

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2021). “10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace”, *compas.co.id* 22 April 2021. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, diakses pada 5 Februari 2022, dari *compas.co.id*
- Banjarnahor, Rumandang dkk. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Cahyaningtyas dan Wijaksana. (2021). Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *e-Proceeding of Management*, Vol.8 (5), 6491.
- Christina, A. Sekar Sari. 2017. *Teknik Mengelola Produk & Merek*. Jakarta: gramedia pustaka utama.
- Dedi, Rianto Rahadi dan Miftah, Farid. 2021 *Monograf Analisis Variabel Moderating*. Lentera Ilmu Mandiri.
- Fadilah dkk. (2021). Pengaruh *Reference Group* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat Di Toserba Gunasalma Kawali). *Business management and entrepreneurship journal*, Vol.2 (4), 115-125.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Stategy)*. Qiara Media.
- Firmansyah, Heri. 10 Desember 2021. “*Founder MS-Glow Raih The Best Industry Marketing 2021*”. <https://m.rri.co.id/ekonomi/1287651/founder-ms-glow-raih-the-best-industry-marketing-2021>, diakses pada 1 Januari 2022, dari *m.rri.co.id*
- Habibah, Hamdani I, Lisnawati, S. (2018). Pengaruh *Brand Image* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Perempuan Muslim Di Kota Bogor). *Iqtishoduna*, Vol. 7 (2), 233-260

Izzulhaq dan Sudrajat. (2022). Pengaruh *Content Marketing* dan *Event Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (survei pada pengikut Instagram@ Shopee_id). *Journal of management*, Vol. 5 (1), 121 - 128.

Joesyana, Kiki. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol. 4 (1), 2502-1419.

Kotler dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (Bob Sabran. Terjemahan) Erlangga.

Kusumawati dan Sriwidodo. (2016). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sophie Paris Dengan *Word Of Mouth Positif* Sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 16 (2), 216 – 225.

Limandono dan Dharmayanti. (2017). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Event Marketing* Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 5 (1), 11

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2019. *Perilaku konsumen*. Bandung: Refika Aditama.

Miati. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwarra*, Vol. 1(2), 71-83.

MS Glow Official. Diakses pada 31 Desember 2021, dari www.msglowofficial.id

Nihlah dkk. (2018). Analisis Pengaruh *Perceived Value*, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan *Word Of Mouth* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pengguna Kosmetik Merek Wardah Di Universitas Diponegoro). *Jurnal IENACO (Industrial Engineering National Conference)*, 6, 462 - 469.

- Puspitasari dan Marlana. (2021). *Beauty Vlogger* Sebagai Moderasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 9 (3), 1335-1341.
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode penelitian*. Yogyakarta: pustakabarupress.
- Syamsiah dan Muttaqien. (2018). Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, Vol. 1 (1), 73-81.
- Wulandari dan Iskandar (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 3 (1), 11 - 18.
- Yusuf dkk. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 1 (2), 506-515.

Lampiran I

Contoh Content Marketing

←

msglowbeauty

⋮

📱

📺

▶

✦

📷

VERIFIKASI KE ASLIAN PRODUK

REVIEW

LAUNCHING

77

CREAM MALAM

NEW VARIANT

NO MORE

HYDROQUINONE

GOLDEN GLOW

Review White Cell DNA

Take Care of Your Skin

Radience Gold Gel

MS GLOW

MS GLOW

MS GLOW

MS GLOW

MS GLOW

MS GLOW

MS GLOW

msglowbeauty

⋮

CEBAK MILIKAN HADIAH

MS GLOW

For All Skin Problem

Charcoal Clay Mask

Green Tea Clay Mask

Masker untuk mengatasi komedo

Mengcikan & membersihkan pori - pori

Masker untuk atasi semua jenis jerawat

Mengontrol minyak berlebih

Membersihkan kotoran atau debu

Membilasihkan pori-pori dari kotoran atau debu

Melembabkan serta melembutkan kulit wajah

Melembabkan serta melembutkan kulit kusam & kering

CHARCOAL pore clay mask

GREEN TEA pore clay mask

Free Pouch & Kuas

Setiap pembelian 2 clay mask mix

(Periode : Tgl. 08 - 21 Juni 2022)

📱

💬

📌

⋮

🔖

3.137 suka

msglowbeauty

Masker charcoal dapat menghilangkan komedo. Komedo kerap kali muncul di T-zone pada wajah. Untuk... lainnya

Lihat semua 240 komentar

4 hari yang lalu

Lampiran II

KUSIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Brand Image* Dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi *Word Of Mouth Communication* Pada Produk Ms Glow”

1. Identitas Responden

a. Jenis Kelamin :

✓ Perempuan

✓ Laki-laki

b. Usia :

✓ 17 – 22 tahun

✓ 23 – 29 tahun

✓ >30 tahun

c. Pernah membeli produk MS Glow :

✓ YA

✓ TIDAK

2. Daftar Kusioner

Mohon untuk memberikan tanda centang pada setiap pernyataan yang anda pilih

Keterangan

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Brand Image

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Menurut saya produk yang diproduksi oleh MS Glow benar-benar dari bahan alami					
2	Produk-produk yang dikeluarkan oleh MS Glow sesuai dengan kebutuhan kulit saya					
3	Konsumen yang memakai produk MS Glow banyak merasakan manfaat dan terbebas dari permasalahan kulit					
4	Produk MS Glow merupakan produk yang aman dan sudah ber BPOM					

2. Content Marketing

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Konten MS Glow berisi informasi yang saya butuhkan					
2	Konten MS Glow berisi informasi yang riil terkait produk					
3	Konten dari MS Glow bernilai dan bermanfaat bagi konsumen					
4	Informasi atau pesan pada konten dari MS Glow mudah dipahami					
5	Konten MS Glow mudah ditemukan					
6	Konten MS Glow terdapat di beberapa media sosial seperti Instagram, Youtube, dan lainnya					

7	Konten MS Glow diupload secara konsisten setiap waktu					
---	---	--	--	--	--	--

3. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Menurut saya produk MS Glow menjawab kebutuhan kulit saya					
2	Saya mencari informasi mengenai produk MS Glow dari obrolan orang lain					
3	Konten dari MS Glow bernilai dan bermanfaat bagi konsumen					
4	Saya pernah melakukan evaluasi alternatif sebelum memutuskan membeli produk MS Glow					
5	Dengan proses evaluasi ini, saya dapat memilih untuk memakai produk dari MS Glow yang sesuai dengan kebutuhan saya					
6	Saya memilih untuk membeli produk MS Glow berdasarkan pengalaman dan kebutuhan yang saya inginkan					
7	Saya merasa puas terhadap produk MS Glow, sehingga ada keinginan untuk membeli ulang produk MS Glow					

4. Word Of Mouth Communication

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

		5	4	3	2	1
1	Saya mendapatkan informasi tentang produk MS Glow dari orang lain, teman, atau kerabat					
2	Saya sering mendengar orang lain yang menceritakan kepuasannya setelah menggunakan produk MS Glow					
3	Saya mendapatkan rekomendasi dari teman maupun orang terdekat untuk menggunakan produk MS Glow					
4	Informasi yang diberikan tentang produk MS Glow membuat saya terdorong untuk membeli produk MS Glow					

Lampiran III

JAWABAN RESPONDEN

No	BRAND IMAGE (X1)				TOTAL X1	CONTENT MARKETING (X2)							TOTAL X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	5	4	4	5	18	4	4	5	5	5	5	3	31
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	5	5	5	19	4	4	4	5	5	4	5	31
4	3	5	5	5	18	5	5	4	5	5	5	5	34
5	2	3	4	2	11	3	3	2	2	2	2	3	17
6	4	4	4	5	17	5	4	4	5	5	5	5	33
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
8	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
9	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	5	5	34
10	3	5	4	5	17	4	4	4	4	4	5	5	30
11	3	3	4	4	14	3	3	4	3	4	5	4	26
12	2	3	4	4	13	3	3	3	3	4	4	4	24
13	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	4	33
14	4	3	3	5	15	2	4	4	3	3	4	5	25
15	3	3	3	3	12	2	3	3	3	4	4	3	22
16	3	3	4	3	13	4	5	5	5	5	5	5	34
17	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	4	32
18	3	5	4	5	17	4	3	5	5	5	5	3	30
19	4	4	5	5	18	5	5	5	5	4	5	4	33
20	3	5	3	4	15	4	3	4	4	4	5	4	28
21	3	3	3	4	13	3	3	3	3	5	4	3	24
22	3	3	4	4	14	3	3	4	4	4	4	3	25
23	4	5	4	5	18	4	4	4	4	5	5	3	29
24	4	3	3	5	15	4	4	4	3	4	4	3	26
25	3	3	4	3	13	3	3	4	3	5	4	4	26
26	3	5	4	5	17	4	5	4	5	4	5	5	32
27	4	4	4	5	17	4	4	4	4	5	5	4	30
28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
29	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
30	3	1	2	2	8	1	1	2	2	1	1	1	9
31	5	5	5	5	20	5	5	5	4	3	4	4	30
32	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	5	4	29

33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	4	34
34	3	3	4	5	15	4	3	4	5	5	5	5	31
35	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	5	5	5	19	4	5	4	4	4	4	4	29
37	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	5	5	34
38	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	5	5	4	18	5	5	4	4	4	4	4	30
40	3	4	3	5	15	4	4	4	4	4	4	3	27
41	5	5	5	4	19	5	5	4	4	5	5	5	33
42	4	5	5	5	19	4	5	4	4	5	5	5	32
43	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
44	4	4	4	5	17	4	4	4	5	5	5	5	32
45	3	5	3	4	15	5	4	4	4	4	4	4	29
46	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	4	27
47	4	4	4	5	17	4	4	4	5	5	5	5	32
48	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	28
49	2	4	4	5	15	4	4	4	4	4	4	2	26
50	2	3	3	5	13	3	3	3	5	4	5	3	26
51	2	4	4	5	15	2	4	4	5	5	5	4	29
52	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	5	4	32
53	2	4	2	4	12	2	2	2	4	4	4	4	22
54	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
55	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	5	34
56	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
57	2	2	4	5	13	2	2	4	4	4	4	2	22
58	2	5	5	5	17	4	4	5	5	5	5	2	30
59	4	4	4	5	17	2	2	4	5	5	5	5	28
60	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
61	4	4	4	5	17	4	2	4	4	5	5	4	28
62	2	4	5	5	16	2	4	4	5	5	5	4	29
63	5	2	5	4	16	4	4	2	5	4	5	2	26
64	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
66	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	4	4	29
67	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
68	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	5	35
69	5	4	4	4	17	4	4	5	4	5	5	5	32
70	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28

71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
72	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
73	2	2	5	5	14	2	2	2	5	5	5	5	26
74	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	5	5	34
75	2	4	4	4	14	2	2	2	4	5	4	5	24
76	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	5	35
77	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
78	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
79	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	29
81	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
82	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
83	4	5	5	5	19	5	5	5	5	4	5	4	33
84	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
85	4	5	4	5	18	4	5	5	5	5	4	5	33
86	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
89	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
90	2	2	2	2	8	2	4	4	4	5	5	2	26
91	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	4	4	31
92	5	4	5	5	19	4	4	4	5	5	5	5	32
93	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
94	5	5	5	4	19	4	4	5	5	5	5	5	33
95	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
97	2	2	4	4	12	2	2	4	4	5	5	4	26
98	4	5	4	5	18	5	5	5	4	4	5	4	32
99	4	5	4	5	18	5	5	4	5	4	5	4	32
100	5	4	5	4	18	5	5	5	4	5	5	5	34

No	WOM (M)				TOTAL M	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)							TOTAL Y
	M.1	M.2	M.3	M.4		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	
1	5	5	5	5	20	5	3	5	4	5	5	5	32
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	5	5	5	19	5	5	4	3	5	5	5	32
4	4	5	4	5	18	5	5	4	4	4	4	4	30
5	3	3	3	3	12	3	2	4	2	2	2	2	17
6	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	5	34
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
8	3	3	3	4	13	5	5	2	4	4	5	5	30
9	5	5	4	4	18	5	4	4	4	5	5	5	32
10	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	5	33
11	2	4	3	3	12	3	3	2	4	4	5	3	24
12	3	4	3	4	14	3	3	4	4	2	3	2	21
13	5	5	5	5	20	5	5	5	2	5	5	5	32
14	1	1	2	3	7	1	2	3	2	3	3	2	16
15	3	2	2	3	10	3	3	2	1	1	3	2	15
16	4	3	4	3	14	3	4	3	3	4	3	3	23
17	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	5	5	33
18	3	4	5	5	17	5	5	3	5	5	5	5	33
19	5	5	3	5	18	4	3	5	5	5	5	5	32
20	3	4	4	4	15	5	4	2	3	4	5	5	28
21	3	3	4	3	13	3	4	3	4	3	3	3	23
22	4	4	3	4	15	3	4	4	4	3	3	2	23
23	4	4	4	4	16	5	5	4	3	4	4	5	30
24	3	4	3	4	14	4	4	3	4	4	4	4	27
25	4	4	4	3	15	3	5	2	5	4	3	3	25
26	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	5	4	32
27	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	5	5	33
28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
30	5	5	5	3	18	1	1	5	2	2	1	3	15
31	5	5	4	4	18	5	5	4	4	5	5	5	33
32	4	4	3	4	15	4	4	3	5	4	4	4	28
33	4	5	4	5	18	5	5	1	4	4	5	5	29
34	5	3	4	4	16	3	5	4	5	4	4	3	28
35	1	4	1	5	11	4	4	1	4	3	5	5	26
36	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	5	5	31

37	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	5	5	33
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	4	29
40	3	4	3	3	13	4	5	3	5	5	5	3	30
41	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	5	5	33
42	4	4	5	4	17	4	4	5	4	5	5	4	31
43	5	5	4	5	19	5	4	4	5	5	5	5	33
44	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	4	4	32
45	1	3	3	5	12	5	2	1	5	4	5	3	25
46	4	4	4	4	16	4	5	4	4	5	4	4	30
47	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	4	4	32
48	5	4	3	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	4	27
50	4	4	2	4	14	3	4	4	3	3	4	2	23
51	5	2	2	3	12	3	5	4	4	4	5	4	29
52	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	5	4	33
53	4	4	4	4	16	3	5	4	4	4	4	2	26
54	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
55	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
56	5	5	5	5	20	5	5	1	5	5	5	5	31
57	2	4	2	4	12	2	5	2	4	4	4	2	23
58	4	4	5	2	15	2	5	4	5	4	4	2	26
59	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
60	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
61	5	5	2	5	17	2	5	5	5	5	5	2	29
62	4	4	4	4	16	4	4	5	4	5	4	4	30
63	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	4	33
64	2	4	2	4	12	5	5	5	5	5	5	5	35
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
68	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
69	5	5	4	5	19	5	4	4	5	4	5	4	31
70	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
71	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	5	35
72	5	5	2	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
73	4	4	2	2	12	2	4	4	4	4	4	2	24
74	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	5	34

75	4	5	5	4	18	4	5	4	4	5	4	4	30
76	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
77	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
78	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
79	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
81	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
82	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
83	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
85	4	5	4	4	17	5	5	4	5	5	5	5	34
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
89	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
90	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	4	4	26
91	5	4	5	4	18	5	5	5	5	4	5	4	33
92	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
93	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
94	4	5	5	5	19	5	5	4	2	4	4	5	29
95	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
97	4	5	4	4	17	2	4	5	4	5	4	2	26
98	4	5	5	5	19	4	5	4	5	5	5	4	32
99	5	4	4	4	17	5	4	5	4	5	4	5	32
100	4	4	5	4	17	5	4	4	4	4	5	4	30

Lampiran IV

HASIL UJI VALIDITAS

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.528**	.545**	.321**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.528**	1	.525**	.540**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.545**	.525**	1	.483**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.321**	.540**	.483**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.794**	.835**	.797**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.798**	.669**	.485**	.331**	.411**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.798**	1	.683**	.492**	.327**	.417**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.669**	.683**	1	.554**	.486**	.544**	.423**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.485**	.492**	.554**	1	.683**	.748**	.493**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.331**	.327**	.486**	.683**	1	.772**	.519**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.411**	.417**	.544**	.748**	.772**	1	.488**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.447**	.465**	.423**	.493**	.519**	.488**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.798**	.803**	.809**	.796**	.723**	.772**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		M.1	M.2	M.3	M.4	Total_M
M.1	Pearson Correlation	1	.644**	.581**	.419**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
M.2	Pearson Correlation	.644**	1	.555**	.679**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100
M.3	Pearson Correlation	.581**	.555**	1	.446**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
M.4	Pearson Correlation	.419**	.679**	.446**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_M	Pearson Correlation	.829**	.866**	.815**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.455**	.180	.362**	.540**	.676**	.849**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000	.074	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.455**	1	.234*	.518**	.653**	.601**	.452**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000		.019	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.180	.234*	1	.259**	.423**	.158	.253*	.507**
	Sig. (2-tailed)	.074	.019		.009	.000	.117	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.362**	.518**	.259**	1	.650**	.592**	.352**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.540**	.653**	.423**	.650**	1	.736**	.608**	.871**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson	.676**	.601**	.158	.592**	.736**	1	.654**	.827**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.117	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson	.849**	.452**	.253*	.352**	.608**	.654**	1	.810**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_	Pearson	.787**	.730**	.507**	.698**	.871**	.827**	.810**	1
Y	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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 V

HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel X1 Brand Image

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
.787	4

Variabel X2 Content Marketing

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
.883	7

Variabel M Word Of Mouth

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
.825	4

Variabel Y Keputusan Pembelian

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
.858	7

Lampiran VI

DISTRIBUSI TABEL-T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.368	1.819		3.502	.001
X1	1.391	.107	.795	12.956	.000

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.917	1.858		2.108	.038
X2	.861	.062	.816	13.997	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran VII

DISTRIBUSI TABEL-R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.631	.628	2.794

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.765	.760	2.242

a. Predictors: (Constant), XM, X1

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.667	.663	2.657

a. Predictors: (Constant), X2

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 ^a	.797	.793	2.084

a. Predictors: (Constant), X2M, X2

b. Dependent Variable: Y

Lampiran VIII

DISTRIBUSI TABEL *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.249	1.728		7.665	.000
X1	.230	.178	.131	1.286	.201
X1M	.044	.006	.758	7.429	.000

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.194	1.724		6.493	.000
X2	.201	.097	.191	2.084	.040
X2M	.024	.003	.722	7.894	.000

a. Dependent Variable: Y