

The logo of Universitas Sahid Surakarta is a circular emblem with a decorative border. It features a central yellow book icon with a flame above it, set against a white background. The text "UNIVERSITAS SAHID" is written in a semi-circle at the top, and "SURAKARTA" is written in a semi-circle at the bottom. The entire logo is rendered in a light, semi-transparent pinkish-red color.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswi dari jurusan Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta. Bersamaan ini saya memohon kesediaan dan bantuan Ibu/Saudari untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Informasi dan jawaban yang diberikan pada kuesioner ini akan saya rahasiakan dan pertanyaan yang ada dikuesioner ini bertujuan untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Produk, *Rating Customer*, dan *Content Marketing* Media Sosial, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Adeeva Gallery”. saya mengharapkan bantuan dan kesediaan Ibu/Saudari untuk mengisi kuesioner ini dan saya mengharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan.

Saya mengucapkan terima kasih atas kerja sama dan bantuan dari Bapak/Ibu yang telah mengisi angket kuesioner penelitian ini.

### IDENTITAS RESPONDEN

### KUESIONER PENELITIAN

Nama

:

Usia

:

< 17 tahun

26 – 30 tahun

17 – 25 tahun

> 30 tahun

Pekerjaan

:

Pelajar/Mahasiswa

Kerja

Penghasilan/

:

< 1 juta

2 juta – 3 juta

Uang Saku

:

1 juta – 2 juta

3 juta – 4 juta

4 juta – 5 juta

> 5 juta

Alamat/ Domisili :

Adeeva Gallery menjual produk dengan *size* yang *real* jumbonya?

Ya             Tidak

Saya merasa *rating customer* dapat membantu anda ketika belanja *online*?

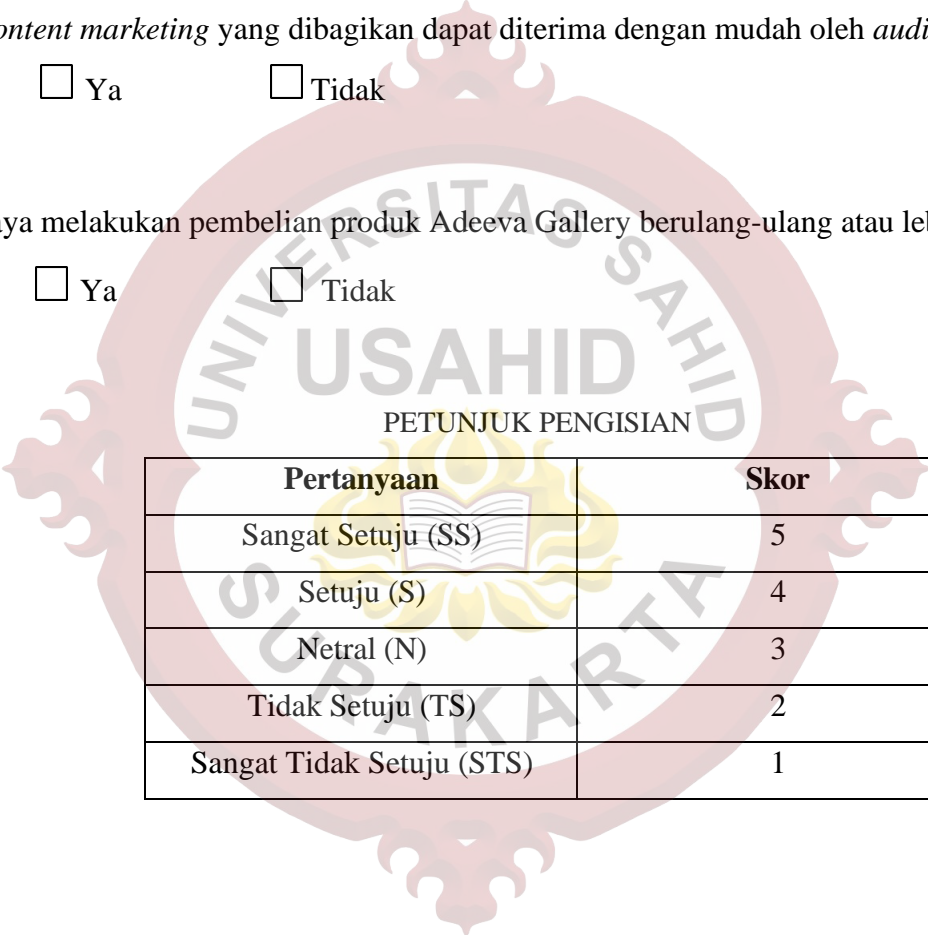
Ya             Tidak

*Content marketing* yang dibagikan dapat diterima dengan mudah oleh *audiens*?

Ya             Tidak

Saya melakukan pembelian produk Adeeva Gallery berulang-ulang atau lebih dari satu kali?

Ya             Tidak



PETUNJUK PENGISIAN

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 1. VARIABEL PENELITIAN

### DIFERENSIASI PRODUK

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	Adeeva Gallery menjual produk dengan <i>size</i> yang <i>real</i> jumbonya?					
2.	Produk Adeeva Gallery memiliki kualitas bahan yang tebal dan tidak mudah kusut?					
3.	Produk Adeeva Gallery sesuai dengan yang saya harapkan?					
4.	Produk yang dijual sesuai dengan standar dan kualitas yang saya inginkan?					
5.	Produk yang dihasilkan memiliki bahan yang bagus dan tidak mudah rusak?					
6.	Produk yang dihasilkan memiliki bahan yang halus, dingin, lembut, dan beragam?					
7.	Produk Adeeva Gallery terjamin kualitasnya?					
8.	Adeeva Gallery memberkan layanan yang efektif dan sesuai <i>request</i> konsumen?					

### RATING CUSTOMER

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa <i>rating customer</i> dapat membantu saya ketika belanja <i>online</i> ?					
2.	Dengan menggunakan <i>rating customer</i> membuat saya bisa menyampaikan penilaian kepuasan pembelian terhadap toko?					

3.	Saya merasa <i>rating customer</i> meningkatkan efektivitas belanja <i>online</i> saya?					
4.	Dengan adanya <i>rating customer</i> saya juga bisa melihat penilaian dari oranglain tentang produk/toko tersebut?					
5.	Saya merasa menggunakan <i>rating customer</i> itu bermanfaat dan menarik?					

### **CONTENT MARKETING**

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	<i>Content marketing</i> yang dibagikan dapat diterima dengan mudah oleh <i>audiens</i> ?					
2.	Dengan adanya <i>content marketing</i> perusahaan juga dapat berinteraksi dengan <i>audiens</i> melalui fitur chat atau kolom komentar di <i>platfrom</i> ?					
3.	<i>Content marketing</i> yang dibuat dapat menyampaikan informasi terkait produk yang dijual?					
4.	<i>Content marketing</i> yang dibuat mampu menarik perhatian konsumen?					
5.	<i>Content marketing</i> yang dibuat Adeeva Gallery dapat menentukan keputusan pembelian?					
6.	<i>Content marketing</i> yang dibuat Adeeva Gallery sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen?					

### KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk Adeeva Gallery karena adanya kebutuhan?					
2.	Kemantapan saya dalam membeli produk Adeeva Gallery sudah sangat yakin?					
3.	Saya tertarik membeli produk Adeeva Gallery karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman)?					
4.	Saya akan merekomendasikan produk Adeeva Gallery ke oranglain sewaktu-waktu?					
5.	Saya melakukan pembelian produk Adeeva Gallery berulang-ulang atau lebih dari satu kali?					

Lampiran 2. Tabel r

Tabel r untuk df 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864

<b>128</b>	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
<b>129</b>	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
<b>130</b>	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
<b>131</b>	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
<b>132</b>	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
<b>133</b>	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
<b>134</b>	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
<b>135</b>	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
<b>136</b>	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
<b>137</b>	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
<b>138</b>	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
<b>139</b>	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
<b>140</b>	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
<b>141</b>	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
<b>142</b>	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
<b>143</b>	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
<b>144</b>	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
<b>145</b>	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
<b>146</b>	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
<b>147</b>	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
<b>148</b>	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
<b>149</b>	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
<b>150</b>	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

### Lampiran 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92929618
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.052
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

#### 2. Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Diferensiasi Produk	.824	1.214
	Rating Customer	.645	1.551
	Content Marketing	.582	1.719

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Heteroskedastisitas

**Correlations**

		Diferensiasi Produk	Rating Customer	Content Marketing	HETERO
Diferensiasi Produk	Pearson Correlation	1	.289**	.416**	-.147
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.073
	N	150	150	150	150
Rating Customer	Pearson Correlation	.289**	1	.594**	-.009
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.910
	N	150	150	150	150
Content Marketing	Pearson Correlation	.416**	.594**	1	-.064
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.437
	N	150	150	150	150
HETERO	Pearson Correlation	-.147	-.009	-.064	1
	Sig. (2-tailed)	.073	.910	.437	
	N	150	150	150	150

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

Lampiran 4. Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 101 – 150)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545



## Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.328	1.389		5.276	.000
	Diferensiasi Produk	.142	.038	.266	3.717	.000
	Rating Customer	.174	.067	.211	2.609	.010
	Content Marketing	.206	.057	.306	3.594	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### 2. Uji t (Uji Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.328	1.389		5.276	.000
	Diferensiasi Produk	.142	.038	.266	3.717	.000
	Rating Customer	.174	.067	.211	2.609	.010
	Content Marketing	.206	.057	.306	3.594	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji F (Uji Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	347.535	3	115.845	30.496	.000 <sup>b</sup>
	Residual	554.605	146	3.799		
	Total	902.140	149			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Content Marketing, Diferensiasi Produk, Rating Customer

4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 <sup>a</sup>	.385	.373	1.94902

a. Predictors: (Constant), Content Marketing, Diferensiasi Produk, Rating Customer

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 7. Surat Izin Penelitian Dari Adeeva Gallery



**CV. ADEEVA JAYA GEMILANG**  
Palm Regency A12, Tohudan, Colomadu, Karanganyar  
Telp. +6281527775757  
Email : adeevagalleryoffice@gmail.com

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Zulfa Rifqi Aristu, S. Kom  
Jabatan : Direktur

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Fisca Larasati  
NIM : 2019081010  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni  
Universitas : Universitas Sahid Surakarta

Telah melaksanakan penelitian di Online Shop Adeeva Gallery (CV. ADEEVA JAYA GEMILANG) mulai tanggal 1 Desember 2023 sampai dengan 31 Desember 2023 untuk memperoleh data guna penyusunan Tugas Akhir / Skripsi dengan judul **"Pengaruh Diferensiasi Produk, Rating Customer, Dan Content Marketing Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Adeeva Gallery"**.

Demikian surat keterangan in dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.


Karanganyar, 08 Juni 2024

Direktur CV. Adeeva Jaya Gemilang



Muhammad Zulfa Rifqi Aristu, S.Kom

## Lampiran 8. Surat Izin Penelitian Dari Kampus

**FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA, DAN SENI**  
**UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA**  
Jl. Adi Sucipto No. 145, Solo 57144, Indonesia  
Tel. +62 - (0)271 - 743493, 743494, Fax. +62 - (0)271 - 742047  
www.usahidsolo.ac.id

---

Nomor : 151/D/FSHS/Usahid-Ska/VI/2024  
Lampiran :  
Perihal : **Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi / Tugas Akhir**

**Kepada Yth.**  
**Bapak/Ibu Pimpinan Toko Online Shop Adeeva Gallery**  
**Tohudan, Colomadu**  
**Karanganyar**

Dengan hormat,


Guna memenuhi persyaratan perkuliahan Program S-1 di Universitas Sahid Surakarta, mahasiswa diwajibkan untuk menempuh Skripsi / Tugas Akhir. Dimana perlu diadakannya pengambilan data penelitian di instansi yang terkait dengan bidang keilmuan yang ditekuni.

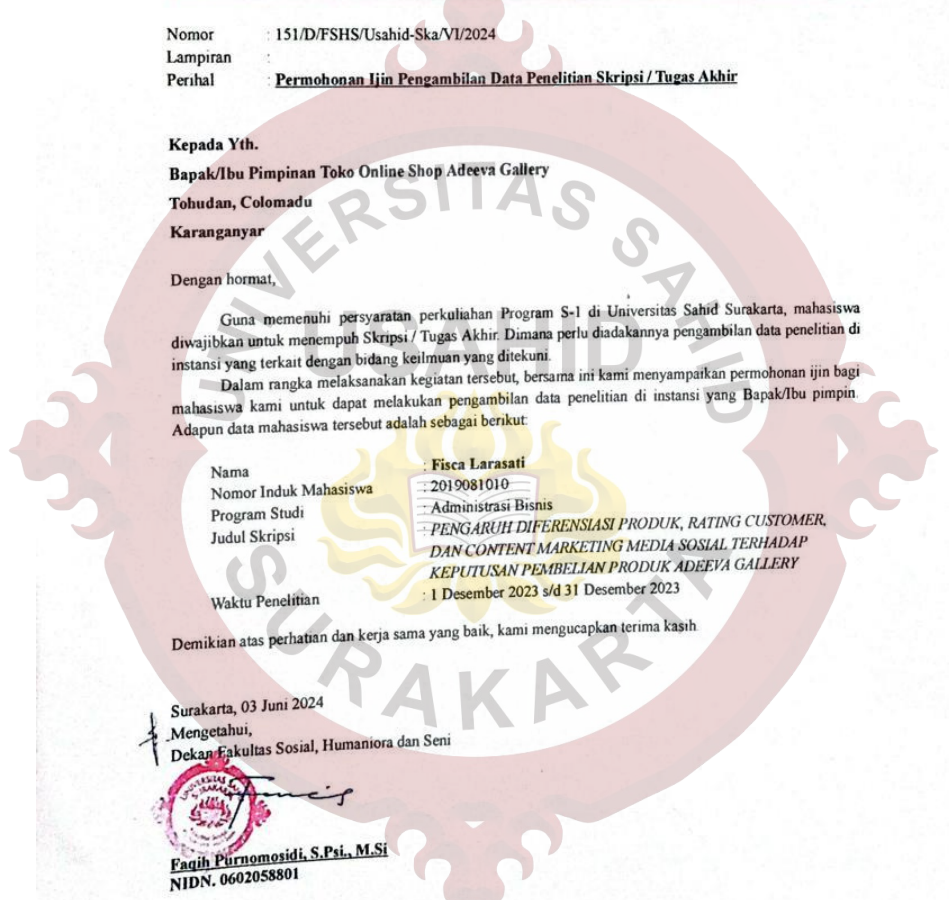
Dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut, bersama ini kami menyampaikan permohonan ijin bagi mahasiswa kami untuk dapat melakukan pengambilan data penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama	: Fisca Larasati
Nomor Induk Mahasiswa	: 2019081010
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: <i>PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, RATING CUSTOMER, DAN CONTENT MARKETING MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ADEEVA GALLERY</i>
Waktu Penelitian	: 1 Desember 2023 s/d 31 Desember 2023

Demikian atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami mengucapkan terima kasih.

Surakarta, 03 Juni 2024  
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni

  
**Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si**  
NIDN. 0602058801



CS Dipindai dengan CamScanner

### Lampiran 9. Grafik Penjualan Bulan Desember

