis dengan cara yang jelas dan mudah dipahami.					
EW5	Saya sering menemukan ulasan atau komentar tentang Glad2glow di media sosial dan platform online.					

4. Keputusan Pembelian (*Hanaysha, 2018*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5
KP1	Saya merasa senang telah membeli produk skincare Glad2glow.					
KP2	Saya akan merekomendasikan Glad2glow kepada orang lain.					
KP3	Saya sering membeli produk Glad2glow dibandingkan produk lain.					
KP4	Saya berniat membeli kembali produk Glad2glow di masa mendatang.					
KP5	Saya puas dengan keputusan membeli produk skincare Glad2glow.					

BAGIAN 4: PENUTUP

Terima kasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Jawaban Anda sangat berharga bagi penelitian saya dan akan dijaga kerahasiaannya. Bila ada pertanyaan lebih lanjut, silakan hubungi saya melalui email: yudha.pratama@student.upj.ac.id

Lampiran 2. Jawaban Responden

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5
5	4	4	5	5
5	4	4	5	4
4	5	4	4	5
5	5	4	4	5
5	4	5	4	4
4	4	5	4	5
5	4	5	4	5
5	4	4	5	5
5	4	5	5	5
5	4	5	5	5
5	4	4	5	5
5	4	5	5	4
4	4	5	4	5
5	4	5	5	5
5	4	4	5	5
4	4	5	5	5
5	5	4	4	5
3	3	3	4	4
5	4	4	5	5
3	4	5	3	4
4	3	4	4	4
3	4	3	3	4
4	3	3	4	4
5	4	5	5	4
5	5	4	5	4
4	5	5	5	5
5	4	5	4	4
4	4	5	5	4
4	3	4	3	4
3	4	3	3	3
2	2	2	3	1
5	5	5	4	5
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
5	4	4	4	4
5	4	5	4	5
3	3	3	3	3
4	4	5	5	4
4	5	5	5	4
4	4	3	3	4
5	3	3	3	3
4	4	3	3	3
4	4	3	3	4

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

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

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

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

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5
5	5	4	4	5
5	4	5	5	4
4	5	5	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
5	4	5	5	4
4	5	5	4	4
4	4	5	5	5
4	3	5	4	5
4	4	5	4	5
5	4	5	5	4

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

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

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

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

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

X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5
5	3	4	4	5
5	4	3	5	5
5	4	4	5	4
5	4	4	5	5
4	4	4	4	4
5	5	4	5	4
5	4	4	5	5
5	4	5	5	5
5	5	4	5	4
4	5	3	5	5
5	4	4	5	4
4	5	5	4	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
4	5	5	4	3
5	5	5	5	5
5	5	5	4	5
3	3	3	3	4
4	5	5	4	4
3	4	4	3	4
3	3	4	4	4
5	3	3	3	4
2	2	3	2	3
4	4	5	4	4
4	4	5	4	4
4	5	5	5	5

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

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

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

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

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

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
5	3	4	4	4
3	5	4	5	5
5	4	5	5	4
5	5	4	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
5	4	5	5	4
4	5	5	4	5
5	5	4	5	4
3	5	5	5	4
5	4	5	4	4
5	4	4	5	5
4	4	5	4	5
5	5	4	5	5
3	4	4	5	4
4	5	5	5	5
5	4	4	5	5
4	4	4	3	3
5	4	4	5	4
3	5	5	4	4
4	4	4	3	3
3	3	4	5	3
3	3	2	3	3
5	5	4	5	5
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
5	4	4	5	5
5	4	4	5	4
3	4	2	3	4
4	3	3	3	3
2	2	3	2	4
5	4	4	5	5
5	4	4	5	5
4	4	5	4	5
5	4	5	4	5
4	5	5	4	5
3	3	2	3	2
4	4	4	4	5
4	4	4	5	5
4	4	5	5	4

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

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

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

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

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

Uji Pilot (Uji Validitas X1)

		Correlations					
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	Parasocial Interaction
X1_1	Pearson Correlation	1	.304	.377*	.675**	.455*	.812**
	Sig. (2-tailed)		.103	.040	<.001	.011	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.304	1	.233	.227	.379*	.562**
	Sig. (2-tailed)	.103		.216	.227	.039	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	.377*	.233	1	.360	.339	.666**
	Sig. (2-tailed)	.040	.216		.051	.067	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	.675**	.227	.360	1	.461*	.789**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.227	.051		.010	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1_5	Pearson Correlation	.455*	.379*	.339	.461*	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.011	.039	.067	.010		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Parasocial Interaction	Pearson Correlation	.812**	.562**	.666**	.789**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Pilot (Uji Validitas X2)

		Correlations					
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	Persuasion Knowledge
X2_1	Pearson Correlation	1	.211	.314	.357	.347	.642**
	Sig. (2-tailed)		.262	.092	.053	.060	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.211	1	.210	.140	.269	.504**
	Sig. (2-tailed)	.262		.265	.461	.151	.004
	N	30	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.314	.210	1	.543**	.393*	.765**
	Sig. (2-tailed)	.092	.265		.002	.032	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.357	.140	.543**	1	.381*	.725**
	Sig. (2-tailed)	.053	.461	.002		.038	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2_5	Pearson Correlation	.347	.269	.393*	.381*	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.060	.151	.032	.038		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Persuasion Knowledge	Pearson Correlation	.642**	.504**	.765**	.725**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Pilot (Uji Validitas X3)

		Correlations					Electronic Word of Mouth
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	
X3_1	Pearson Correlation	1	.481**	.218	.693**	.525**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.007	.248	<.001	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X3_2	Pearson Correlation	.481**	1	.592**	.607**	.465**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.007		<.001	<.001	.010	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X3_3	Pearson Correlation	.218	.592**	1	.255	.235	.604**
	Sig. (2-tailed)	.248	<.001		.174	.211	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X3_4	Pearson Correlation	.693**	.607**	.255	1	.583**	.835**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.174		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X3_5	Pearson Correlation	.525**	.465**	.235	.583**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.003	.010	.211	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Electronic Word of Mouth	Pearson Correlation	.779**	.841**	.604**	.835**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Uji Pilot (Uji Validitas Y)

		Correlations					Keputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	.131	.246	.390*	.351	.607**
	Sig. (2-tailed)		.490	.191	.033	.057	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.131	1	.439*	.441*	.584**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.490		.015	.015	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.246	.439*	1	.487**	.409*	.716**
	Sig. (2-tailed)	.191	.015		.006	.025	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.390*	.441*	.487**	1	.594**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.033	.015	.006		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.351	.584**	.409*	.594**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.057	<.001	.025	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.607**	.692**	.716**	.806**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Pilot (Uji Reliabilitas X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	5

Uji Pilot (Uji Reliabilitas X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	5

Uji Pilot (Uji Reliabilitas X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

Uji Pilot (Uji Reliabilitas Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	5

Analisis Statistik Deskriptif

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	8.1	8.1	8.1
	Perempuan	192	91.9	91.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 30 Tahun	200	95.7	95.7	95.7
	30 - 45 Tahun	7	3.3	3.3	99.0
	45 - 60 Tahun	2	1.0	1.0	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jabodetabek	209	100.0	100.0	100.0

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	108	51.7	51.7	51.7
	Karyawan	97	46.4	46.4	98.1
	Ibu Rumah Tangga	4	1.9	1.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Di bawah Rp5.000.000	92	44.0	44.0	44.0
	Rp5.000.000 - Rp10.000.000	104	49.8	49.8	93.8
	Di atas Rp10.000.000	13	6.2	6.2	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

Frekuensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setiap hari	69	33.0	33.0	33.0
	Beberapa kali seminggu	76	36.4	36.4	69.4
	Hanya saat ingin membeli suatu produk	64	30.6	30.6	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

Uji Validitas X1

		Correlations					
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	Parasocial Interaction
X1_1	Pearson Correlation	1	.515**	.519**	.517**	.570**	.783**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X1_2	Pearson Correlation	.515**	1	.559**	.497**	.560**	.780**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X1_3	Pearson Correlation	.519**	.559**	1	.562**	.645**	.822**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X1_4	Pearson Correlation	.517**	.497**	.562**	1	.593**	.785**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X1_5	Pearson Correlation	.570**	.560**	.645**	.593**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	209	209	209	209	209	209
Parasocial Interaction	Pearson Correlation	.783**	.780**	.822**	.785**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	209	209	209	209	209	209

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



Uji Validitas X2

		Correlations					
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	Persuasion Knowledge
X2_1	Pearson Correlation	1	.446**	.545**	.568**	.481**	.750**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X2_2	Pearson Correlation	.446**	1	.516**	.577**	.592**	.771**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X2_3	Pearson Correlation	.545**	.516**	1	.684**	.574**	.827**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X2_4	Pearson Correlation	.568**	.577**	.684**	1	.629**	.862**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X2_5	Pearson Correlation	.481**	.592**	.574**	.629**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	209	209	209	209	209	209
Persuasion Knowledge	Pearson Correlation	.750**	.771**	.827**	.862**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	209	209	209	209	209	209

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

Uji Validitas X3

		Correlations					
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	Electronic Word of Mouth
X3_1	Pearson Correlation	1	.446**	.493**	.521**	.364**	.725**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X3_2	Pearson Correlation	.446**	1	.547**	.491**	.470**	.770**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X3_3	Pearson Correlation	.493**	.547**	1	.528**	.485**	.797**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X3_4	Pearson Correlation	.521**	.491**	.528**	1	.535**	.799**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	209	209	209	209	209	209
X3_5	Pearson Correlation	.364**	.470**	.485**	.535**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	209	209	209	209	209	209
Electronic Word of Mouth	Pearson Correlation	.725**	.770**	.797**	.799**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	209	209	209	209	209	209

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

Uji Validitas Y

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.579**	.308**	.452**	.486**	.731**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	209	209	209	209	209	209
Y2	Pearson Correlation	.579**	1	.431**	.425**	.408**	.739**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	209	209	209	209	209	209
Y3	Pearson Correlation	.308**	.431**	1	.582**	.500**	.764**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	209	209	209	209	209	209
Y4	Pearson Correlation	.452**	.425**	.582**	1	.600**	.799**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	209	209	209	209	209	209
Y5	Pearson Correlation	.486**	.408**	.500**	.600**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	209	209	209	209	209	209
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.731**	.739**	.764**	.799**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	209	209	209	209	209	209

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

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	5

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	5

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	5

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	5

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		209
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03073885
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.045
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.057

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Heteroskedastis

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.763	.934		5.099	<.001
	Parasocial Interaction	-.043	.077	-.069	-.557	.578
	Persuasion Knowledge	-.073	.079	-.115	-.925	.356
	Electronic Word of Mouth	-.127	.078	-.184	-1.618	.107

a. Dependent Variable: LnRES

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.172	.907		3.496	<.001		
	Parasocial Interaction	.413	.075	.433	5.510	<.001	.281	3.553
	Persuasion Knowledge	.256	.077	.261	3.311	.001	.280	3.568
	Electronic Word of Mouth	.173	.076	.164	2.270	.024	.333	3.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.172	.907		3.496	<.001		
	Parasocial Interaction	.413	.075	.433	5.510	<.001	.281	3.553
	Persuasion Knowledge	.256	.077	.261	3.311	.001	.280	3.568
	Electronic Word of Mouth	.173	.076	.164	2.270	.024	.333	3.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.802 ^a	.644	.639	2.046	.644	123.529	3	205	<.001

a. Predictors: (Constant), Electronic Word of Mouth, Parasocial Interaction, Persuasion Knowledge

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1550.631	3	516.877	123.529	<.001 ^b
	Residual	857.771	205	4.184		
	Total	2408.402	208			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Electronic Word of Mouth, Parasocial Interaction, Persuasion Knowledge

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.172	.907		3.496	<.001		
	Parasocial Interaction	.413	.075	.433	5.510	<.001	.281	3.553
	Persuasion Knowledge	.256	.077	.261	3.311	.001	.280	3.568
	Electronic Word of Mouth	.173	.076	.164	2.270	.024	.333	3.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 4. Formulir Bimbingan Skripsi

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-03

Nama Mahasiswa : YUDHA PRATAMA
 Prodi/NIM : MANAJEMEN /2021021151
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH PARASOCIAL INTERACTION DAN PERSUASION KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK SKINCARE GLADZ GLOW DI JABODETABEK)

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen Pembimbing
1	3/3/2025	MEMBUAT BAB 1	f	
2	10/3/2025	MEMBUAT BAB 2	f	
3	14/4/2025	MEMBUAT BAB 3	f	
4	16/4/2025	MEREVISI BAB 2	f	
5	17/4/2025	MEREVISI BAB 1, 2, 3	f	
6				
7				
8				

* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

	
Nama Mahasiswa	Dosen Pembimbing

FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA

SPT-I/03/SOP-28/F-03

No. Rekaman

Nama Mahasiswa : YUDHA PRATAMA
 Prodi/NIM : MANAJEMEN /2021021151
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH PARASOCIAL INTERACTION, PERSUASION KNOWLEDGE, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada konsumen Citicare Globalstar di Jabodetabek)

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen Pembimbing
1	27 MEI 2025	MEMBUAT KUESIONER		
2	3 JUNI 2025	MELAKUKAN UJI PILOT		
3	16 JUNI 2025	MENYUSUN BAB 4 DAN 5		
4	17 JUNI 2025	MEREVISI BAB 4 DAN 5		
5	20 JUNI 2025	MEREVISI KESELURUHAN SKRIPSI		
6				
7				
8				

* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

	
Nama Mahasiswa	Dosen Pembimbing

Lampiran 5. Formulir Pengajuan Skripsi

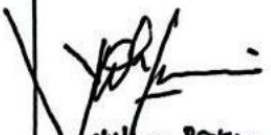
 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PENGAJUAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-01

Nama Mahasiswa : Yudha Pratama
 Prodi/NIM : Manajemen / 202104151
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh Parasocial Interaction dan Persepsi (disusun dalam kalimat singkat, padat, jelas dan menarik minat pembaca) terhadap Kepuasan Pembelian yang Di-unduksi oleh Electronic Word of Mouth (studi Kasus pada Konsumen Produk Skincare di Ja-kartabek)

Telah memenuhi syarat pengajuan Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	Jumlah sks lulus (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
2	Mata kuliah prasyarat (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
3	IPK minimal 2,00	✓	
4	Tidak sedang terkena sanksi akademik/sanksi lainnya	✓	
5	Poin JSDP (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
6	Mengumpulkan Proposal Skripsi (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
7	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	

Tangerang Selatan, 4 April 2023

Mengajukan,	Menyetujui,	Mengetahui,
 Yudha Pratama Mahasiswa	 Nindarko, S.T., M.M. Dosen PA	 Dr. Dede Sudjana, S.E., M.M., CH Kaprodi

Formulir dibuat rangkap 2 (dua): Asli : untuk prodi, Copy 1 : untuk mahasiswa

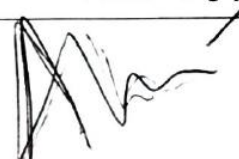
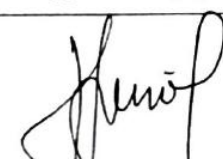
Lampiran 6. Formulir Persetujuan Revisi

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PERSETUJUAN REVISI PROPOSAL SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-02

Nama Mahasiswa : Yudha Pratama
 Prodi/NIM : Manajemen/2021021151
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH PARASOCIAL INTERACTION, PERSUASION KNOWLEDGE, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Terhadap Pembelian Skincare Glad2glow di Jabodetabek)

Telah disetujui revisi proposal skripsinya dan dilanjutkan untuk menulis Skripsi/TA.

Tangerang Selatan, 15 Mei 2025

Dosen Pembimbing,	Ketua Penguji,	Anggota Penguji,
		
Dr. Edi Purwanto, S.E., M.M., M.M.T., M.H., M.MIS., M.TH.	Fendi Saputra, S.E., M.M.	Mohamad Trio Febriyantoro, S.E., M.M., Ph.D.