

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Meilida, E. S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.; Juli 2022). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Adiati, R. P. (2021). Kepuasan Hidup: Tinjauan dari Kondisi Keuangan dan Gaya Penggunaan Uang. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(1), 40–51. <https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.1.40>
- Adriana, Y., & Syaefulloh, S. (2023a). Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3993. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2823>
- Adriana, Y., & Syaefulloh, S. (2023b). Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3993. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2823>
- AISAH, S. U. N. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Onlinedi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*.
- Amelia, S., Sugiharto, B., Eka Putri Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Jl Otto Iskandardinata No, T., Barat, J., Artikel Abstrak, I., & Histori Artikel, A. (2019). *Analisis Pola Prilaku Keuangan Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Berdasarkan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Dengan Menggunakan Variabel Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening*. <https://doi.org/10.35310/jass.v2i01.616>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Kajian Islam Kontemporer*.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati, Ed.; Pertama). Pradina Pustaka.

- Andi, S., Jam'an, & Alamsyah. (2017). *Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Snvt Pelaksanaan Jaringan Pemanfaatan Air Pompengan Jeneberang Sul-Sel.*
- Anggraeni, B. D. (2016). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usahaterhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus : Umkm Depok. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v4i1.1094>
- Anggraini, S. D. A., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2019–2035. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.715>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif.*
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Astuti, E. D. (2013). *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda.*
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan 3). PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Dheku, M. E., & Goa, L. (2023). *Pengaruh Online Shop pada E-Commerce Lazada Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pastoral di Asrama Paulus.* 3, 322–329. <https://doi.org/10.56393/intheos.v3i11.1938>
- Frederica, D., Subagyo, Purnama, E. D., & Iskandar, D. (2021). *Pengelolaan Keuangan Pribadi Bagi Siswa Siswi SMA Badan Pendidikan Kristen Penabur Cirebon di Masa Pandemi.*
- Hanuning, S. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta Di Tempat Kost Di Kelurahan Jebres, Kecamatan Jebres, Kota Solo).*
- Herdayani, & Syahril. (2019). *Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian.*
- Irnawati, L. (2022). *Pengaruh Kepemimpinan Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Kompetensi Profesional Guru Terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar Kelurahan Barabai Timur Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.*

- Kasnowo, Gibrihi, R., & Basri, A. I. (2022). *Pengaruh Keahlian, Kepercayaan, Daya Tarik, Keakraban, Kesukaan, dan Kesamaan Influencer Tiktok terhadap Keterikatan Merek*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Ke-12). Erlangga.
- Laili, D. A. N. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.
- Lavenia, G., & Erdiansyah, R. (2022). *Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Perceived Trust terhadap Impulsive Buying Menantea*.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). <https://Jurnal.Stieyasaanggana.Ac.Id/Index.Php/Yasaanggana>.
- Leon, F. M. (2018). *Mengelola Keuangan Pribadi* (D. A. Halim & A. N. Hanifah, Eds.). Salemba Empat.
- Lestari, S. (2023). Analisis Algoritma Regresi Linear Sederhana dalam Memprediksi Tingkat Penjualan Album KPOP. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(1), 199–209. <https://doi.org/10.55123/insologi.v2i1.1692>
- Lim, X. J., Radzol Mohd, A. R. bt, Cheah (Jacky), J.-H., & Wong, M. W. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Journal of Business Research*, 7(2). <https://doi.org/10.14707/ajbr.170035>
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.
- Lutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak*.
- Maharani, P. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital GoPay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 58–70. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.273>
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta*. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*

(*Journal of Management and Entrepreneurship*), 17(1).
<https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76-85>

- Maulana, I., Manulang, J. M. br, & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mona, M. G., Kekenusa, J. S., & Prang, J. D. (2015). *Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud*.
- MUJAHIDAH, A. N. (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar)*.
- Murdiyanti, U., Basukiyatno, B., & Habibi, B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Kelompok Teman Sebaya dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik. *Cakrawala: Jurnal Pendidikan*, 15(2), 224–235. <https://doi.org/10.24905/cakrawala.v15i2.290>
- Nanda, A. Y. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Yang Efektif Bagi Pengguna E-Commerce (Vol. 1)*.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah, Ed.). Media Sahabat Cendekia.
- Nurkhasanah, U., & Saifuddin. (2021). *Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga Dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stainim Sidoarjo*. <https://prosiding.stainim.ac.id>
- Nurwijayanto, P. R., & Dharmawan, M. M. (2023). *Strategi Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Customer engagement (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @sotoayamcakson)*. 7(2).
- Paendong, M., & Tielung, M. V. J. (2016). *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado*.
- PIERO, M. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan, Pembayaran Non Tunai, Lingkungan Sosial, Dan Kondisi Keuangan Terhadap Compulsive Buying: Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya*.
- Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor*. 14(1), 16–23.
- Prasetio, N. G., Arifin, D. F., & Fadillah, I. (2020). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Keuangan Mahasiswa Dalam Less Cash Society*.

- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan Pertama). Pascal Books .
- Psikologi, J., Asri Nurwahyuni -Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif, W., Asri Nurwahyuni, W., & Yuniasanti, R. (2023). *Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z*.
- Raghani, J., Bonus, A. K., Visitacion, J. K., N, M. C., & Ph.D, C. (2022). *Influencer Marketing Factors Affecting Brand Awareness and Brand Image of Start-up Businesses*. <https://doi.org/10.32996/jbms>
- Rahmawati, L. (2023). *Pengaruh E-Commerce Shopee Dan Keputusan Pembelian Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Rejo Agung Kecamatan Tegineneng*.
- Rosadian, A. (2023). *Marketing Influencer As a Digital Marketing Strategy* (Edisi Pertama). Selaksa Media.
- Rosyadi Muhammad Zaki. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*.
- Sahir, H. S. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; Cetaka 1). Kbm Indonesia. [Www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Sakti, D. P. B., Mulyono, L. E. H. M., & Brigita, D. S. (2023). *Pengaruh Selebgram Endorsement Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Untuk Melakukan Pembelian Produk Emina Di Kota Mataram*.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian K Penelitian Kuantitatif* (Cetakan 1). Indigo Media.
- Setiabudi, N. A., Prabaseno, I. W., & Hellyani, C. A. (2023). *Pengaruh Influencer Terhadap Brand Awareness dari Produk Skincare*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Siregar, E. S., Nurhidayah, & Sabri. (2023). *Pengaruh Keputusan Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Semester Lima (V) Program Studi Ekonomi Syariah STAN Mandailing Natal)*. *Journal Of Social Science Research*.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)*. In *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi: Vol. VIII* (Issue 2). www.youtube.com/TasyaFarasya,
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; Edisi 2 ; Cetakan 1). Alfabeta.

- Suhendra. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Masyarakat Generasi Z Kecamatan Pancur Batu (Studi Pada Konsumen Produk Skincare Merek Ms Glow)*.
- Sukma Lengkawati A, & Qistan Saputra T. (2021). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)*.
- Vanny Maruli Tua, G., & Ira Meike Andariyani, Dan. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. 1(4)*.
- Variesta Az-Zahra, F., & Waluyo, D. B. (2023). *Pengaruh E-Commerce, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kabupaten Bogor (Tinjauan Ekonomi Islam)*.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., & Kinanti, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Owner*, 7(1), 656–671. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1304>
- Wardah, F. (2023). *Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi* (Vol. 02, Issue 03). <https://journal.uii.ac.id/selma/index>

LAMPIRAN

Lampiran 1

HASIL OBSERVASI

Nama : Khumairoh Khalimatus Sadiyah

NPM : 1320600004

Prodi : Pendidikan Ekonomi

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada mahasiswa di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal, terungkap bahwa perilaku konsumtif mahasiswa pada *e-commerce* dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu :

- 1) Mahasiswa yang setiap hari menggunakan internet mudah terpapar konten dari *influencer marketing*. Mahasiswa cenderung mempercayai ulasan dan rekomendasi dari *influencer*, hal tersebut menyebabkan mahasiswa sering membeli produk secara spontan tanpa direncanakan.
- 2) Keputusan pembelian mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti diskon, promosi, dan rekomendasi teman sebaya. Mahasiswa sering melakukan pembelian tidak rasional ketika melihat penawaran menarik.
- 3) Kondisi keuangan mahasiswa sangat mempengaruhi pola konsumtif mereka. Mahasiswa kurang memperhatikan bagaimana kondisi keuangan mereka dimasa mendatang, karena pada saat mempunyai uang berlebih mahasiswa lebih memilihnya untuk membeli barang yang mereka sukai daripada memilihnya untuk menabung

- 4) Mahasiswa dengan kondisi keuangan yang lebih baik cenderung melakukan lebih banyak pembelian dan menghabiskan lebih banyak uang di *e-commerce* dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial.

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

1. Peneliti : Apakah saudara mengikuti *influencer* dimedia sosial?
2. Peneliti : Seberapa sering saudara melihat konten *influencer marketing* ?
3. Peneliti : Ketika *Influencer Marketing* meriew atau memasarkan suatu produk apakah saudara langsung memutuskan untuk membeli ?
4. Peneliti : Apa yang memotivasi saudara sering melakukan pembelian di *e-commerce* ?
5. Peneliti : Berasal dari mana keuangan yang saudara terima?
6. Peneliti : Ketika saudara sedang mempunyai uang berlebih apakah saudara memilih menyimpannya untuk menabung atau untuk membeli barang yang saudara inginkan ?
7. Peneliti : Apakah saudara sering membeli suatu produk di *E-Commerce* berdasarkan keinginan semata bukan didasarkan pada kebutuhan? Jika iya jelaskan alasannya?

Lampiran 3

RANGKUMAN HASIL WAWANCARA

Judul Skripsi “Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *E-Commerce*”

Berdasarkan hasil wawancara awal pada mahasiswa di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal diperoleh jawaban responden sebagai berikut:

Pertanyaan	Apakah saudara mengikuti <i>influencer</i> dimedia sosial?
Jawaban	18 responden mengatakan bahwa mereka mengikuti <i>influencer marketing</i> dan 2 responden mengatakan tidak mengikuti <i>influencer marketing</i>
Pertanyaan	Seberapa sering saudara melihat konten <i>influencer marketing</i> ?
Jawaban	Responden mengatakan sangat sering, cukup sering, dan jarang <ul style="list-style-type: none"> ➤ 14 responden mengatakan sangat sering melihat konten dari <i>influencer marketing</i> ➤ 4 responden mengatakan cukup sering melihat konten dari <i>influencer marketing</i> ➤ 2 responden mengatakan jarang melihat konten dari <i>influencer marketing</i>
Pertanyaan	Ketika <i>Influencer Marketing</i> meriew atau memasarkan suatu produk apakah saudara langsung memutuskan untuk membeli ?
Jawaban	Responden mudah terpengaruh oleh review dari <i>influencer</i> melalui live streaming dan video yang dibagikan. <ul style="list-style-type: none"> ➤ 10 responden mengatakan sering memutuskan langsung membeli produk karena terpengaruh oleh live streaming dan video yang dibagikan <i>influencer</i>, ➤ 7 responden mengatakan beberapa kali pernah tetapi tidak sering karena terpengaruh oleh review atau rekomendasi,

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 reponden mengatakan kadang-kadang memutuskan langsung untuk membeli produk karena terpengaruh review dari <i>influencer</i>, dan merk tersebut disukai ➤ 1 responden mengatakan tidak muda tergoda oleh <i>influencer marketing</i>.
Pertanyaan	Apa yang memotivasi saudara sering melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> ?
Jawaban	Berdasarkan 20 jawaban responden dapat disimpulkan bahwa yang memotivasi mereka sering melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> yaitu karena harganya lebih murah, banyaknya diskon, variasi pilihan produk yang lebih lengkap, adanya rating atau rivew yang jujur, pengaruh dari iklan atau <i>influencer</i> , kepraktisan dan kemudahan dalam berbelanja, tersedianya barang-barang yang lucu dan menarik
Pertanyaan	Berasal dari mana keuangan yang saudara terima?
Jawaban	<p>Sumber keuangan responden berasal dari orang tua dan pekerjaan paruh waktu yang dilakukan</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 14 responden mengatakan sumber keuangan mereka dari orang tua ➤ 7 responden mengatakan sumber keuangan mereka dari orang tua dan pekerjaan paruh waktu yang dilakukan
Pertanyaan	Ketika saudara sedang mempunyai uang berlebih apakah saudara memilih menyimpannya untuk menabung atau untuk membeli barang yang saudara inginkan ?
Jawaban	<p>Responden lebih sering menggunakan uangnya untuk membeli barang-barang yang disukai</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 17 responden memilih menggunakan uangnya untuk membeli barang yang disukai ➤ 3 respon mengatakan lebih memilih untuk menyimpannya
Pertanyaan	Apakah saudara sering membeli suatu produk di <i>E-Commerce</i> berdasarkan keinginan semata bukan didasarkan pada kebutuhan?
Jawaban	Responden membeli produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan karena produk tersebut masih ada dan bisa digunakan. Pembelian produk tersebut meliputi pembelian produk fashion dan skincare. Keinginan mengikuti tren, rekomendasi teman sebaya, dan potongan harga juga

	<p>mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 12 responden mengatakan sering membeli suatu produk di <i>E-Commerce</i> berdasarkan keinginan semata bukan didasarkan pada kebutuhan karena terpengaruh oleh diskon atau potongan harga➤ 2 responden mengatakan sering membeli suatu produk di <i>E-Commerce</i> berdasarkan keinginan semata bukan didasarkan pada kebutuhan karena terpengaruh oleh teman sebaya.➤ 2 responden mengatakan sering membeli suatu produk di <i>E-Commerce</i> berdasarkan keinginan semata bukan didasarkan pada kebutuhan karena terpengaruh oleh produk yang sedang tren➤ 1 responden sering membeli produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan karena produk tersebut masih ada dan bisa digunakan seperti produk fashion dan skincare➤ 2 responden mengatakan sering dan pernah membeli produk berdasarkan keinginan semata bukan didasarkan pada kebutuhan tetapi kembali lagi menyesuaikan kondisi keuangan➤ 1 responden lebih memprioritas apa yang menjadi kebutuhan
--	--

Lampiran 4

DAFTAR MAHASISWA PADA SAAT WAWANCARA AWAL

No	Nama Mahasiswa	Program Studi	Angkatan Tahun
1	Farah Salwa Raihanah	PMat	2020
2	Leli Amaliyati	PMat	2020
3	Armela Rizky Nurhidayah	PMat	2020
4	Widya Pri Wahyuningsih	PMat	2020
5	Retno Setianingrum	PBI	2020
6	Nurma Salsabilaa	PBI	2021
7	Royin Tanjalin Nasfar	PBI	2020
8	Siti Nur Azizah	PBI	2020
9	Parasdita Ajeng Maharani	PBI	2020
10	Ilham Amaliyah	PE	2022
11	Nanda Widiyaningsih	PE	2022
12	Alvina Haryani	PE	2022
13	Zurotun Nisa	PE	2022
14	Nurul Ismaeni	PE	2021
15	Syakila Rahma Fitriani	PE	2021
16	Rizka Laeli Atiqoh	PBSI	2020
17	Melissa Nathania Simanjuntak	PE	2020
18	Zidan Pramugar Riyanto	IPA	2020
19	Widya Nariska	PMat	2020
20	Salsabila Citra Utami	BK	2020

Lampiran 5**DAFTAR MAHASISWA AKTIF ANGKATAN 2020-2023
FKIP UPS TEGAL**

No	Program Studi	Jumlah
1	Pendidikan Ekonomi	72
2	Pendidikan IPA	95
3	Bimbingan dan Konseling	179
4	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	47
5	Pendidikan Matematika	101
6	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	162
7	Pendidikan Bahasa Inggris	147
Total		803

Lampiran 6

DOKUMENTASI WAWANCARA AWAL



Lampiran 7

DOKUMENTASI PENELITIAN



Lampiran 8

ANGKET PENELITIAN

“PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KEPUTUSAN PEMBELIAN, DAN KONDISI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA *E-COMMERCE*”

A. Pengantar

Nama : Khumairoh Khalimatus Sadiyah
NPM : 1320600004
Prodi : Pendidikan Ekonomi

Angket penelitian ini dibuat sebagai alat pengumpulan data untuk menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *E-Commerce*” dalam angket ini besar harapan peneliti mahasiswa angkatan 2020-2023 di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal dapat memberikan jawaban secara jujur dan sesuai dengan apa yang dialami. Ketersediaan saudara dalam mengisi angket penelitian ini merupakan jasa yang sangat berharga untuk peneliti, atas kesediaannya peneliti mengucapkan terima kasih.

B. Petunjuk Pengisian

1. Tulislah identitas saudara secara lengkap
2. Bacalah semua pernyataan dan berikan tanda (√) pada kolom jawaban yang saudara pilih
3. Kolom dalam angket terdiri dari 5 pilihan yaitu :
Sangat setuju (SS)
Setuju (S)
Cukup Setuju (CS)
Tidak setuju (TS)
Sangat tidak setuju (STS)

C. Identitas Responden

Nama :
 NPM :
 Prodi :
 Angkatan :

Variabel *Influencer Marketing*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Keahlian						
1	<i>Influencer</i> yang sering saya lihat terampil dalam menyampaikan informasi yang mudah dipahami					
2	<i>Influencer</i> yang sering saya lihat memiliki keahlian dalam pembuatan konten atau video untuk menarik perhatian konsumen					
Daya tarik						
3	Daya tarik <i>influencer</i> dalam merekomendasikan produk membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian secara langsung					
4	Saya tertarik untuk melihat video yang <i>influencer</i> kontenkan					
Keinginan konsumen untuk mengikuti						
5	Saya akan mengikuti <i>influencer</i> yang saya sukai di media sosial					
6	Saya senang meniru gaya berpakaian <i>influncer</i> karena outfitnya lebih anggun, rapi, dan fashionable					
Kepercayaan						
7	Saya percaya bahwa <i>influencer</i> memberikan informasi dan testimoni yang jujur dan terpercaya tentang produk yang mereka promosikan.					
8	Saya percaya bahwa <i>influencer</i> yang saya ikuti mempertimbangkan kepentingan pengikutnya sebelum merekomendasikan suatu produk					

Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Kebutuhan atau keinginan						
1	Saya akan membeli produk sesuai kebutuhan saya					
2	Saya sering membeli produk sesuai dengan keinginan karena saya tertarik dan ingin mencobanya					
Harga						
3	Saya sering membeli produk di <i>e-commerce</i> karena harganya lebih terjangkau dibandingkan toko offline.					
4	Saya sering melakukan pembelian produk di <i>e-commerce</i> jika terdapat diskon atau potongan harga yang ditawarkan.					
Promosi						
5	Promosi menarik seperti gratis ongkir atau cashback membuat saya tertarik untuk berbelanja di <i>e-commerce</i> sesuai dengan keinginan saya					
6	Endorsement produk oleh <i>influencer</i> yang jujur membuat saya ingin membeli produk tersebut di <i>e-commerce</i> .					
Kemudahan						
7	Saya sering berbelanja di <i>e-commerce</i> karena proses pembayaran yang mudah dan banyak pilihan metode pembayaran					
8	Saya sering berbelanja di <i>e-commerce</i> karena lebih mudah dalam mencari dan membandingkan berbagai macam pilihan produk					
Kualitas produk						
9	Saya memutuskan untuk membeli produk di <i>e-commerce</i> setelah membaca ulasan dan testimoni positif dari pembeli sebelumnya.					

10	Saya sering memutuskan membeli produk di <i>e-commerce</i> yang merknya sudah terkenal karena kualitasnya terjamin.					
----	---	--	--	--	--	--

Variabel Kondisi Keuangan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Pendapatan						
1	Pendapatan saya berasal dari orang tua atau pekerjaan paruh waktu yang saya lakukan					
2	Saya dapat dengan leluasa berbelanja di <i>e-commerce</i> karena memiliki pendapatan yang cukup					
Pengeluaran						
3	Saya selalu menyisihkan sebagian uang saku saya untuk berbelanja di <i>e-commerce</i>					
4	Saya tidak keberatan mengeluarkan uang saya untuk membeli barang-barang di <i>e-commerce</i> yang saya inginkan					
Tabungan						
5	Saya menyisihkan sebagian uang saya untuk ditabung setiap bulan					
6	Saya merasa lebih leluasa untuk membeli produk yang diinginkan ketika jumlah uang yang saya simpan cukup besar.					
Literasi keuangan						
7	Saya percaya literasi keuangan penting untuk diterapkan sebelum memutuskan untuk berbelanja					
8	Saya dapat membuat dan mengelola anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran saya setiap bulan					
Sikap keuangan						
9	Saya akan menunda pembelian barang yang saya inginkan ketika jumlah uang saya tidak mencukupi					
10	Ketika uang saya meningkat keinginan saya dalam berbelanja juga meningkat, ketika kondisi					

	keuangan saya menurun keinginan saya dalam berbelanja juga menurun					
--	--	--	--	--	--	--

Variabel Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Membeli produk untuk mengikuti penampilan orang lain						
1	Saya tertarik mengikuti penampilan dari idola yang saya sukai contohnya seperti mengikuti outfit atau fashion yang digunakan					
2	Saya tertarik mengikuti penampilan dan membeli barang-barang yang direkomendasikan oleh teman saya					
Membeli produk berdasarkan hasrat atau keinginan						
3	Saya sering membeli produk berdasarkan hasrat atau keinginan saya karena produk tersebut harganya sesuai dengan kemampuan saya.					
4	Promo bulanan di <i>e-commerce</i> membuat saya tertarik berbelanja diluar kebutuhan saya					
Membeli produk untuk memenuhi gaya hidup						
5	Saya sering membeli produk di <i>e-commerce</i> seperti skincare, baju, tas, sepatu, dan aksesoris untuk menunjang gaya hidup saya dilingkungan mahasiswa.					
6	Saya akan membeli produk untuk menunjang penampilan saya agar selalu uptode					
Membeli produk karena terpengaruh oleh iklan						
7	Iklan dengan penawaran terbatas waktu sering mendorong saya untuk segera melakukan pembelian.					
8	Saya sering membeli barang-barang di <i>e-commerce</i> setelah melihat iklan yang menarik dan menggambarkan manfaat produk secara menggiurkan.					

Lampiran 9

DAFTAR NAMA 20 RESPONDEN UJI COBA

No	Nama Responden	Prodi	Angkatan	NPM
1	Susanti Lestari Ningsih	PE	2023	1323600008
2	Adelia Anggun	PE	2023	1323600003
3	Devi Wulandari	PE	2023	1323600001
4	Fajar Salsabila	PE	2023	1323600005
5	Hilmi Setia Ardhi	PE	2023	1323600014
6	Embun Karin Azzahra	PE	2023	1323600016
7	Viona Resti Aulia	PE	2023	1323600017
8	Khansa Naifah	PE	2023	1323600010
9	Githa Nurbaeti	PE	2023	1323600012
10	Callysta Alodia	PE	2023	1323600015
11	Kevin Rimadani Sulfiah	PE	2022	1322600015
12	Elza Fatul Manfiroh	PE	2022	1322600013
13	Nurazizah	PE	2022	1322600019
14	Dwi Agustin Firmansyah.P	PE	2022	1322600016
15	Sisca Nur Halizah	PE	2022	1322600001
16	Indah Safitri	PE	2022	1322600012
17	Nadia Khoirotun Nisa	PE	2022	1322600007
18	Karinina Anyalir Putri	PE	2022	1322600002
19	Wulan Kirana	PE	2022	1322600008
20	Azahra Laura Salsabilla	PE	2020	1320600011

Lampiran 10

DAFTAR NAMA 89 RESPONDEN PENELITIAN

No	Nama Responden	Prodi	Angkatan	NPM
1	Annisa Sukmaeni Fitjri	PE	2022	1322600009
2	Etik Yuniarsi	PE	2023	1323600007
3	Rizki Kusuma Dewi	PE	2022	1322600011
4	Dewi Kumala Ratih	PE	2022	1322600010
5	Kireina Tria Yuniar	PE	2023	1323600013
6	Nur Azizah Oktafiana	PE	2022	1322600020
7	Nia Maria Ulfa	PE	2023	1323600009
8	Twuwisty Hemalia Putri	PE	2023	1323600002
9	Kiki Dian Novita	PIPA	2022	1822600025
10	Farah Nur Haryati	PIPA	2022	1822600030
11	Haifa Thufail Afianti	PIPA	2022	1822600016
12	Dini Ariani	PIPA	2020	1820600003
13	Taftazani Nurul	PIPA	2022	1822600014
14	Tia Juniarti	PIPA	2022	1822600012
15	Bintang Dewi Pramudita	PIPA	2020	1820600018
16	Zakaria Dafa. N	PIPA	2020	1820600010
17	Aulia Rosanti	PIPA	2020	1820600009
18	Nur Fatmaningsih	PIPA	2020	1820600030
19	M. Hanif Firdaus	PIPA	2020	1820600028
20	Nur Mala Indah	BK	2023	1123600029
21	Rizqe Ayu Fauziah	BK	2022	1122600061
22	Renata Dike Aulia	BK	2023	1123600026
23	Alfiya Wardah	BK	2023	1123600012
24	Ajeng Regita Cahyani	BK	2023	1123600009
25	Nok Wulan Tipa.F	BK	2023	1123600025
26	Zahrotul Jannah	BK	2023	1123600031
27	Navilla Febrillianda	BK	2022	1122600016
28	Diah Puspitasari	BK	2022	1122600062
29	Adiba Nisa Salsabila	BK	2022	1122600002
30	Mei Vitra Sari	BK	2022	1122600031
31	M. Dzikri Hidayatulloh	BK	2022	1122600009
32	Diar Qustika Hardiani	BK	2022	1122600027
33	Rafida Falasyifa Chasan.S	BK	2022	1122600026
34	Khansa Aulia Nisa	BK	2022	1122600058
35	Azizah Sulistiana	BK	2023	1123600023
36	Novi Arini Hidayati	BK	2023	1123600027

37	Pristi Aidya Sundari	BK	2020	1120600002
38	Novi Susilowati	BK	2020	1120600031
39	Vikyh Putera Amanda	BK	2020	1120600054
40	Maulida Amalia.P	PPKN	2023	1223600006
41	Jihan Salsabilla	PPKN	2023	1223600005
42	Anggar Rinfan	PPKN	2023	1223600008
43	M. H Salman. D	PPKN	2023	1223600004
44	Deni Prasetya	PPKN	2021	1221600004
45	A. Helmi Bahrul Alam	PMAT	2021	1721600010
46	Adnin Tantilil Aufa	PMAT	2021	1721600009
47	Nur Afifah	PMAT	2021	1721600030
48	M.Azam Hikam	PMAT	2021	1721600003
49	Yeni Mukhlisah	PMAT	2021	1721600001
50	Ajeng Ayuning Sekar	PMAT	2021	1721600004
51	Nurkholifah Windy Astuti	PMAT	2021	1721600014
52	Mega Sepia Armis	PMAT	2021	1721600016
53	Rifani Fitri	PMAT	2020	1720600020
54	Sabiyya Faiza Ramadhani	PMAT	2020	1720600004
55	Fanny Oktavi Yuliana	PMAT	2020	1720600001
56	Laelatul Fatkhuroh	PBSI	2020	1520600039
57	Dinda Ayuningtyas	PBSI	2020	1520600060
58	Zelin Rosiana	PBSI	2020	1520600034
59	Risna Dewi Anin	PBSI	2022	1522600009
60	Arietta Bintaniano . P	PBSI	2022	1522600008
61	Fara Afrida	PBSI	2022	1522600038
62	Nisa Shafa.S	PBSI	2022	1522600018
63	Naylatul M.Z	PBSI	2022	1522600040
64	Laelin Nurcita .R	PBSI	2020	1520600032
65	Maulidatul Khusna	PBSI	2020	1520600038
66	Sri Utami	PBSI	2020	1520600012
67	Gina Amalia Fitriana	PBSI	2021	1521600013
68	M.Ilham Yugopranoto	PBSI	2020	1520600057
69	Alif Danuarartha.F	PBSI	2020	1520600021
70	Berliana Dwi Febrianti	PBSI	2020	1520600019
71	Aldi Riyanto	PBSI	2020	1520600004
72	Nurul Fadilah	PBSI	2022	1522600028
73	Adlah Nurfadilah	PBSI	2022	1522600024
74	Kharisma Maharani	PBI	2023	1623600031
75	Hilwa Azzahro Salsabillah	PBI	2020	1620600014
76	Isnani Liza Afifah	PBI	2020	1620600009
77	Putri Amalia Amanda	PBI	2020	1620600042

78	Nurmala Indhi Lestari	PBI	2023	1620600005
79	Afifah Laela.R	PBI	2023	1623600014
80	Desi Pangestu	PBI	2023	1623600013
81	Aisyah Najwa Noviana	PBI	2023	1623600026
82	Priyanika Pramudita	PBI	2023	1623600003
83	Verina Widyadhana	PBI	2023	1623600023
84	Putri Mondhay Dheyanti	PBI	2023	1623600030
85	Raihan Nandini	PBI	2023	1623600017
86	Nurdina Erinne Maharani	PBI	2020	1620600019
87	Tarisna Dwi Rahmasari	PBI	2020	1620600041
88	Reygita Putriditia	PBI	2023	1623600025
89	Ayyasy Shihabbudin	PBI	2020	1620600045

Lampiran 11

**TABULASI DATA UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL *INFLUENCER MARKETING***

Responden	Butir Pernyataan								Total
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	
Responden 01	5	5	3	4	3	3	4	4	31
Responden 02	4	5	5	3	4	4	3	2	30
Responden 03	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Responden 04	5	4	2	2	1	3	2	3	22
Responden 05	3	5	3	5	5	3	2	1	27
Responden 06	5	5	4	5	4	3	5	5	36
Responden 07	3	3	3	4	2	3	4	3	25
Responden 08	5	5	4	5	5	4	5	4	37
Responden 09	4	4	2	3	5	3	3	1	25
Responden 10	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Responden 11	4	4	4	4	3	3	2	3	27
Responden 12	4	5	5	5	5	4	5	5	38
Responden 13	5	5	4	5	4	5	5	5	38
Responden 14	5	4	5	4	5	4	4	5	36
Responden 15	5	5	5	4	4	4	5	5	37
Responden 16	5	5	5	5	5	5	4	4	38

Responden 17	5	5	5	5	5	5	3	4	37
Responden 18	5	5	4	3	5	4	5	4	35
Responden 19	3	3	3	4	2	3	4	3	25
Responden 20	3	4	4	3	4	4	3	2	27

Lampiran 12

TABULASI DATA UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Responden	Butir Pernyataan										Total
	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	
Responden 01	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	39
Responden 02	3	3	5	3	3	4	3	4	5	5	38
Responden 03	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	42
Responden 04	3	2	4	3	4	1	3	4	3	4	31
Responden 05	5	2	5	3	3	3	5	5	5	5	41
Responden 06	3	3	1	4	4	3	3	3	1	2	27
Responden 07	4	3	5	5	5	3	4	5	5	5	44
Responden 08	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	45
Responden 09	3	2	1	3	3	1	4	3	4	2	26
Responden 10	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
Responden 11	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	36
Responden 12	3	5	4	5	4	4	4	4	5	3	41
Responden 13	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
Responden 14	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
Responden 15	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	46
Responden 16	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	45

Responden 17	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4	40
Responden 18	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45
Responden 19	3	2	3	3	4	3	4	3	4	5	34
Responden 20	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46

Lampiran 13

TABULASI DATA UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL KONDISI KEUANGAN

Responden	Butir Pernyataan										Total
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	
Responden 01	4	1	4	4	4	4	4	3	4	3	35
Responden 02	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	45
Responden 03	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	44
Responden 04	5	3	4	5	5	4	4	4	5	3	42
Responden 05	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
Responden 06	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	37
Responden 07	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	46
Responden 08	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	46
Responden 09	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	29
Responden 10	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
Responden 11	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	41
Responden 12	4	4	3	4	3	4	4	3	2	1	32
Responden 13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
Responden 14	3	2	3	4	3	4	5	3	3	2	32
Responden 15	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	39

Responden 16	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	34
Responden 17	4	3	3	4	4	4	5	4	3	2	36
Responden 18	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
Responden 19	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	44
Responden 20	5	4	3	4	1	4	4	3	2	1	31

Lampiran 14

TABULASI DATA UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF

Responden	Butir Pernyataan								Total
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	
Responden 01	3	3	4	4	3	4	2	1	24
Responden 02	4	3	3	3	4	5	5	3	30
Responden 03	5	4	5	4	3	5	5	4	35
Responden 04	3	3	4	3	3	3	4	1	24
Responden 05	5	4	5	3	4	5	5	4	35
Responden 06	3	3	5	4	5	4	4	4	32
Responden 07	3	3	5	4	4	4	5	4	32
Responden 08	3	3	5	4	5	4	3	1	28
Responden 09	3	1	3	4	3	4	2	1	21
Responden 10	5	3	5	5	5	5	5	5	38
Responden 11	4	3	4	3	4	4	3	4	29
Responden 12	4	4	5	5	5	5	5	4	37
Responden 13	2	3	5	3	3	4	5	3	28
Responden 14	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Responden 15	5	2	5	5	5	4	5	4	35
Responden 16	3	3	4	5	4	5	5	4	33
Responden 17	5	4	5	5	4	5	5	3	36

Responden 18	3	3	5	5	4	4	4	3	31
Responden 19	3	1	3	3	3	2	3	1	19
Responden 20	4	4	5	5	5	5	5	3	36

Lampiran 15

UJI VALIDITAS UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL INFLUENCER MARKETING

		Correlations								
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	Total
X1_1	Pearson Correlation	1	.617**	.375	.192	.291	.489*	.401	.683**	.675**
	Sig. (2-tailed)		.004	.103	.416	.213	.029	.080	.001	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_2	Pearson Correlation	.617**	1	.523*	.440	.649**	.533*	.305	.357	.727**
	Sig. (2-tailed)	.004		.018	.052	.002	.016	.191	.122	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_3	Pearson Correlation	.375	.523*	1	.495*	.582**	.757**	.389	.563**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.103	.018		.027	.007	.000	.090	.010	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_4	Pearson Correlation	.192	.440	.495*	1	.496*	.448*	.406	.457*	.680**
	Sig. (2-tailed)	.416	.052	.027		.026	.048	.076	.043	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_5	Pearson Correlation	.291	.649**	.582**	.496*	1	.585**	.291	.149	.691**
	Sig. (2-tailed)	.213	.002	.007	.026		.007	.214	.532	.001

	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_6	Pearson Correlation	.489*	.533*	.757**	.448*	.585**	1	.331	.439	.771**
	Sig. (2-tailed)	.029	.016	.000	.048	.007		.154	.053	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_7	Pearson Correlation	.401	.305	.389	.406	.291	.331	1	.750**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.080	.191	.090	.076	.214	.154		.000	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_8	Pearson Correlation	.683**	.357	.563**	.457*	.149	.439	.750**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.001	.122	.010	.043	.532	.053	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.675**	.727**	.808**	.680**	.691**	.771**	.692**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.001	.000	.001	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Lampiran 16

UJI VALIDITAS UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Correlations												
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	Total
X2_1	Pearson Correlation	1	.350	.490*	.294	.576*	.430	.427	.427	.284	.361	.634**
	Sig. (2-tailed)		.130	.028	.208	.008	.059	.061	.061	.226	.118	.003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_2	Pearson Correlation	.350	1	.350	.674*	.528*	.700*	.286	.356	.338	.184	.669**
	Sig. (2-tailed)	.130		.130	.001	.017	.001	.221	.124	.144	.437	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_3	Pearson Correlation	.490*	.350	1	.454*	.409	.621*	.439	.732*	.642*	.774**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.028	.130		.044	.073	.003	.053	.000	.002	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_4	Pearson Correlation	.294	.674*	.454*	1	.644*	.645*	.404	.492*	.339	.186	.703**
	Sig. (2-tailed)	.208	.001	.044		.002	.002	.077	.027	.144	.433	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_5	Pearson Correlation	.576**	.528*	.409	.644*	1	.484*	.325	.325	.059	.294	.623**
	Sig. (2-tailed)	.008	.017	.073	.002		.030	.163	.163	.805	.208	.003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_6	Pearson Correlation	.430	.700*	.621*	.645*	.484*	1	.374	.374	.453*	.504*	.798**

	Sig. (2-tailed)	.059	.001	.003	.002	.030		.104	.104	.045	.023	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_7	Pearson Correlation	.427	.286	.439	.404	.325	.374	1	.592*	.569*	.467*	.660**
	Sig. (2-tailed)	.061	.221	.053	.077	.163	.104		.006	.009	.038	.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_8	Pearson Correlation	.427	.356	.732*	.492*	.325	.374	.592*	1	.502*	.539*	.737**
	Sig. (2-tailed)	.061	.124	.000	.027	.163	.104	.006		.024	.014	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_9	Pearson Correlation	.284	.338	.642*	.339	.059	.453*	.569*	.502*	1	.692**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.226	.144	.002	.144	.805	.045	.009	.024		.001	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_10	Pearson Correlation	.361	.184	.774*	.186	.294	.504*	.467*	.539*	.692*	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.118	.437	.000	.433	.208	.023	.038	.014	.001		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.634**	.669*	.850*	.703*	.623*	.798*	.660*	.737*	.710*	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.001	.003	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

X3_5	Pearson Correlation	.420	.300	.387	.468*	1	.442	.424	.559*	.715**	.643**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.065	.199	.092	.038		.051	.062	.010	.000	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_6	Pearson Correlation	.702**	.430	.286	.709**	.442	1	.725**	.385	.454*	.569**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.001	.059	.222	.000	.051		.000	.094	.044	.009	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_7	Pearson Correlation	.439	.524*	.329	.544*	.424	.725**	1	.480*	.434	.581**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.053	.018	.157	.013	.062	.000		.032	.056	.007	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_8	Pearson Correlation	.461*	.469*	.401	.432	.559*	.385	.480*	1	.468*	.632**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.041	.037	.080	.057	.010	.094	.032		.037	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_9	Pearson Correlation	.454*	.396	.568**	.485*	.715**	.454*	.434	.468*	1	.721**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.044	.084	.009	.030	.000	.044	.056	.037		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_10	Pearson Correlation	.334	.448*	.537*	.263	.643**	.569**	.581**	.632**	.721**	1	.816**

	Sig. (2-tailed)	.151	.048	.015	.263	.002	.009	.007	.003	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.723**	.697**	.644**	.686**	.749**	.745**	.724**	.730**	.796**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Y_5	Pearson Correlation	.412	.356	.545*	.591**	1	.453*	.402	.553*	.703**
	Sig. (2-tailed)	.071	.124	.013	.006		.045	.079	.011	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_6	Pearson Correlation	.578**	.718**	.432	.493*	.453*	1	.583**	.641**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.057	.027	.045		.007	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_7	Pearson Correlation	.471*	.596**	.550*	.317	.402	.583**	1	.735**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.036	.006	.012	.173	.079	.007		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_8	Pearson Correlation	.575**	.514*	.554*	.396	.553*	.641**	.735**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.008	.020	.011	.084	.011	.002	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.702**	.748**	.740**	.626**	.703**	.811**	.798**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.001	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Lampiran 19

**UJI RELIABILITAS UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL *INFLUENCER* MARKETING**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.863	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	27.95	26.997	.585	.850
X1_2	27.80	27.432	.662	.847
X1_3	28.35	24.239	.729	.832
X1_4	28.20	26.274	.576	.850
X1_5	28.30	24.432	.549	.858
X1_6	28.50	26.158	.703	.839
X1_7	28.55	25.418	.575	.851
X1_8	28.80	23.011	.655	.844

Lampiran 20

UJI RELIABILITAS UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	36.45	37.945	.547	.883
X2_2	37.00	36.211	.566	.883
X2_3	36.20	31.853	.783	.866
X2_4	36.25	37.355	.630	.878
X2_5	36.10	38.832	.547	.883
X2_6	37.00	34.842	.732	.870
X2_7	36.35	38.661	.593	.881
X2_8	36.35	37.924	.682	.877
X2_9	36.15	35.397	.615	.880
X2_10	36.20	35.642	.640	.877

Lampiran 21

**UJI RELIABILITAS UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL KONDISI KEUANGAN**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	36.00	36.842	.663	.882
X3_2	36.50	33.737	.583	.890
X3_3	36.30	37.168	.565	.887
X3_4	36.10	36.937	.616	.885
X3_5	36.30	34.221	.666	.881
X3_6	36.10	36.937	.692	.881
X3_7	35.75	37.882	.675	.884
X3_8	36.35	36.029	.662	.881
X3_9	36.45	34.366	.734	.876
X3_10	36.85	30.555	.726	.880

Lampiran 22

UJI RELIABILITAS UJI COBA 20 RESPONDEN
VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	27.35	25.713	.599	.874
Y_2	28.05	25.734	.666	.868
Y_3	26.60	26.674	.670	.869
Y_4	27.00	27.158	.521	.881
Y_5	27.05	26.576	.618	.873
Y_6	26.80	25.747	.753	.861
Y_7	26.85	23.924	.712	.863
Y_8	28.00	20.947	.771	.861

Lampiran 23

TABULASI DATA PENELITIAN 89 RESPONDEN
VARIABEL *INFLUENCER MARKETING*

Responden	Butir Pernyataan								Total Skor
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	
Responden 01	4	3	3	3	3	3	2	3	24
Responden 02	4	5	5	4	2	5	3	4	32
Responden 03	3	4	3	3	2	3	3	3	24
Responden 04	5	5	3	3	4	4	3	3	30
Responden 05	4	4	3	5	3	4	4	5	32
Responden 06	3	4	3	3	4	3	2	2	24
Responden 07	4	4	4	4	3	2	2	3	26
Responden 08	4	3	4	4	3	2	2	3	25
Responden 09	4	4	3	3	4	4	4	4	30
Responden 10	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Responden 11	5	5	3	4	4	3	5	5	34
Responden 12	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Responden 13	5	5	4	4	5	4	4	4	35
Responden 14	5	4	4	3	3	3	3	4	29
Responden 15	3	4	3	3	4	3	3	3	26
Responden 16	5	4	4	4	5	3	3	3	31
Responden 17	5	5	5	4	5	5	4	4	37

Responden 18	4	5	5	5	5	4	4	4	36
Responden 19	5	4	3	4	5	3	4	2	30
Responden 20	3	3	3	3	3	3	2	3	23
Responden 21	5	5	4	5	5	4	3	4	35
Responden 22	5	5	5	5	4	5	4	4	37
Responden 23	3	4	4	5	3	3	4	4	30
Responden 24	4	5	3	3	3	5	3	4	30
Responden 25	4	5	5	4	4	3	4	5	34
Responden 26	4	5	4	4	5	3	3	4	32
Responden 27	4	5	5	4	4	3	2	3	30
Responden 28	5	4	3	4	4	3	4	4	31
Responden 29	4	4	4	4	3	4	3	5	31
Responden 30	4	5	4	4	4	5	4	4	34
Responden 31	4	5	3	5	4	5	3	3	32
Responden 32	4	5	4	4	4	5	4	4	34
Responden 33	4	5	3	3	3	5	3	4	30
Responden 34	4	4	4	4	4	4	3	3	30
Responden 35	3	4	4	3	3	2	1	3	23
Responden 36	3	3	3	3	3	4	2	3	24
Responden 37	4	4	4	4	3	4	3	4	30
Responden 38	4	4	3	4	4	3	2	3	27
Responden 39	5	5	4	5	5	2	4	3	33
Responden 40	4	3	5	5	4	2	3	4	30
Responden 41	4	4	4	4	4	2	4	3	29

Responden 42	4	4	4	4	4	2	4	4	30
Responden 43	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Responden 44	3	3	4	4	4	4	4	3	29
Responden 45	3	4	3	2	4	2	3	3	24
Responden 46	4	5	3	4	5	3	3	3	30
Responden 47	4	4	4	4	4	3	3	3	29
Responden 48	4	4	3	3	3	3	3	4	27
Responden 49	4	4	4	4	3	3	3	3	28
Responden 50	5	5	4	5	5	3	4	4	35
Responden 51	5	5	3	5	3	4	4	4	33
Responden 52	5	5	4	4	3	3	3	4	31
Responden 53	5	4	4	4	4	3	3	3	30
Responden 54	5	5	5	5	4	4	5	5	38
Responden 55	5	4	4	4	5	4	3	3	32
Responden 56	5	4	4	4	2	3	3	2	27
Responden 57	5	3	3	4	4	4	3	3	29
Responden 58	5	5	3	3	5	3	5	5	34
Responden 59	4	4	3	3	3	3	3	2	25
Responden 60	4	4	5	5	3	4	5	4	34
Responden 61	4	5	5	5	3	5	4	3	34
Responden 62	4	4	3	3	2	3	4	2	25
Responden 63	5	5	2	5	4	2	4	4	31
Responden 64	5	4	5	5	4	4	4	4	35
Responden 65	4	5	4	4	4	3	4	4	32

Responden 66	5	4	5	5	5	4	5	4	37
Responden 67	4	5	4	4	3	3	3	4	30
Responden 68	5	5	5	5	5	4	5	4	38
Responden 69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 70	4	5	4	5	4	5	4	5	36
Responden 71	4	5	4	5	5	4	4	4	35
Responden 72	4	4	3	4	2	3	3	2	25
Responden 73	4	5	3	3	3	3	2	3	26
Responden 74	3	4	4	3	4	4	3	2	27
Responden 75	5	5	4	4	3	4	3	3	31
Responden 76	4	4	4	4	4	2	3	3	28
Responden 77	5	3	2	3	5	3	1	4	26
Responden 78	3	4	3	3	4	3	2	4	26
Responden 79	3	3	2	3	4	4	3	3	25
Responden 80	3	4	3	4	4	5	3	2	28
Responden 81	4	4	3	4	4	4	3	3	29
Responden 82	3	4	4	4	4	3	3	4	29
Responden 83	4	4	3	3	3	2	3	3	25
Responden 84	4	4	3	4	2	3	2	4	26
Responden 85	4	5	3	3	3	4	2	2	26
Responden 86	4	4	4	4	4	4	5	3	32
Responden 87	4	4	4	4	3	3	2	3	27
Responden 88	4	4	5	5	5	5	3	3	34
Responden 89	5	5	4	5	5	3	5	5	37

Lampiran 24

TABULASI DATA PENELITIAN 89 RESPONDEN
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Responden	Butir Pernyataan										Total
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	
Responden 01	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	43
Responden 02	5	2	5	4	5	4	5	4	5	3	42
Responden 03	4	3	4	4	5	3	4	2	4	5	38
Responden 04	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	35
Responden 05	5	3	2	3	4	3	4	4	4	5	37
Responden 06	5	5	4	5	4	4	4	4	5	2	42
Responden 07	5	3	3	2	3	2	3	2	5	5	33
Responden 08	4	3	2	4	3	2	4	3	4	5	34
Responden 09	4	4	3	3	4	4	5	3	4	1	35
Responden 10	4	4	2	5	5	4	4	5	5	2	40
Responden 11	5	3	3	5	4	3	4	5	5	2	39
Responden 12	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	41
Responden 13	4	4	3	5	5	4	5	5	4	3	42
Responden 14	4	4	3	5	5	5	3	3	3	3	38
Responden 15	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	33

Responden 16	3	3	3	4	5	4	3	3	4	2	34
Responden 17	3	4	5	4	5	4	4	4	3	1	37
Responden 18	3	4	3	4	5	4	5	4	3	4	39
Responden 19	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
Responden 20	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
Responden 21	3	4	5	5	3	3	3	4	4	5	39
Responden 22	2	4	3	4	5	5	4	4	3	1	35
Responden 23	4	4	3	4	5	3	3	2	2	2	32
Responden 24	3	3	3	4	5	4	4	3	3	1	33
Responden 25	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	35
Responden 26	2	3	5	4	4	4	4	3	3	1	33
Responden 27	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	40
Responden 28	3	4	3	5	3	4	4	3	3	1	33
Responden 29	3	4	4	4	3	4	5	3	3	2	35
Responden 30	4	4	3	5	4	4	5	3	3	4	39
Responden 31	2	4	3	5	4	3	3	3	3	1	31
Responden 32	3	5	5	5	4	4	4	3	3	2	38
Responden 33	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	44
Responden 34	4	2	5	5	3	4	5	4	4	3	39
Responden 35	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
Responden 36	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
Responden 37	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	35
Responden 38	5	2	4	5	4	3	4	5	5	5	42
Responden 39	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	29

Responden 40	5	3	5	5	4	2	5	5	3	4	41
Responden 41	4	4	2	3	4	3	5	5	5	5	40
Responden 42	4	4	2	4	4	3	4	5	4	4	38
Responden 43	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	42
Responden 44	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
Responden 45	4	4	3	4	3	3	2	3	5	4	35
Responden 46	3	4	4	3	4	4	4	2	2	1	31
Responden 47	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	46
Responden 48	5	3	4	5	4	4	5	5	4	3	42
Responden 49	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	42
Responden 50	4	3	3	4	3	3	4	2	2	1	29
Responden 51	3	3	4	5	4	4	4	5	5	3	40
Responden 52	3	3	4	4	5	3	3	3	4	1	33
Responden 53	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	36
Responden 54	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2	38
Responden 55	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42
Responden 56	5	4	3	3	3	3	5	5	4	5	40
Responden 57	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	45
Responden 58	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	39
Responden 59	3	3	2	4	4	4	4	4	4	1	33
Responden 60	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	44
Responden 61	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	45
Responden 62	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	36
Responden 63	5	5	4	5	3	3	4	4	3	3	39

Responden 64	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	41
Responden 65	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
Responden 66	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	43
Responden 67	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	43
Responden 68	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	41
Responden 69	4	4	3	4	5	4	4	4	4	2	38
Responden 70	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	43
Responden 71	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	46
Responden 72	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	41
Responden 73	5	2	5	5	3	3	3	4	5	4	39
Responden 74	4	3	4	2	2	3	4	5	4	3	34
Responden 75	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
Responden 76	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
Responden 77	5	5	5	4	3	3	4	1	5	5	40
Responden 78	4	5	5	5	4	3	4	3	3	2	38
Responden 79	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	36
Responden 80	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	40
Responden 81	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	40
Responden 82	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	41
Responden 83	5	4	3	4	3	4	3	3	3	2	34
Responden 84	4	4	4	4	4	5	2	3	2	1	33
Responden 85	5	5	3	5	4	5	3	4	4	1	39
Responden 86	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
Responden 87	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38

Responden 88	3	4	2	4	5	4	4	4	3	2	35
Responden 89	3	4	3	4	4	4	3	3	2	1	31

Lampiran 25

TABULASI DATA PENELITIAN 89 RESPONDEN
VARIABEL KONDISI KEUANGAN

Responden	Butir Pernyataan										Total
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	
Responden 01	3	2	5	2	4	5	5	4	5	4	39
Responden 02	4	2	3	3	4	3	5	5	5	3	37
Responden 03	4	2	3	3	4	5	5	3	5	3	37
Responden 04	4	3	3	3	5	5	5	4	3	3	38
Responden 05	5	1	2	4	5	3	3	3	3	3	32
Responden 06	5	2	5	3	3	3	5	4	5	5	40
Responden 07	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	45
Responden 08	5	4	2	4	4	4	5	5	5	5	43
Responden 09	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35
Responden 10	5	4	3	4	4	5	4	4	4	2	39
Responden 11	4	2	4	3	4	5	5	4	5	3	39
Responden 12	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	46
Responden 13	4	2	4	3	5	5	5	4	5	4	41
Responden 14	3	3	5	3	4	5	5	4	5	5	42
Responden 15	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	34
Responden 16	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1	26
Responden 17	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	32

Responden 18	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	35
Responden 19	3	2	4	4	2	2	4	2	3	1	27
Responden 20	2	2	3	2	3	5	4	3	4	4	32
Responden 21	4	3	4	5	5	4	5	3	4	5	42
Responden 22	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
Responden 23	5	3	3	4	5	5	4	5	5	5	44
Responden 24	4	4	3	4	3	4	5	4	5	3	39
Responden 25	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	43
Responden 26	4	2	5	3	4	4	5	3	4	4	38
Responden 27	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	43
Responden 28	5	3	3	4	5	5	5	4	3	5	42
Responden 29	5	3	3	4	5	4	5	4	5	4	42
Responden 30	4	2	5	5	3	2	4	3	5	4	37
Responden 31	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	40
Responden 32	4	2	5	5	4	2	4	3	5	3	37
Responden 33	4	3	5	4	5	5	5	3	5	4	43
Responden 34	4	3	3	2	5	5	5	5	4	3	39
Responden 35	1	4	4	4	3	4	5	3	3	4	35
Responden 36	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	27
Responden 37	4	2	4	2	4	2	3	3	3	3	30
Responden 38	4	4	3	3	5	3	5	4	4	5	40
Responden 39	3	2	3	4	3	4	4	1	3	1	28
Responden 40	4	3	4	2	3	5	2	4	5	2	34
Responden 41	4	3	3	2	4	5	4	4	5	5	39

Responden 42	4	3	3	2	4	4	4	4	4	5	37
Responden 43	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	36
Responden 44	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	32
Responden 45	4	3	2	2	4	5	4	3	4	3	34
Responden 46	5	4	3	4	3	5	3	2	5	4	38
Responden 47	5	4	3	4	3	4	5	4	4	1	37
Responden 48	4	4	5	4	5	3	3	3	3	4	38
Responden 49	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
Responden 50	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	33
Responden 51	3	2	3	3	3	3	4	4	5	3	33
Responden 52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden 53	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	36
Responden 54	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
Responden 55	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	38
Responden 56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden 57	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	40
Responden 58	5	3	5	3	5	5	5	5	4	4	44
Responden 59	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
Responden 60	5	4	5	5	5	3	3	4	3	4	41
Responden 61	3	2	5	4	4	4	5	5	5	2	39
Responden 62	4	2	4	3	3	3	3	3	4	5	34
Responden 63	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	40
Responden 64	5	4	2	2	3	3	4	4	4	4	35
Responden 65	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47

Responden 66	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
Responden 67	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	45
Responden 68	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
Responden 69	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
Responden 70	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
Responden 71	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
Responden 72	5	4	5	5	3	4	4	2	4	1	37
Responden 73	4	2	2	4	3	4	5	3	4	4	35
Responden 74	4	2	3	2	3	2	4	2	4	4	30
Responden 75	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
Responden 76	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	36
Responden 77	5	3	5	5	5	5	4	2	5	1	40
Responden 78	4	3	4	4	3	4	4	3	5	2	36
Responden 79	5	3	3	2	3	5	4	2	5	3	35
Responden 80	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	44
Responden 81	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	36
Responden 82	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36
Responden 83	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
Responden 84	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	34
Responden 85	3	2	4	4	3	4	5	2	5	4	36
Responden 86	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	42
Responden 87	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	39
Responden 88	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
Responden 89	3	3	2	4	2	2	3	1	3	1	24

Lampiran 26

TABULASI DATA PENELITIAN 89 RESPONDEN
VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF

Responden	Butir Pernyataan								Total
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	
Responden 01	3	3	4	4	4	5	4	4	31
Responden 02	4	5	5	4	4	4	4	4	34
Responden 03	5	5	5	4	4	3	2	1	29
Responden 04	4	4	5	4	4	4	4	3	32
Responden 05	4	4	5	4	3	5	4	2	31
Responden 06	3	4	4	4	4	4	4	4	31
Responden 07	4	4	5	4	3	4	3	2	29
Responden 08	4	4	4	3	4	4	4	2	29
Responden 09	4	5	5	3	3	5	4	3	32
Responden 10	3	5	5	5	5	5	4	3	35
Responden 11	5	5	5	4	4	5	4	3	35
Responden 12	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Responden 13	4	4	5	5	5	5	5	4	37
Responden 14	5	5	3	3	4	5	4	4	33
Responden 15	4	5	4	4	3	4	3	1	28
Responden 16	4	5	4	4	4	4	3	2	30
Responden 17	3	4	5	5	5	5	5	4	36

Responden 18	4	5	5	5	5	5	4	3	36
Responden 19	3	3	4	4	4	5	5	3	31
Responden 20	3	4	3	4	3	4	3	4	28
Responden 21	5	5	5	4	5	4	4	3	35
Responden 22	5	5	5	4	5	5	4	4	37
Responden 23	4	3	4	4	4	5	5	3	32
Responden 24	4	5	4	3	4	4	4	4	32
Responden 25	5	5	5	4	4	4	4	3	34
Responden 26	3	3	4	5	5	5	4	4	33
Responden 27	4	5	5	5	4	4	3	3	33
Responden 28	4	3	5	4	5	4	4	4	33
Responden 29	4	4	5	3	5	5	4	3	33
Responden 30	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Responden 31	4	4	4	4	4	5	4	3	32
Responden 32	4	5	5	4	4	5	4	4	35
Responden 33	4	4	4	4	5	5	5	4	35
Responden 34	5	5	4	3	4	4	4	3	32
Responden 35	2	4	4	4	4	2	4	3	27
Responden 36	4	3	3	3	3	4	3	3	26
Responden 37	3	4	5	3	4	4	4	4	31
Responden 38	5	4	4	4	3	4	4	3	31
Responden 39	5	5	5	4	4	4	3	1	31
Responden 40	5	5	5	5	3	4	4	2	33
Responden 41	4	4	4	4	4	5	4	4	33

Responden 42	4	4	5	4	3	5	3	4	32
Responden 43	5	4	4	5	5	5	4	2	34
Responden 44	5	5	4	3	3	4	3	2	29
Responden 45	4	5	4	3	3	3	3	2	27
Responden 46	4	4	3	4	4	5	4	4	32
Responden 47	5	5	5	3	4	4	3	4	33
Responden 48	3	3	5	4	4	5	4	3	31
Responden 49	4	5	5	4	4	4	4	1	31
Responden 50	5	5	5	3	4	4	4	3	33
Responden 51	5	4	4	4	5	5	3	4	34
Responden 52	5	5	4	4	4	4	4	3	33
Responden 53	4	4	3	3	4	4	5	5	32
Responden 54	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Responden 55	3	5	4	4	5	5	5	4	35
Responden 56	5	5	5	4	4	3	3	3	32
Responden 57	4	5	5	3	4	5	4	4	34
Responden 58	5	5	5	4	3	4	5	4	35
Responden 59	4	4	4	3	4	4	4	3	30
Responden 60	4	5	5	5	5	4	5	4	37
Responden 61	5	5	5	5	4	5	4	4	37
Responden 62	3	4	4	3	4	4	3	3	28
Responden 63	5	5	4	3	4	5	4	3	33
Responden 64	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Responden 65	5	5	5	4	4	4	4	4	35

Responden 66	5	5	5	4	5	5	5	4	38
Responden 67	5	4	5	4	5	5	4	3	35
Responden 68	5	5	5	4	5	5	5	4	38
Responden 69	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Responden 70	5	5	5	4	4	5	5	5	38
Responden 71	5	4	5	5	5	5	5	4	38
Responden 72	4	5	5	4	4	4	2	2	30
Responden 73	5	4	4	3	4	4	3	3	30
Responden 74	5	5	4	2	3	4	3	2	28
Responden 75	5	5	5	4	4	5	4	4	36
Responden 76	4	5	4	4	4	4	4	3	32
Responden 77	4	4	4	3	5	5	4	2	31
Responden 78	4	4	3	4	4	4	4	3	30
Responden 79	4	3	4	3	4	4	3	3	28
Responden 80	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Responden 81	4	3	5	4	4	5	3	4	32
Responden 82	5	5	4	3	4	4	4	3	32
Responden 83	3	4	5	5	5	5	2	1	30
Responden 84	3	3	4	4	4	4	4	3	29
Responden 85	4	4	4	4	4	4	4	2	30
Responden 86	4	5	5	4	4	4	4	5	35
Responden 87	5	4	4	3	4	4	4	3	31
Responden 88	4	5	5	4	5	4	4	5	36
Responden 89	5	5	5	3	5	5	3	2	33

X1_4	Pearson Correlation	.430**	.341**	.584**	1	.323**	.267*	.541**	.402**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.002	.012	.000	.000	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1_5	Pearson Correlation	.329**	.212*	.209*	.323**	1	.117	.361**	.245*	.556**
	Sig. (2-tailed)	.002	.046	.050	.002		.275	.001	.020	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1_6	Pearson Correlation	.100	.317**	.257*	.267*	.117	1	.298**	.216*	.522**
	Sig. (2-tailed)	.350	.002	.015	.012	.275		.005	.042	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1_7	Pearson Correlation	.413**	.416**	.387**	.541**	.361**	.298**	1	.493**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.005		.000	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1_8	Pearson Correlation	.326**	.377**	.307**	.402**	.245*	.216*	.493**	1	.659**

	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.003	.000	.020	.042	.000		.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Total	Pearson Correlation	.602**	.626**	.632**	.752**	.556**	.522**	.777**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

X2_6	Pearson Correlation	-.120	.342*	.116	.257*	.381*	1	.107	.174	-.057	-.220*	.325**
	Sig. (2-tailed)	.264	.001	.281	.015	.000		.320	.102	.597	.039	.002
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2_7	Pearson Correlation	.136	.129	.152	.229*	.187	.107	1	.444*	.208	.233*	.557**
	Sig. (2-tailed)	.205	.227	.155	.031	.080	.320		.000	.050	.028	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2_8	Pearson Correlation	.150	.030	.029	.289*	.116	.174	.444*	1	.432*	.291**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.161	.777	.789	.006	.278	.102	.000		.000	.006	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2_9	Pearson Correlation	.321*	-.102	.218*	.156	-.021	-.057	.208	.432*	1	.575**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.002	.339	.040	.144	.849	.597	.050	.000		.000	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2_10	Pearson Correlation	.382*	-.003	.198	.039	-.136	-	.233*	.291*	.575*	1	.599**
	Sig. (2-tailed)	.000	.976	.062	.714	.205	.039	.028	.006	.000		.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Total	Pearson Correlation	.469*	.380*	.454*	.510*	.314*	.325*	.557*	.608*	.615*	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 29

UJI VALIDITAS 89 RESPONDEN
VARIABEL KONDISI KEUANGAN

Correlations												
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	Total
X3_1	Pearson Correlation	1	.400*	.141	.300*	.456*	.279*	.175	.399*	.292*	.256*	.594**
	Sig. (2-tailed)		.000	.189	.004	.000	.008	.100	.000	.006	.016	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_2	Pearson Correlation	.400*	1	.281*	.479*	.352*	.336*	.194	.371*	.090	.303**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.000	.001	.001	.069	.000	.401	.004	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_3	Pearson Correlation	.141	.281*	1	.444*	.346*	.129	.218*	.225*	.236*	.202	.532**
	Sig. (2-tailed)	.189	.008		.000	.001	.227	.040	.034	.026	.058	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_4	Pearson Correlation	.300*	.479*	.444*	1	.302*	.070	.206	.144	.051	.044	.501**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.004	.516	.053	.179	.636	.681	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_5	Pearson Correlation	.456*	.352*	.346*	.302*	1	.428*	.390*	.573*	.204	.474**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.004		.000	.000	.000	.055	.000	.000

	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_6	Pearson Correlation	.279*	.336*	.129	.070	.428*	1	.436*	.388*	.349*	.251*	.593**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.227	.516	.000		.000	.000	.001	.018	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_7	Pearson Correlation	.175	.194	.218*	.206	.390*	.436*	1	.497*	.308*	.303**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.100	.069	.040	.053	.000	.000		.000	.003	.004	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_8	Pearson Correlation	.399*	.371*	.225*	.144	.573*	.388*	.497*	1	.398*	.496**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.034	.179	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_9	Pearson Correlation	.292*	.090	.236*	.051	.204	.349*	.308*	.398*	1	.305**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.006	.401	.026	.636	.055	.001	.003	.000		.004	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3_10	Pearson Correlation	.256*	.303*	.202	.044	.474*	.251*	.303*	.496*	.305*	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.016	.004	.058	.681	.000	.018	.004	.000	.004		.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Total	Pearson Correlation	.594*	.636*	.532*	.501*	.744*	.593*	.598*	.743*	.512*	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Y_5	Pearson Correlation	-.017	-.044	.249*	.373**	1	.397**	.348**	.257*	.581**
	Sig. (2-tailed)	.872	.682	.019	.000		.000	.001	.015	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y_6	Pearson Correlation	.058	-.160	.151	.269*	.397**	1	.371**	.281**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.586	.135	.158	.011	.000		.000	.008	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y_7	Pearson Correlation	.026	-.026	.059	.276**	.348**	.371**	1	.564**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.810	.806	.582	.009	.001	.000		.000	.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y_8	Pearson Correlation	.005	-.031	.054	.163	.257*	.281**	.564**	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.964	.776	.618	.128	.015	.008	.000		.000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Total	Pearson Correlation	.402**	.359**	.538**	.526**	.581**	.539**	.648**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Lampiran 31

UJI RELIABILITAS 89 RESPONDEN VARIABEL *INFLUENCER* MARKETING

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.790	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	26.19	13.974	.480	.770
X1_2	26.06	13.963	.515	.767
X1_3	26.61	13.400	.494	.767
X1_4	26.38	12.784	.653	.743
X1_5	26.56	13.658	.383	.786
X1_6	26.85	13.808	.333	.796
X1_7	27.03	11.760	.657	.738
X1_8	26.83	13.074	.520	.763

Lampiran 32

**UJI RELIABILITAS 89 RESPONDEN
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.632	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	34.13	15.413	.294	.608
X2_2	34.28	16.182	.213	.623
X2_3	34.31	15.332	.256	.617
X2_4	33.84	15.498	.371	.596
X2_5	34.06	16.531	.126	.641
X2_6	34.31	16.559	.158	.633
X2_7	34.11	15.146	.421	.586
X2_8	34.27	14.245	.448	.573
X2_9	34.16	14.384	.468	.571
X2_10	34.82	12.945	.324	.613

Lampiran 33

**UJI RELIABILITAS 89 RESPONDEN
VARIABEL KONDISI KEUANGAN**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	34.46	26.001	.487	.791
X3_2	35.37	24.941	.518	.787
X3_3	34.71	26.050	.396	.801
X3_4	34.85	26.263	.354	.806
X3_5	34.57	24.452	.663	.772
X3_6	34.57	25.475	.469	.793
X3_7	34.27	26.086	.495	.791
X3_8	34.96	23.453	.644	.771
X3_9	34.28	26.909	.399	.800
X3_10	34.91	24.015	.472	.795

Lampiran 34

**UJI RELIABILITAS 89 RESPONDEN
VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.621	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	28.47	7.843	.167	.631
Y_2	28.29	8.073	.139	.635
Y_3	28.24	7.455	.366	.578
Y_4	28.83	7.392	.333	.585
Y_5	28.60	7.266	.414	.565
Y_6	28.33	7.472	.369	.577
Y_7	28.82	6.785	.472	.543
Y_8	29.46	6.410	.344	.587

Lampiran 35

HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF
VARIABEL INFLUENCER MARKETING

Statistics		
<i>Influencer Marketing</i>		
N	Valid	89
	Missing	0
Mean		30.36
Std. Error of Mean		.435
Median		30.00
Std. Deviation		4.107
Variance		16.869
Range		17
Minimum		23
Maximum		40
Sum		2702

<i>Influencer Marketing</i>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	23	2	2.2	2.2	2.2
	24	5	5.6	5.6	7.9
	25	6	6.7	6.7	14.6
	26	7	7.9	7.9	22.5
	27	5	5.6	5.6	28.1
	28	3	3.4	3.4	31.5
	29	7	7.9	7.9	39.3
	30	14	15.7	15.7	55.1
	31	7	7.9	7.9	62.9
	32	7	7.9	7.9	70.8
	33	3	3.4	3.4	74.2
	34	8	9.0	9.0	83.1
	35	5	5.6	5.6	88.8
	36	2	2.2	2.2	91.0
	37	4	4.5	4.5	95.5

	38	2	2.2	2.2	97.8
	39	1	1.1	1.1	98.9
	40	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

<i>Influencer Marketing</i>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	23 - 24	7	7.9	7.9	7.9
	25 - 26	13	14.6	14.6	22.5
	27 - 28	8	9.0	9.0	31.5
	29 - 31	28	31.5	31.5	62.9
	32 - 34	18	20.2	20.2	83.1
	35 - 37	11	12.4	12.4	95.5
	38 - 40	4	4.5	4.5	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Lampiran 36

HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Statistics		
Keputusan Pembelian		
N	Valid	89
	Missing	0
Mean		38.03
Std. Error of Mean		.450
Median		39.00
Std. Deviation		4.249
Variance		18.056
Range		18
Minimum		29
Maximum		47
Sum		3385

Keputusan Pembelian					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	29	3	3.4	3.4	3.4
	31	4	4.5	4.5	7.9
	32	1	1.1	1.1	9.0
	33	8	9.0	9.0	18.0
	34	4	4.5	4.5	22.5
	35	8	9.0	9.0	31.5
	36	5	5.6	5.6	37.1
	37	3	3.4	3.4	40.4
	38	8	9.0	9.0	49.4
	39	10	11.2	11.2	60.7
	40	8	9.0	9.0	69.7
	41	6	6.7	6.7	76.4
	42	9	10.1	10.1	86.5
	43	4	4.5	4.5	91.0
	44	3	3.4	3.4	94.4
45	2	2.2	2.2	96.6	

	46	2	2.2	2.2	98.9
	47	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	29 - 31	7	7.9	7.9	7.9
	32 - 34	13	14.6	14.6	22.5
	35 - 37	16	18.0	18.0	40.4
	38 - 40	26	29.2	29.2	69.7
	41 - 43	19	21.3	21.3	91.0
	44 - 45	5	5.6	5.6	96.6
	46 - 47	3	3.4	3.4	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Lampiran 37

**HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF
VARIABEL KONDISI KEUANGAN**

Statistics		
Kondisi Keuangan		
N	Valid	89
	Missing	0
Mean		38.55
Std. Error of Mean		.587
Median		39.00
Std. Deviation		5.537
Variance		30.659
Range		26
Minimum		24
Maximum		50
Sum		3431

Kondisi Keuangan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24	1	1.1	1.1	1.1
	26	1	1.1	1.1	2.2
	27	2	2.2	2.2	4.5
	28	1	1.1	1.1	5.6
	30	2	2.2	2.2	7.9
	32	4	4.5	4.5	12.4
	33	3	3.4	3.4	15.7
	34	5	5.6	5.6	21.3
	35	6	6.7	6.7	28.1
	36	7	7.9	7.9	36.0
	37	7	7.9	7.9	43.8
	38	5	5.6	5.6	49.4
	39	8	9.0	9.0	58.4
	40	7	7.9	7.9	66.3
	41	2	2.2	2.2	68.5
42	5	5.6	5.6	74.2	

	43	5	5.6	5.6	79.8
	44	4	4.5	4.5	84.3
	45	3	3.4	3.4	87.6
	46	2	2.2	2.2	89.9
	47	5	5.6	5.6	95.5
	48	3	3.4	3.4	98.9
	50	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Kondisi Keuangan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24 - 27	4	4.5	4.5	4.5
	28 - 31	3	3.4	3.4	7.9
	32 - 35	18	20.2	20.2	28.1
	36 - 39	27	30.3	30.3	58.4
	40 - 43	19	21.3	21.3	79.8
	44 - 47	14	15.7	15.7	95.5
	48 - 50	4	4.5	4.5	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Lampiran 38

**HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF
VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF**

Statistics		
Perilaku Konsumtif		
N	Valid	89
	Missing	0
Mean		32.72
Std. Error of Mean		.320
Median		33.00
Std. Deviation		3.015
Variance		9.091
Range		13
Minimum		26
Maximum		39
Sum		2912

Perilaku Konsumtif					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26	1	1.1	1.1	1.1
	27	2	2.2	2.2	3.4
	28	5	5.6	5.6	9.0
	29	5	5.6	5.6	14.6
	30	7	7.9	7.9	22.5
	31	11	12.4	12.4	34.8
	32	13	14.6	14.6	49.4
	33	13	14.6	14.6	64.0
	34	5	5.6	5.6	69.7
	35	12	13.5	13.5	83.1
	36	4	4.5	4.5	87.6
	37	4	4.5	4.5	92.1
	38	4	4.5	4.5	96.6
	39	3	3.4	3.4	100.0
	Total		89	100.0	100.0

Perilaku Konsumtif					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26 - 27	3	3.4	3.4	3.4
	28 - 29	10	11.2	11.2	14.6
	30 - 31	18	20.2	20.2	34.8
	32 - 33	26	29.2	29.2	64.0
	34 - 35	17	19.1	19.1	83.1
	36 - 37	8	9.0	9.0	92.1
	38 - 39	7	7.9	7.9	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Lampiran 39

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA
VARIABEL *INFLUENCER MARKETING* (X1)

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	<i>Influencer Marketing^b</i>	.	Enter
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.778	.775	1.430
a. Predictors: (Constant), <i>Influencer Marketing</i>				

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.066	1.137		11.493	.000
	<i>Influencer Marketing</i>	.647	.037	.882	17.443	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Lampiran 40

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (X2)

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keputusan Pembelian ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.496 ^a	.246	.237	2.634
a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian				

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.342	2.528		7.650	.000
	Keputusan Pembelian	.352	.066	.496	5.323	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Lampiran 41

**HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA
VARIABEL KONDISI KEUANGAN (X3)**

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kondisi Keuangan ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542 ^a	.294	.286	2.548
a. Predictors: (Constant), Kondisi Keuangan				

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.335	1.910		11.170	.000
	Kondisi Keuangan	.295	.049	.542	6.021	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Lampiran 42

HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.983 ^a	.967	.965	.561
a. Predictors: (Constant), Kondisi Keuangan, Influencer Marketing, Keputusan Pembelian				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	773.257	3	257.752	819.933	.000 ^b
	Residual	26.720	85	.314		
	Total	799.978	88			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Kondisi Keuangan, Influencer Marketing, Keputusan Pembelian						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.265	.672		3.369	.001
	Influencer Marketing	.574	.015	.781	38.183	.000
	Keputusan Pembelian	.209	.015	.294	13.753	.000
	Kondisi Keuangan	.132	.012	.243	11.100	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Lampiran 43

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 44

T_{tabel}

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6,314	12,706
2	2,920	4,303
3	2,353	3,182
4	2,132	2,776
5	2,015	2,571
6	1,943	2,447
7	1,895	2,365
8	1,860	2,306
9	1,833	2,262
10	1,812	2,228
11	1,796	2,201
12	1,782	2,179
13	1,771	2,160
14	1,761	2,145
15	1,753	2,131
16	1,746	2,120
17	1,740	2,110
18	1,734	2,101
19	1,729	2,093
20	1,725	2,086
21	1,721	2,080
22	1,717	2,074
23	1,714	2,069
24	1,711	2,064
25	1,708	2,060
26	1,706	2,056
27	1,703	2,052
28	1,701	2,048
29	1,699	2,045
30	1,697	2,042
31	1,696	2,040
32	1,694	2,037
33	1,692	2,035
34	1,691	2,032
35	1,690	2,030

36	1,688	2,028
37	1,687	2,026
38	1,686	2,024
39	1,685	2,023
40	1,684	2,021
41	1,683	2,020
42	1,682	2,018
43	1,681	2,017
44	1,680	2,015
45	1,679	2,014
46	1,679	2,013
47	1,678	2,012
48	1,677	2,011
49	1,677	2,010
df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
51	1,675	2,008
52	1,675	2,007
53	1,674	2,006
54	1,674	2,005
55	1,673	2,004
56	1,673	2,003
57	1,672	2,002
58	1,672	2,002
59	1,671	2,001
60	1,671	2,000
61	1,670	2,000
62	1,670	1,999
63	1,669	1,998
64	1,669	1,998
65	1,669	1,997
66	1,668	1,997
67	1,668	1,996
68	1,668	1,995
69	1,667	1,995
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994
72	1,666	1,993
73	1,666	1,993

74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989
83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987
89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984

Lampiran 45

F tabel

$\alpha =$ 0,05	df1=(k-1)							
df2=(n-k-1)	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199,500	215.707	224,583	230,162	233.986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337

26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106

58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044

Lampiran 46

PERMOHONAN WAWANCARA AWAL



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
 UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 PROGDI : PPKN, PBSI, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN KONSELING,
 PEND. EKONOMI., PEND. IPA DAN PPG
 SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 063/K/A-2/FKIP-UPS/11./2024 Tegal, 20 Januari 2024
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin Wawancara Awal

Yth. Dekan FKIP UPS Tegal
 Di -
 Tempat

Dengan hormat kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami,

Nama : Khumairoh Khalimatus Sadiyah
 NPM : 1320600004
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Maksud : Studi lapangan / wawancara dalam rangka penyusunan Skripsi Strata 1 FKIP UPS Tegal.
 Judul : "Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *E-Commerce*"
 Pembimbing I : Neni Hendaryati, M.Pd
 Pembimbing II : Dr. Basukiyatno, M.Pd

Selanjutnya, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi bimbingan dan arahan agar mahasiswa kami tersebut bisa menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
 Dekan I Bid. Akademik,

 Dr. Hanung Sudibwo, M.Pd
 NPM. 2316981983 R

Tembusan :
 - Dekan sebagai laporan.

Lampiran 47

PERMOHONAN DATA MAHASISWA FKIP



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGDI : PPKN, PBSI, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN KONSELING,
PEND. EKONOMI., PEND. IPA DAN PPG
SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 127./K/A-2/FKIP-UPS/2024
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Data Mahasiswa FKIP

Tegal, 5 Maret 2024

Yth. Dekan FKIP UPS Tegal
Di -
Tempat

Dengan hormat kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami,

Nama : Khumairoh Khalimatus Sadiyah
NPM : 1320600004
Program Stud : Pendidikan Ekonomi
Maksud : Permohonan data mahasiswa FKIP dalam rangka penyusunan Skripsi Strata 1 FKIP UPS Tegal.
Judul : "Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada E-Commerce"
Pembimbing I : Neni Hendaryati, M.Pd
Pembimbing II : Dr. Basukiyatno, M.Pd

Selanjutnya, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin dalam pengambilan data mahasiswa FKIP agar mahasiswa kami tersebut bisa menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.



a.n. Dekan,
Wakil Dekan I Bid. Akademik,

Hanung Sudibvo, M.Pd
NIPY. 23169819832

Lampiran 48

PERMOHONAN IZIN STUDI LAPANGAN (PENELITIAN)



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGDI : PPKN, PBSI, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN KONSELING,
PEND. EKONOMI., PEND. IPA DAN PPG
SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 184/K/A-2/FKIP-UPS/VI/2024
Lampiran : -
Perihal : *Permohonan Izin Studi Lapangan (Penelitian)*

Tegal, 25 Juni 2024

Yth. Dekan FKIP UPS Tegal
Di -
Tempat

Dengan hormat kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami,

Nama : Khumairoh Khalimatus Sadiyah
NPM : 1320600004
Program Stud : Pendidikan Ekonomi
Maksud : Studi lapangan dalam rangka penyusunan Skripsi Strata 1 FKIP UPS Tegal.
Judul : "Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *E-Commerce*"
Pembimbing I : Neni Hendaryati, M.Pd
Pembimbing II : Dr. Basukiyatno, M.Pd

Selanjutnya, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi bimbingan dan arahan agar mahasiswa kami tersebut bisa menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I Bid. Akademik,

Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
NIPY: 2316981983

Tembusan :
- Dekan sebagai laporan.

Lampiran 49

SELESAI MENGIKUTI PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
 UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 PROGDI : PPKN, PBSI, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN
 KONSELING, PEND. EKONOMI., PEND. IPA DAN PPG
 SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 184/K/E/FKIP/UPS/VI/2024
 Lampiran : -
 Perihal : *Selesai Mengikuti Penelitian*

Tegal, 15 Juli 2024

Yth. Khumairoh Khalimatus Sadiyah
 Di -

Tempat

Disampaikan dengan hormat, memenuhi surat saudara 184/K/A-2/FKIP-UPS/VI/2024 tanggal 15 Juli 2024 perihal tersebut pada pokok surat, bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Khumairoh Khalimatus Sadiyah
 NPM : 1320600004
 Program Stud : Pendidikan Ekonomi

Yang bersangkutan telah menyelesaikan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi Srata 1 dengan judul "Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *E-Commerce*" pada tanggal 25 Juni – 15 Juli 2024

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.



a.n. Dekan,
 Hanung Sudibyo, M.Pd
 NIPY. 2316981983

Lampiran 50

JURNAL BIMBINGAN



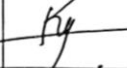

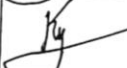


Nama Mahasiswa : Khumairoh Khalimatus Sadiyah
 NPM : 1320600004
 Program Studi/Smt : Pendidikan Ekonomi/7
 Judul Skripsi : "Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *E-Commerce*"
 Pembimbing : I. Neni Hendaryati, M.Pd
 II. Dr. Basukiyatno, M.Pd

PEMBIMBING I

No	Hari, Tanggal	Maksud Bimbingan (Diisi Mahasiswa)	Uraian Hasil Bimbingan (Diisi Pembimbing)	Tanda Tangan
1	2	3	4	5
	8 - Jan - 24	Bimbingan judul.	Revisi judul.	f.
	31 - Jan - 24	Mengajukan Bab 1	Revisi bab 1	f.
	22 - Feb - 24	Revisi Bab 1	Revisi bab 1 lanjut bab 2.	f.
	8 - Mar - 24.	Revisi Bab 1 Pembimbingan Bab 2	Revisi bab 1 Revisi bab 2	f.
	22 - Mar - 24	Pembimbingan Bab 1 Bimbingan Bab 2	Revisi 1 & 2. Lanjut bab 3.	f.
	23 - Apr - 24	Bimbingan Bab 3	Revisi bab 3	f.

	06/05/2024	Bimbingan	ACC Sempro.	f.
	06/06/2024	Bimbingan dan Ruri	Angket revisi	f.
	11/06/2024	Revisi angket	Revisi lalu ke lapangan	f.
	14/06/2024	Ruri angket	Layang layang.	f.
	22/07/2024	Bimbingan Bab 4 dan 5	Pertahili bab 5.	f.
	26/07/2024	Bimbingan Bab 5	ACC ujian strips	f.

PEMBIMBING II

No	Hari, Tanggal	Maksud Bimbingan (Diisi Mahasiswa)	Uraian Hasil Bimbingan (Diisi Pembimbing)	Tanda Tangan
1	2	3	4	5
	11-Jan-24	Bimbingan Judul	Acc	
	7 Mnt 24	Bab 1	Revisi	
	15 Maret 24	Bimbingan Bab 2	Acc Bab 1 Bab 2	
	30 April 24	Bimbingan Bab 3	Acc 1 2 3	
	29 Mei 24	Revisi PPT	Acc	
	25 Juni 24	Bimbingan Angket	Acc	
	23 Juli 24	Bimbingan Bab 4 dan 5	Acc Piday	
			keisi pustaka	

Lampiran 51

BUKTI KEIKUTSERTAAN DALAM SEMINAR PROPOSAL



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
SEKRETARIAT: JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

BUKTI KEIKUTSERTAAN DALAM SEMINAR PROPOSAL

NAMA : KHUMAIRAH KHALIMATUS SADIYAH
JUDUL PROPOSAL : "Pengaruh Influencer marketing keputusan pembelian dan kondisi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada E-commerce"
PEMBIMBING 1 : Neni Hendaryati, M.Pd
2 : Dr. Basukiyatno, M.Pd

NO	NPM DAN NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF KETUA PENGUJI
1	Pungki Indrayani	"Pengaruh model permasalahan Project Based Learning terhadap keaktifan dan Hasil Belajar peserta didik kelas X SMA Negeri 1 Pangkah melalui metode Online class"	
2	Azahra Laura Saikabirra	"Efektivitas Cooperative Learning tipe STAD menggunakan media monopoli untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X mata pelajaran Ekonomi SMA Negeri 1 Pangkah"	
3	Muhamad Anjung Prayoga	"Pengaruh flash sale, kemudahan transaksi, perilaku pembelian impulsif terhadap keputusan pembelian e-commerce Shopee pada mahasiswa FKIP UPI Tegal"	
4	Fannitka Fitriani	"Pengaruh kompetensi Profesional, kepribadian guru, dan pembentukan karakter siswa terhadap Hasil Belajar siswa kelas XI pada mata pelajaran Ekonomi SMA Negeri 1 Pangkah"	
5	Fadlan Busthomi	Analisis Judi online terhadap kesejahteraan masyarakat Indonesia	

Tegal,26....Juni...2024
Kaprosdi Pendidikan Ekonomi,

Neni Hendaryati, M.Pd
NIDN. 0625068402

Lampiran 52

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
SEKRETARIAT: JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL

Pada hari ini Selasa tanggal 21 bulan Mei tahun
..... 2024 Telah melaksanakan Ujian Proposal terhadap mahasiswa Program S1 Fakultas
Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Pancasakti Tegal:

Nama : Khumairoh Khaimatus Sadiyah
Tempat/Tgl. Lahir : Tegal, 30 Oktober 2002
NPM : 132060004
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Proposal : " Pengaruh Influencer marketing, keputusan pembelian,
dan kondisi keuangan terhadap Perilaku konsumtif
mahasiswa pada e-commerce "

Dinyatakan : REVISI / TIDAK REVISI *) Dengan Nilai : _____
Huruf Mutu : _____

Catatan :

Ketua,
Penguji I

Neni Hendaryati
Neni Hendaryati, M.Pd
NIDN. 0625068402

Penguji II,

Dr. Basukiyo
Dr. Basukiyo, M.Pd
NIDN. 0616096001

Kaprodi Pendidikan Ekonomi,

Neni Hendaryati
Neni Hendaryati, M.Pd
NIDN. 0625068402

Keterangan: *) Coret yang tidak perlu

Lampiran 53

REKOMENDASI



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
 UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
 PENDIDIKAN EKONOMI
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 SEKRETARIAT: JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

REKOMENDASI

Proposal Penelitian yang berjudul:

" Pengaruh Influencer marketing, Keputusan Pembelian, dan kondisi keuangan terhadap perilaku Konsumtif mahasiswa pada E-commerce "

ini telah diteliti/ dirombak/ diperbaiki kembali oleh mahasiswa yang bersangkutan, sesuai dengan syarat/ ketentuan ilmiah yang diajukan penguji:

PENGUJI :

TANDA TANGAN :

1. Penguji I : *Neni Hendaryati* 1.

2. Penguji II : *Basuki Pratomo* 2.

Tanpa Rekomendasi ini, maka mahasiswa tidak diperkenankan untuk melanjutkan proses pembimbingan pada Bab selanjutnya.

Tegal, ..25 Juni 2024
 Kaprodi Pendidikan Ekonomi,

Neni Hendaryati, M.Pd
 NIDN. 0625068402

Mahasiswa,

Khumairah Khairatus Sadiyah
 NPM. 1320600004

Lampiran 54



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
 UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 PROGDI: PPKN, PBSI, PBI, BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND.EKONOMI,
 PEND.MATEMATIKA, PEND.IPA, DAN PPG
 Sekretariat: Jl. Halmahera Km. 1 Tegal Telp.(0283) 357155

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Dengan ini Komisi Pembimbing Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal, yang terdiri atas:

1. Pembimbing I

N a m a : Neni Hendaryati, M.Pd
 NIDN : 0625068402
 Pangkat/ Gol : Penata Tk. 1 / III d
 Jabatan : Lektor

2. Pembimbing II

N a m a : Dr. Basukiyatno, M.Pd
 NIDN : 0616096001
 Pangkat/ Gol : Penata Tk.1 / III d
 Jabatan : Lektor

Menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

N a m a : Khumairoh Khalimatus Sadiyah
 NPM : 1320600004
 Jurusan/ ProgdI : Pendidikan Ekonomi

telah menyelesaikan SKRIPSI dengan judul: PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KEPUTUSAN PEMBELIAN, DAN KONDISI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA *E-COMMERCE* dengan tahap pelaksanaan sebagai berikut:

NO.	TAHAPAN	TANGGAL PELAKSANAAN
1.	Pengajuan Judul	8 Januari 2024
2.	Penulisan Proposal	13 Januari 2024
3.	Pelaksanaan Penelitian	25 Juni 2024
4.	Pengumpulan Data	13 Juli 2024
5.	Analisis Data	16 Juli 2024
6.	Penyusunan Laporan/Skripsi	18 Juli 2024

Skripsi tersebut telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal pada hari **Senin, 05 Agustus 2024**

Demikian Berita Acara Bimbingan Skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tegal,

Pembimbing I,


Neni Hendaryati, M.Pd
 0625068402

Pembimbing II


Dr. Basukiyatno, M.Pd
 0616096001

Mengetahui,
 An. Dekan FKIP,
 Wakil Dekan I,


Dr. Hanung Sudihyo, M.Pd
 NIDN.0609088301


Lampiran 55



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGDI: PPKN, PBSI, PBI, BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND.EKONOMI,
PEND.MATEMATIKA, PEND.IPA, DAN PPG
Sekretariat: Jl. Halmahera Km. 1 Tegal Telp.(0283) 357155

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
No: 221/K/A-2/FKIP-UPS/VII/2024

Dengan ini Dewan penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal Nomor : 049/K/A-2/FKIP-UPS/VII/2024 tanggal 05 Agustus 2024 menyatakan bahwa pada hari ini **Senin pukul 10.00 WIB** sampai dengan selesai telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa FKIP UPS Tegal:

Nama : KHUMAIROH KHALIMATUS SADIYAH
NPM : 1320600004
Jurusan / Progdi : PENDIDIKAN EKONOMI
Judul Skripsi : PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KEPUTUSAN PEMBELIAN, DAN KONDISI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA *E-COMMERCE*
Nilai : Angka 82,5 Huruf A-
Keterangan : LULUS

Demikian berita acara ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tegal, 05 Agustus 2024
Tim Penguji,

1. Ketua
Nama : **Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd**
NIDN : 0609088301
Pangkat/ Gol. : Penata / III c
Jabatan : Lektor
(.....)
2. Sekretaris
Nama : **Neni Hendaryati, M.Pd**
NIDN : 0625068402
Pangkat/ Gol : Penata Tk. 1 / III d
Jabatan : Lektor
(.....)
3. Penguji I
Nama : **Dr. Dewi Apriani Fr, MM**
NIDN : 0625066503
Pangkat/ Gol : Penata / III c
Jabatan : Lektor
(.....)
4. Penguji II/Pembimbing II
Nama : **Dr. Basukiyatno, M.Pd**
NIDN : 0616096001
Pangkat/ Gol : Penata Tk.1 / III d
Jabatan : Lektor
(.....)
5. Penguji III/Pembimbing I
Nama : **Neni Hendaryati, M.Pd**
NIDN : 0625068402
Pangkat/ Gol : Penata Tk. 1 / III d
Jabatan : Lektor
(.....)

Mengetahui,
Dekan FKIP,
Wakil Dekan I,



Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
NIDN 0609088301

Lampiran 56



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
 UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 PROGDI: PPKN, PBSI, PBI, BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND.EKONOMI,
 PEND.MATEMATIKA, PEND.IPA, DAN PPG
 Sekretariat: Jl. Halmahera Km. 1 Tegal Telp.(0283) 357155

BERITA ACARA PENYELESAIAN REVISI SKRIPSI

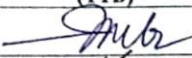
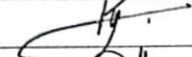

Dengan ini Penguji Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal, menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

N a m a : KHUMAIROH KHALIMATUS SADIYAH
 NPM : 132060004
 Judul Skripsi : PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KEPUTUSAN PEMBELIAN, DAN KONDISI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA *E-COMMERCE*

Dengan penguji:

1. Penguji I
 N a m a : **Dr. Dewi Apriani Fr, MM**
 NIDN : 0625066503
 Pangkat/ Gol : Penata / III c
 Jabatan : Lektor
2. Penguji II/Pembimbing II
 N a m a : **Dr. Basukiyatno, M.Pd**
 NIDN : 0616096001
 Pangkat/ Gol : Penata Tk. I / III d
 Jabatan : Lektor
3. Penguji III/Pembimbing I
 N a m a : **Neni Hendaryati, M.Pd**
 NIDN : 0625068402
 Pangkat / Gol : Penata Tk. I / III d
 Jabatan : Lektor

Dengan rekomendasi revisi skripsi sebagai berikut:

PENGUJI	REVISI SELESAI (TTD)	REVISI DALAM PROSES (TTD)	REVISI BELUM SELESAI (TTD)
I			
II			
III			

Demikian Berita Acara Penyelesaian Revisi Skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
 a.n. Dekan FKIP,
 Wakil Dekan I,



Lampiran 57



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
UPT INOVASI DAN PUBLIKASI ILMIAH

JL. Halmahera Km. 1 – Tegal 52122
 Sekretariat: Telp./ Fax. (0283) 351082 / Rektor: Telp./Fax. (0283) 351267
 e-mail: ipi@upstegal.ac.id website: www.upstegal.ac.id

Nomor : 006.a2206/K/A-2/IPI-UPS/VII/2024

7/30/2024 20:41:42

Lampiran :-

Perihal : **HASIL SCAN SIMILARITY**

Kepada,

Yth. Khumairoh Khalimatus Sadiyah

Dalam rangka pencegahan kasus plagiasi dalam penyusunan karya ilmiah dosen dan mahasiswa di lingkungan Universitas Pancasakti Tegal, maka saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khumairoh Khalimatus Sadiyah

Jenis karya : SKRIPSI

Judul : Pengaruh Influencer Marketing, Keputusan Pembelian, Dan Kondisi

Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada E-commerce

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI dengan judul : **Pengaruh Influencer Marketing, Keputusan Pembelian, Dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada E-commerce** telah dicek kesamaan (similarity) menggunakan Turnitin dengan hasil kesamaan sebesar **25%**. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap kode etik publikasi dalam karya saya ini
 Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pemeriksa,
 Kepala UPT. Inovasi dan Publikasi Ilmiah
 Universitas Pancasakti Tegal



Abi Arhani, M.Pd
 NIDN. 0616068601

File Hasil Uji Similarity

Tegal, 30 Juni 2024

Yang menyatakan,

Khumairoh Khalimatus Sadiyah

BIODATA PENULIS



Khumairoh Khalimatus Sadiyah adalah penulis dari skripsi ini. Penulis lahir dari pasangan Bapak Hartono dan Ibu Solikha yang merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Penulis lahir di Tegal pada 30 Oktober 2002. Penulis beralamat di Desa Kedokansayang, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal, Provinsi Jawa Tengah. Penulis dapat dihubungi melalui sadiyahkhumairoh30@gmail.com. Pada tahun 2008 penulis memulai Pendidikan formal di SDN Kedokansayang 01 (2008-2014), SMP N 1 Tarub (2014-2017), SMK Nu 1 Islamiyah Kramat (2018-2020). Setelah selesai menempuh Pendidikan menengah atas, penulis melanjutkan Srata 1 (S1) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pancasakti Tega mulai dari tahun (2020), dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar, berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1), penulis menyelesaikan Program Studi ditekuni pada 05 Agustus 2024, dengan judul skripsi “Pengaruh *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, Dan Kondisi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *E-Commerce*”. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan sumbangsi terhadap dunia Pendidikan dan menambah referensi penelitian serta bermanfaat bagi pembaca.