DAFTAR PUSTAKA

Alfifto, A., Siringoringo, A., & Hasman, H. C. P. (2022). *Viral Marketing*, *Celebrity Endorsement* dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, *2*(1), 1–9.

Aminin, N. S. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorsement* BTS, *Viral Marketing*, brand image terhadap keputusan pembelian menu BTS Meal. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, *2*(8), 759–766.

Angela, F., & Lina, L. (2023). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Rachel Vennya Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Kota Palembang. *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, *12*(2), 249–260.

Ariga, W. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over di Kota Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry.

Bibit, K. (2023). Pengaruh Viral Maketing, *Celebrity Endorsement*, Dan Brand Image Terhadap. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *12*(1).

Bisma, R. P., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh *Viral Marketing* dan Internet *Celebrity Endorsement* terhadap Impulse Buying Melalui Online Trust.

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, *6*(3), 1512–1526.

Bukit, E. F., Femmy, F., & Mayangsari, F. D. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *22*(2), 323–332.

Clara, C., Marvin, S. F., & Leovani, E. (2024). Exploring The Influence Of Brand Perception, Celebrity Advocacy, And User Feedback On Skincare Product Purchase Choices. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:275375322

Febrianto, R., Survival, S., & Dewi, D. C. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan *Viral Marketing* yang berimplikasi pada Purchase Intention dengan Electronic Word of Mouth sebagai Variabel Mediasi. *JIM (Jurnal Ilmu Manajemen)*, *9*(2), 168–182.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 25.* Universitas Diponegoro.

Indaryani, M. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Viral Marketing, Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia Di Nginden Semolowaru Surabaya*. Universitas Katolik Darma Cendika Fakultas Ekonomi.

Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Brand Trust dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, *17*(2), 177–186.

Janah, R. M., & Mulyaningsih, H. D. (2024). Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Bandung Conference Series: Business and Management*, *4*(1), 472–478.

Katiandagho, N. J., & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, *9*(1), 13–27.

Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Erlangga.

Kristanto, O. D. (2017). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Rmbl*.

Lase, G. P. (2024). *Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Shopee di Kota Batam*. Prodi Manajemen.

Latifah, S., & Komariah, K. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan *Viral Marketing* Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Produk MS Glow Pada Followers Instagram@ Tunis. Store). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, *3*(4), 1988–1995.

Mohamad, T., Juanna, A., Biki, S. B., & Asnawi, M. A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsment Dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Ecommerce Shopee. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *7*(1), 379–391.

Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Pengaruh *Viral Marketing*, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *7*(3).

Nugraha, W. A. (2024). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Laos Srikandi Di Klaten*. Universitas Widya Dharma.

Oktora, A. (2022). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dessert Box Bittersweet by Najla di Jakarta Utara/Angella Oktora/25180313/Pembimbing: Tumpal JR Sitinjak*.

Permana, F. Y., & Hayuningtias, K. A. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, *Viral Marketing* dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *SEIKO: Journal of Management & Business*, *4*(2), 307–318.

Pradana, A. A. (2020). *Pengaruh Pemasaran Viral, Selebriti Endorser dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Lazada (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis)*.

Putra, I. G. A. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Brand Awareness Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Penelitian Pada Pengguna Shopee Di Denpasar)*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Rosdiana, E., Suhada, S., & Erdiansyah, E. (2024). Pengaruh *Viral Marketing*, Celebrity Endorse Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Toko Online Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *21*(3), 497–508.

Septiani, A. C. (2024). *Pengaruh Viral Marketing dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus pada Pengguna Skincare Somethinc di Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)*. Universitas Medan Area.

Sihombing, J. S. F., & Adlina, H. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser (Sehun), Brand Trust, dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab: Studi Pemasaran Produk Whitelab Pada Followers Instagram@ Whitelab. Id. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, *2*(2), 70–82.

Siringoringo, A. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Geprek Bensu Medan*. Universitas Medan Area.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*.

Zuraidah, Z., Pristiwa, N., & Hasibuan, D. N. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kalangan Pelajar SMA Negeri 2 Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, *10*(2).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Kuesioner

Saya Wilsen Effendy dari Universitas Katolik Musi Charitas, mahasiswa semester 7. Memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian ini sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu. penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis " Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian produk Sunscreen Facetology Di Kota Palembang". Informasi yang diberikan Bapak/Ibu sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Kritteria Responden :

1. Responden berusia 17 tahun keatas
2. Responden berdomisili di Kota Palembang
3. Responden yang secara rutin dan menggunakan produk sunscreen facetology
4. Responden mengenal selebriti endorsement yang digunakan oleh produk sunscreen facetology

A. IDENTITAS RESPONDEN

Usia :

- 17 s/d 22 tahun
- 22 s/d 28 tahun

- 29 s/d 34 tahun
- >34 tahun

Jenis Kelamin :

- Pria
- Wanita

Pekerjaan :

- Mahasiswa/Pelajar
- Karyawan Swasta
- Pebisnis/Pengusaha
- Lainnya

Penghasilan Dalam 1 Bulan :

- Rp. 2.500.000 s/d Rp. 4.500.000
- Rp. 4.500.000 s/d Rp. 6.500.000
- > Rp. 6.500.000

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Dari pernyataan-pernyataan dibawah ini, berilah tanda silang (X) pada tempat yang telah tersedia sesuai dengan jawaban yang tepat menurut Anda. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut:

1. Sangat Tidak Setuj
2. Tidak Setuju

3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

C. *CELEBRITY ENDORSEMENT* (X_1)

NO	INDIKATOR	STS	TS	N	S	SS
1	*Celebrity Endorsement* produk facetology seperti Fadil Jaidi sering terlihat di sosial media					
2	*Celebrity Endorsement* dari produk facetology memiliki tingkat kepopuleran tinggi yang menarik perhatian saya					
3	Celebrity endorsement produk sunscreen facetology memiliki daya tarik dalam penyampaian pesannya					
4	*Celebrity Endorsement* produk sunscreen facetology menciptakan kesan positif atas produk yang diendorsenya					
5	*Celebrity Endorsement* produk sunscreen facetology mampu menyampaikan pesan produk dengan tepat					
6	*Celebrity Endorsement* produk sunscreen facetology mampu memperlihatkan kepercayaannya atas produk yang diendorsenya					

7	*Celebrity Endorsement* produk sunscreen facetology mampu memotivasi saya untuk menggunakan produk facetology					
8	Saya membeli produk sunscreen facetology karena terpengaruh oleh kemampuan *Celebrity Endorsement* dalam meyakinkan konsumen					

D. *VIRAL MARKETING* (X_2)

NO	INDIKATOR	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui produk sunscreen facetology					
2	Saya mehahami keunggulan dari produk sunscreen facetology					
3	Perusahaan produk sunscreen facetology telah menginformasikan keunggulan produk dengan jelas					
4	Iklan dan deskripsi produk sunscreen facetology yang disampaikan sudah jelas					
5	Saya sering membicarakan sunscreen facetology kepada orang disekitar saya					
6	Sunscreen facetology sering dibicarakan dimedia sosial					

E. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	INDIKATOR	STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin untuk membeli produk sunscreen facetology					
2	Saya memantapkan untuk membeli sunscreen facetology setelah mempertimbangkan beberapa hal					
3	Saya terbiasa membeli produk sunscreen facetology					
4	Saya merekomendasikan sunscreen facetology kepada orang lain atau teman saya					
5	Saya menyarankan kepada teman saya untuk menggunakan sunscreen facetology untuk merawat kulit wajahnya					
6	Saya melakukan pembelian ulang produk sunscreen facetology ketika telah habis digunakan					

7	Saya melakukan pembelian ulang karena produk sunscreen facetology sesuai dengan kebutuhan saya					

Lampiran 2. Tabulasi Data 100 Responden

CE 1	CE 2	CE 3	CE 4	CE 5	CE 6	CE 7	CE 8	TC E	V M1	V M2	V M3	V M4	V M5	V M6	TV M
4	5	4	4	5	4	5	4	35	4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	4	3	4	5	5	34	3	4	5	5	4	5	26
3	5	5	5	4	4	4	3	33	4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	3	3	2	2	30	5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	5	5	4	36	5	4	4	5	4	4	26
5	3	3	4	4	3	4	3	29	3	4	3	3	3	3	19
4	4	5	5	4	5	5	5	37	4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	5	5	5	5	4	37	5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	4	5	5	4	5	36	5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	4	4	4	4	2	31	5	5	4	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	3	3	3	19
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	3	27
5	5	5	4	5	4	5	4	37	5	4	5	5	4	4	27
5	4	4	5	4	5	4	4	35	4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	4	4	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	5	5	3	36	5	4	3	5	4	3	24
4	5	4	4	4	4	5	5	35	4	4	4	5	4	5	26
5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	5	5	37	5	4	5	5	2	4	25
5	4	4	5	5	4	4	4	35	4	5	5	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	5	4	4	5	5	37	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	3	5	5	36	5	5	4	4	4	5	27
5	5	4	4	4	4	4	5	35	4	4	5	5	3	4	25
5	5	5	5	4	4	4	4	36	4	4	5	5	5	5	28
4	4	5	4	4	5	4	5	35	4	5	5	4	4	5	27
5	5	4	4	4	5	5	5	37	5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	4	4	4	5	5	36	5	4	4	5	4	4	26
5	4	5	5	5	5	5	4	38	5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	5	4	4	4	33	5	4	5	5	4	4	27
5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	4	5	5	5	4	28
5	5	4	5	4	5	5	4	37	5	5	5	4	4	3	26
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30

5	4	5	5	4	5	4	4	36	5	5	4	5	4	4	27
4	4	4	5	5	5	4	5	36	5	5	4	5	5	4	28
4	3	4	4	4	3	4	4	30	3	4	4	4	3	4	22
4	5	4	4	5	5	4	5	36	5	5	5	4	4	5	28
4	4	3	3	4	3	4	4	29	3	4	4	4	3	4	22
5	5	4	4	5	4	5	5	37	4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	5	5	4	5	5	38	4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	4	5	5	5	4	36	5	5	4	5	4	4	27
3	2	2	3	3	2	3	3	21	2	2	3	2	3	2	14
4	5	4	4	5	5	5	4	36	4	4	4	4	5	5	26
4	4	5	4	5	5	4	5	36	4	5	4	4	5	5	27
4	4	3	4	4	3	4	4	30	4	3	3	4	4	3	21
5	4	5	4	5	5	4	4	36	4	5	5	4	5	4	27
5	5	5	4	4	4	5	5	37	5	5	4	5	5	4	28
4	5	5	5	4	5	5	4	37	5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	5	5	5	4	5	36	4	5	5	5	4	4	27
3	2	2	3	3	2	2	3	20	3	2	2	3	3	2	15
4	5	4	5	5	4	5	5	37	4	5	4	4	5	4	26
4	5	5	5	4	5	5	5	38	4	5	4	4	4	5	26
3	4	3	3	4	4	3	3	27	4	4	3	4	4	3	22
2	1	1	2	2	1	2	2	13	2	1	1	2	2	1	9
5	4	4	4	5	5	4	5	36	4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	5	4	4	5	35	5	5	4	4	5	4	27
4	4	5	5	4	5	4	5	36	5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	5	4	5	4	36	5	5	4	5	5	4	28
5	4	5	4	4	5	4	5	36	5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	5	5	4	5	36	5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	4	5	4	4	34	5	5	4	5	4	4	27
5	4	5	5	4	5	5	4	37	4	5	4	5	4	5	27
4	4	3	4	4	3	3	4	29	3	4	4	3	4	3	21
4	5	5	4	5	4	5	4	36	5	5	4	5	4	5	28
5	4	5	4	5	5	4	5	37	5	5	4	4	5	4	27
5	4	5	5	4	5	5	5	38	5	4	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	4	5	4	36	4	4	5	4	5	5	27
5	4	5	4	5	4	5	4	36	5	4	5	4	5	4	27
5	4	5	4	5	4	5	5	37	4	5	5	4	5	4	27
4	5	4	5	5	4	4	5	36	5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	5	5	4	4	5	36	5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	5	5	4	5	37	5	5	5	4	4	5	28
4	5	4	4	5	4	5	4	35	5	4	4	5	4	4	26
4	3	3	4	3	3	4	3	27	3	4	4	3	4	3	21
4	4	3	4	4	3	3	4	29	4	3	4	4	3	3	21
5	4	4	5	4	5	4	4	35	5	4	4	5	4	5	27

5	4	5	4	5	4	4	5	36	5	4	5	4	5	4	27
5	4	5	4	4	5	4	5	36	5	4	4	5	5	4	27
4	4	5	4	5	5	4	5	36	5	4	4	5	4	5	27
4	5	5	5	4	5	5	4	37	5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	5	4	5	36	5	4	4	4	5	4	26
2	3	2	2	3	3	2	3	20	3	2	3	3	2	2	15
5	4	4	5	4	5	4	4	35	4	5	4	5	4	5	27
5	4	4	4	5	4	5	5	36	4	5	4	4	5	5	27
5	5	4	4	5	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	5	4	34	4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	4	5	5	4	4	27
5	4	4	4	4	5	5	5	36	5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	5	4	5	34	4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	5	5	4	26
4	4	5	5	4	4	5	4	35	4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	5	4	4	4	4	33	5	4	4	4	4	4	25
4	5	4	4	4	5	4	4	34	5	4	4	4	4	4	25

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	TKP
4	4	5	4	5	5	4	31
5	4	4	3	4	5	5	30
3	3	4	4	4	4	4	26
5	4	4	4	5	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	5	4	5	32
3	4	3	4	3	4	3	24
5	5	4	4	5	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	4	5	4	4	30
4	4	5	4	4	5	5	31
3	3	2	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	5	4	4	5	5	33
4	5	5	4	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	4	4	32
4	5	5	5	4	4	4	31
4	4	3	3	3	3	3	23
5	5	5	4	4	5	5	33

5	4	5	5	5	4	5	33
5	5	5	4	4	5	5	33
4	4	5	4	4	5	5	31
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	4	4	4	27
3	4	5	4	5	5	5	31
5	5	4	4	4	5	5	32
4	5	5	2	4	5	5	30
4	4	5	5	5	5	4	32
4	5	5	5	4	4	5	32
4	4	5	5	4	4	5	31
5	5	5	4	5	5	4	33
5	5	5	4	5	5	5	34
5	5	4	5	5	5	5	34
4	4	5	4	4	4	5	30
4	5	5	3	4	4	5	30
4	4	5	4	4	4	4	29
4	5	4	4	4	5	4	30
4	5	5	5	4	5	4	32
4	5	5	4	4	5	4	31
4	4	4	3	4	4	5	28
5	5	4	5	5	5	4	33
4	4	3	3	4	4	3	25
5	4	5	4	4	5	5	32
5	4	5	5	4	4	4	31
5	5	5	4	4	5	4	32
2	2	3	2	3	3	2	17
5	4	5	5	4	5	4	32
5	5	4	5	5	4	5	33
3	4	4	3	3	4	4	25
4	5	4	5	4	4	5	31
4	5	5	4	4	5	4	31
5	4	4	4	5	5	4	31
4	5	4	5	5	4	5	32
2	2	3	3	2	3	3	18
5	5	5	4	5	4	4	32
5	4	4	5	5	4	5	32
3	4	4	3	4	3	3	24
1	2	2	1	2	2	1	11
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	5	4	4	5	5	31
4	5	5	5	4	5	5	33

4	5	5	5	4	5	3	31
4	5	4	4	5	5	4	31
5	4	5	4	5	5	4	32
4	5	5	4	5	4	5	32
4	5	4	4	5	4	5	31
3	3	4	3	4	3	4	24
5	4	5	4	5	5	4	32
5	4	5	4	4	5	4	31
4	4	5	4	4	5	4	30
5	4	5	4	4	5	4	31
4	5	4	5	4	5	5	32
4	5	4	5	4	5	4	31
5	4	5	4	4	5	5	32
5	4	5	4	5	4	4	31
5	4	4	5	4	5	4	31
5	4	4	5	5	4	4	31
3	4	4	3	4	4	3	25
4	4	3	4	3	4	4	26
5	4	4	5	4	5	5	32
5	4	5	4	5	4	5	32
4	4	5	4	5	4	5	31
5	4	4	5	4	5	4	31
5	5	4	5	5	4	5	33
5	4	5	4	4	5	4	31
3	2	3	3	2	3	3	19
5	4	4	5	5	4	5	32
5	4	5	4	4	5	4	31
5	5	4	5	4	4	5	32
4	4	5	5	4	4	5	31
4	4	4	4	5	5	4	30
4	4	4	4	4	4	5	29
5	4	4	4	4	5	4	30
5	4	4	4	5	5	4	31
4	4	4	5	4	4	5	30
4	4	4	4	5	5	4	30
4	5	4	5	4	4	5	31
5	4	4	5	5	4	4	31

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

Variabel *Celebrity Endorsement*

Correlations

		CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	TCE
CE1	Pearson Correlation	1	.435**	.541**	.483**	.372**	.405**	.528**	.392**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CE2	Pearson Correlation	.435**	1	.518**	.509**	.417**	.512**	.584**	.403**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CE3	Pearson Correlation	.541**	.518**	1	.579**	.495**	.676**	.580**	.466**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CE4	Pearson Correlation	.483**	.509**	.579**	1	.320**	.516**	.507**	.347**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CE5	Pearson Correlation	.372**	.417**	.495**	.320**	1	.488**	.476**	.521**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CE6	Pearson Correlation	.405**	.512**	.676**	.516**	.488**	1	.524**	.541**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CE7	Pearson Correlation	.528**	.584**	.580**	.507**	.476**	.524**	1	.507**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CE8	Pearson Correlation	.392**	.403**	.466**	.347**	.521**	.541**	.507**	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TCE	Pearson Correlation	.691**	.736**	.825**	.709**	.680**	.796**	.792**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Variabel *Viral Marketing*

Correlations

		VM1	VM2	VM3	VM4	VM5	VM6	TVM
VM1	Pearson Correlation	1	.520**	.473**	.629**	.429**	.434**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
VM2	Pearson Correlation	.520**	1	.497**	.441**	.552**	.571**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
VM3	Pearson Correlation	.473**	.497**	1	.529**	.396**	.592**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
VM4	Pearson Correlation	.629**	.441**	.529**	1	.343**	.575**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
VM5	Pearson Correlation	.429**	.552**	.396**	.343**	1	.469**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
VM6	Pearson Correlation	.434**	.571**	.592**	.575**	.469**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TVM	Pearson Correlation	.759**	.785**	.763**	.765**	.693**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	TKP
KP1	Pearson Correlation	1	.539**	.474**	.582**	.608**	.567**	.523**	.818**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.539**	1	.485**	.519**	.513**	.524**	.543**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.474**	.485**	1	.365**	.464**	.593**	.526**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	.582**	.519**	.365**	1	.493**	.381**	.510**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	.608**	.513**	.464**	.493**	1	.417**	.484**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KP6	Pearson Correlation	.567**	.524**	.593**	.381**	.417**	1	.426**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KP7	Pearson Correlation	.523**	.543**	.526**	.510**	.484**	.426**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TKP	Pearson Correlation	.818**	.775**	.729**	.737**	.749**	.727**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel *Celebrity Endorsement*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	8

Variabel *Viral Marketing*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	6

Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	7

Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59679897
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.068
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.154	1.301		1.655	.101		
	TCE	.253	.087	.284	2.902	.005	.181	5.520
	TVM	.744	.113	.647	6.603	.000	.181	5.520

a. Dependent Variable: TKP

Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.305	.826		.370	.712
	TCE	.098	.055	.413	1.764	.081
	TVM	-.095	.072	-.312	-1.333	.186

a. Dependent Variable: AbsUt

Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.154	1.301		1.655	.101		
	TCE	.253	.087	.284	2.902	.005	.181	5.520
	TVM	.744	.113	.647	6.603	.000	.181	5.520

a. Dependent Variable: TKP

Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.912[a]	.831	.828	1.613	.831	239.310	2	97	.000	1.963

a. Predictors: (Constant), TVM, TCE

b. Dependent Variable: TKP

Lampiran 10. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1245.533	2	622.767	239.310	.000[b]
	Residual	252.427	97	2.602		
	Total	1497.960	99			

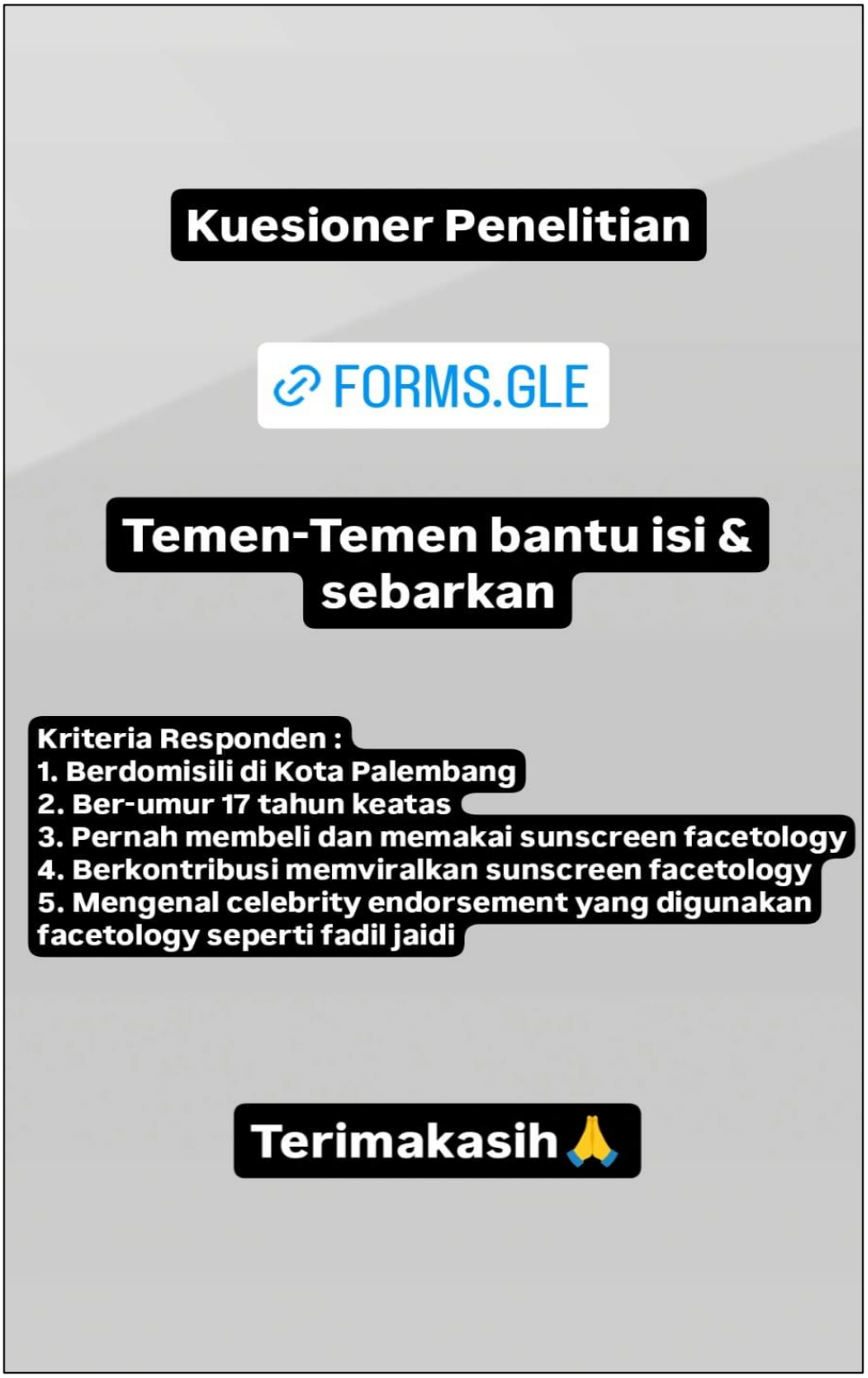
a. Dependent Variable: TKP

b. Predictors: (Constant), TVM, TCE

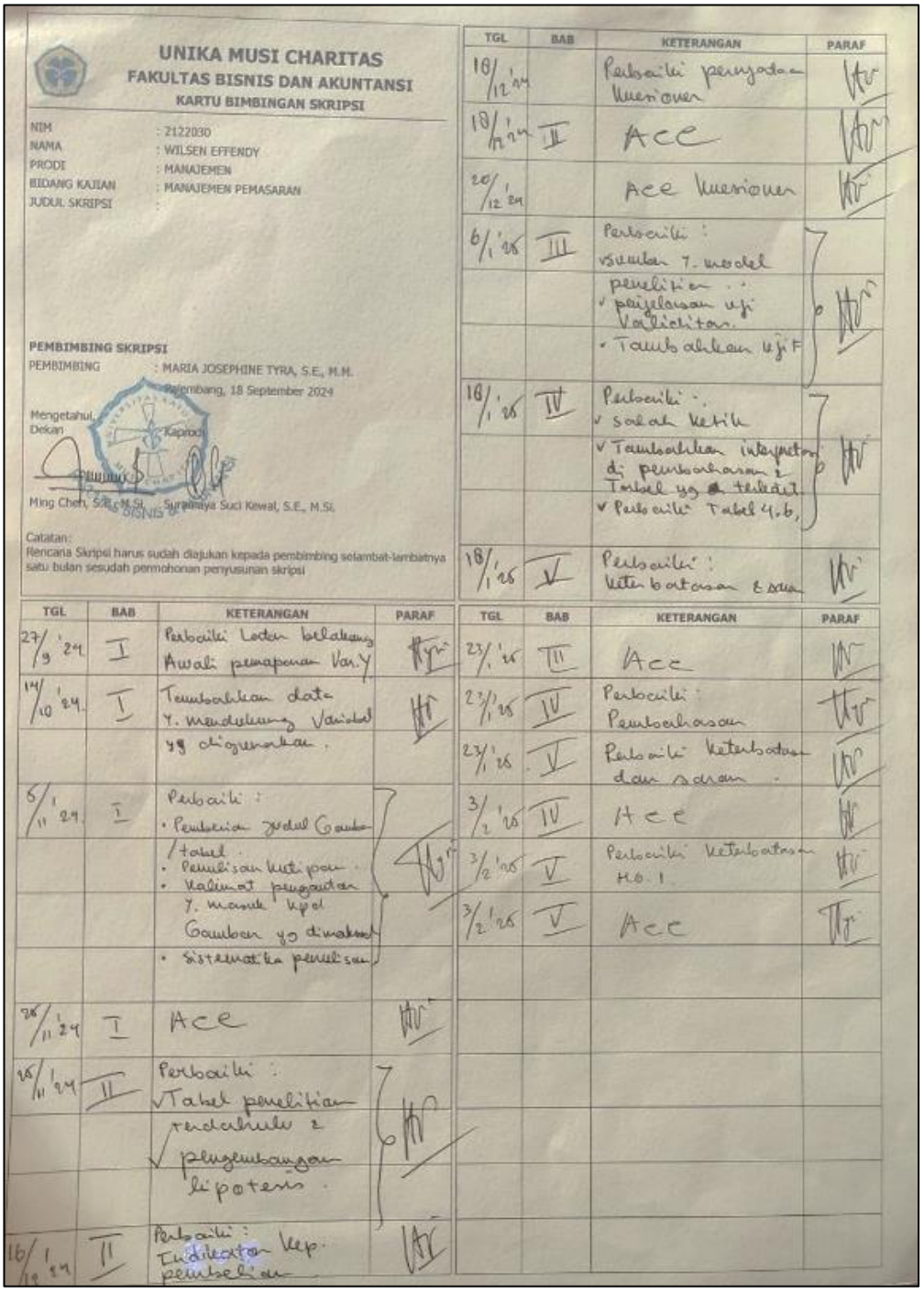
Lampiran 11. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.154	1.301		1.655	.101
	TCE	.253	.087	.284	2.902	.005
	TVM	.744	.113	.647	6.603	.000

Lampiran 12. Bukti Sebar Kuesioner



Lampiran 13. Kartu Bimbingan Skripsi



UNIKA MUSI CHARITAS
FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NIM : 2122030
NAMA : WILSEN EFFENDY
PRODI : MANAJEMEN
BIDANG KAJIAN : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI :

PEMBIMBING SKRIPSI
PEMBIMBING : MARIA JOSEPHINE TYRA, S.E., M.M.

Palembang, 18 September 2024

Mengetahui,
Dekan

Ming Chen, S.E., M.Si.

Kaprodi

Suryaniya Suci Kewal, S.E., M.Si.

Catatan:
Rencana Skripsi harus sudah diajukan kepada pembimbing selambat-lambatnya satu bulan sesudah permohonan penyusunan skripsi

TGL	BAB	KETERANGAN	PARAF
27/9 '24	I	Perbaiki Latar belakang Awali pemaparan Var.Y	
14/10 '24	I	Tambahkan data Y. mendukung Variabel yg digunakan.	
6/11 '24	I	Perbaiki : • Penulisan judul Gambar /tabel. • Penulisan kutipan. • Kalimat pengantar Y. masuk kpd Gambar yg dimaksud • Sistematika penulisan	
28/11 '24	I	Acc	
25/11 '24	II	Perbaiki : √Tabel penelitian √pengembangan hipotesis.	
16/12 '24	II	Perbaiki : Indikator kep. pembelian	

TGL	BAB	KETERANGAN	PARAF
18/12 '24		Perbaiki penyajian kuesioner	
18/12 '24	II	Acc	
20/12 '24		Acc kuesioner	
6/1 '25	III	Perbaiki : √sumber Y. model penelitian . . √penjelasan uji Validitas. • Tambahkan uji F	
16/1 '25	IV	Perbaiki . √ salah ketik √ Tambahkan interpretasi di pembahasan & Tabel yg belum terkait √ Perbaiki Tabel 4.6,	
18/1 '25	V	Perbaiki : keterbatasan & saran	

TGL	BAB	KETERANGAN	PARAF
23/1 '25	III	Acc	
23/1 '25	IV	Perbaiki : Pembahasan	
23/1 '25	V	Perbaiki keterbatasan dan saran.	
3/2 '25	IV	Acc	
3/2 '25	V	Perbaiki keterbatasan No. 1	
3/2 '25	V	Acc	

Lampiran 14. Surat Keterangan Layak Ujian

UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS

VERITAS ET SCIENTIA NOBIS LUMEN

FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI

SURAT KETERANGAN

Nomor: 014 / III / D3 – PP.180.03/2/25

Berdasarkan hasil pemeriksaan tingkat kemiripan (*similarity index*) dengan menggunakan aplikasi Turnitin maka disampaikan bahwa:

No	NIM	Nama Lengkap	*Similarity Index*	Keterangan
1	2122030	Wilsen Effendy	23 %	Layak Ujian

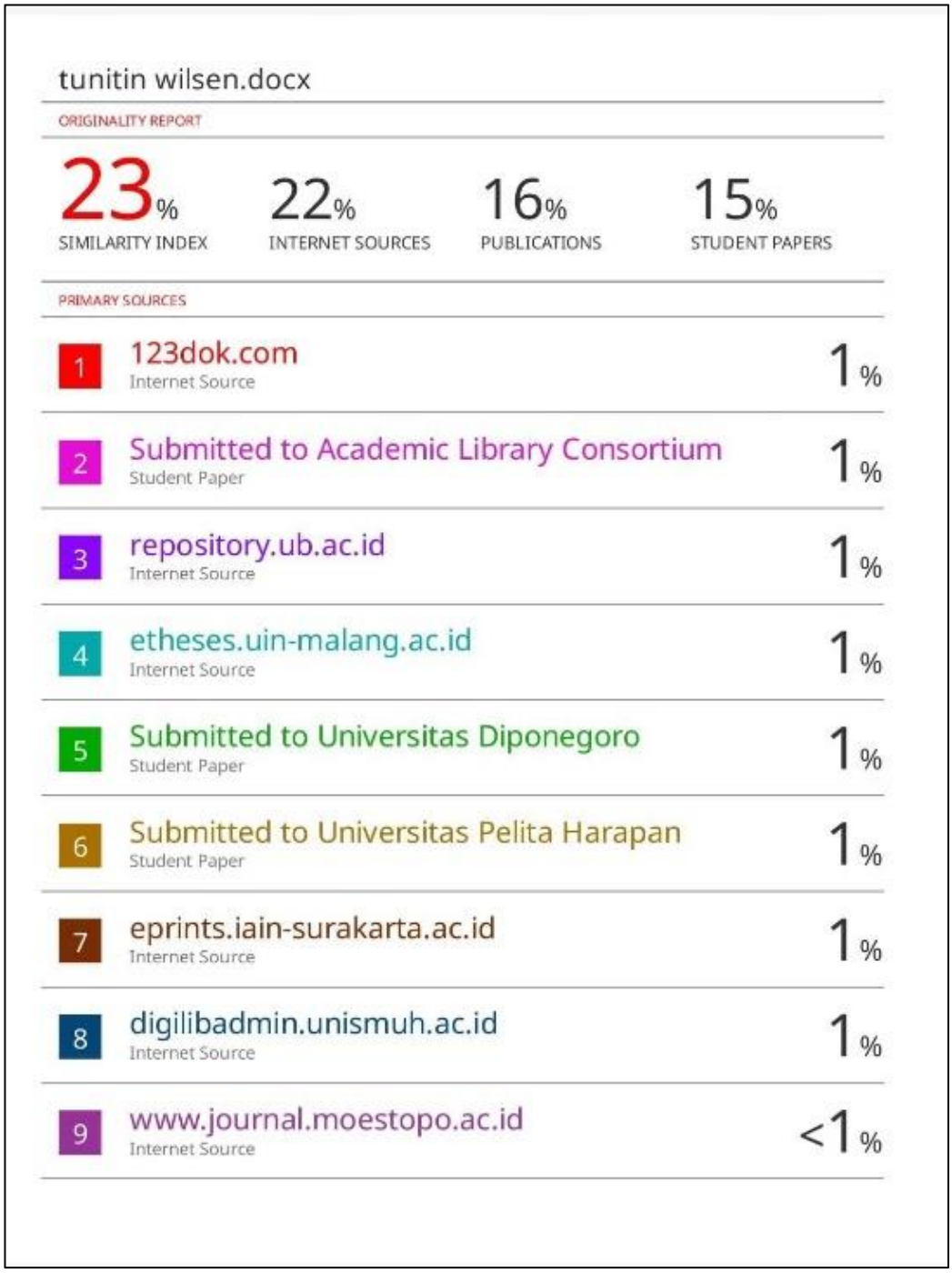
Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai salah satu kelengkapan berkas pendaftaran sidang skripsi.

Palembang, 7 Februari 2025
Ketua Program Studi Manajemen,

Suramaya Suci Kewal, S.E., M.Si., QWP
NIDN. 0215058403

Kampus Bangau
Jalan Bangau No.60 Palembang 30113
Telp. +62 711-321801
Sumatera Selatan - Indonesia
www.ukmc.ac.id | fbs@ukmc.ac.id

Lampiran 15. Hasil Turnitin



tunitin wilsen.docx

ORIGINALITY REPORT

23%	22%	16%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	1%
2	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	1%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
4	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	1%
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
8	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
9	www.journal.moestopo.ac.id Internet Source	<1%