

DAFTAR PUSTAKA

- Almana, M., & Mirza, A. (2013). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumer Purchasing Decision. *International Journal of Computer Applications*, 9, 23–31.
- Amir, A. S., Fatty, F., & Nadjib, M. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Komunikasi KAREBA*, 5(1), 28–42. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. 1–11.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbosa Rekatama Media.
- Assauri, S. (1987). *MANAJEMEN PEMASARAN: Dasar, Konsep & Strategi* (3rd ed.). Rajawali Pers.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube Online Video and Participatory Culture Jean* (Vol. 4, Issue 1). Polity Press.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Zahir Publishing.
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Febriana, & Yulianto. (2018). Pengaruh Online Consumer Review oleh Beauty Vlogger. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 3.
- Flew, T. (2008). *New Media : an introduction*. Oxford University Pers.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9.
- Hidayati, N. L. (2018). *PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER RIVIEWS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE*

DI SURABAYA. 6(Vol 6 No 2 (2018)).

Hyland, K., & Diani, G. (2009). *Academic Evaluation Review Genres in University Settings*. PALGRAVE MACMILLAN.

Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Jovanovic, P., Vlastelica, T., & Cicvaric Kostic, S. (2016). Impact of Advertising Appeals on Purchase Intention. *Management - Journal for Theory and Practice of Management*, 21(81), 35–45. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2016.0025>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 12th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Management marketing. In *Agrekon* (14th ed., Vol. 11, Issue 1). Pearson Education. <https://doi.org/10.1080/03031853.1972.9523871>

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). *Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19*. 3.

Lilik, K. P. (2011). *Psikologi Pemasaran* (Cet. 1). Yogyakarta Caps.

Martono, N. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. PT Rajagrafindo Persada.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Humanika.

Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8, 419–424.

Morrisan. (2012). *Metode Penelitian Survei* (1st ed.). PT Fajar Interpratama Mandiri.

Morrisan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Prenada Media Group.

- Mowen, J., Minor, M., & Yahya, D. K. (2002). *Perilaku Konsumen / John C, Mowen, Michael Minor ; alih bahasa, Dwi Kartini Yahya* (5th ed.). Erlangga.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita, I. (2019). Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. *E-Jurnal Akuntansi*, 1855–1865.
- Oktavianti, S., & Hasrina, Y. (2020). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DENGAN KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT.WINGS FOOD DI KECAMATAN ALANG-ALANG LEBAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1, 63–80.
- Pashootanzadeh, M., & Khalilian, S. (2018). *Penerapan model AIDA: Mengukur efektivitas program televisi dalam mendorong remaja menggunakan perpustakaan umum*. 119, 635–651.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT. alex Komputindo.
- Saripa. (2019). *Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Dikota Makassar)*.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif Tujuan dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Kencana.
- Sholihat, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie, JOM FISIP*,. 5.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (p. 63). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Susanto, P. C. (2019). Curiosity as an Effective In-stream Advertising Appeal: Visual and Textual Study of Levi's Circles Ad. *KnE Social Sciences*, 3(10), 427. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3927>

Verdeber, K., Verdeber, R., & Sellnow, D. (2014). *Communicate!* Wadsworth Cengage Learning.

Zimmerman, G.I, Owen, J. L., & Seibert, R. D. (1977). *Speech Communication : A Contemporary Introduction*. St. Paul:l West.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Profil Penulis



Nama : Dinda Ayundita Pramesti
NIM : E021191046
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 20 Maret 2001
Alamat : Desa Salulemo Kecamatan Sukamaju Kabupaten
Luwu Utara, Sulawesi Selatan
Nama Ayah : Ir. Budiyo
Nama Ibu : Sitti. Ramlah Ibrahim S.E
Riwayat Pendidikan,
1. SDN 173 Sukamaju II
2. SMPN 1 Masamba
3. SMAN 8 Luwu Utara
4. Universitas Hasanuddin

LAMPIRAN 2

KUISIONER PENGARUH VIDEO ULASAN YOUTUBE GADGETIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS HASANUDDIN

1. Nama

2. Fakultas

- FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
- FAKULTAS TEKNIK
- FAKULTAS ILMU BUDAYA
- FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
- FAKULTAS KEDOKTERAN
- FAKULTAS HUKUM
- FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
- FAKULTAS PERTANIAN
- FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
- FAKULTAS PETERNAKAN
- FAKULTAS KEDOKTERAN GIGI
- FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
- FAKULTAS KEHUTANAN
- FAKULTAS FARMASI
- FAKULTAS KEPERAWATAN

3. Angkatan

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022

4. Produk elektronik yang sering digunakan

- Smartphone
- Laptop

5. Penjelasan Gadgetin mengenai produk elektronik yang akan diulas sangat menarik

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

6. Gadgetin memiliki gaya bahasa yang mudah dimengerti dalam menjelaskan spesifikasi produk elektronik yang sedang diulas

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

7. Saya menyukai konsep video yang ditampilkan oleh Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

8. Penjelasan Gadgetin terlalu singkat dalam mengenalkan produk yang akan diulas

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

9. Gadgetin sangat detail dalam menjelaskan produk elektronik yang akan diulas

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

10. Perasaan saya senang dengan detail yang ditampilkan dan dijelaskan dalam video Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

11. Dalam beberapa kesempatan Gadgetin terkesan ambigu dalam menjelaskan sebuah produk

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

12. Dalam mendeskripsikan produk, Gadgetin kurang to the point

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

13. Opini Gadgetin mengenai produk elektronik yang diulas dapat diterima dan dimengerti dengan baik

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

14. Opini Gadgetin sangat bermanfaat

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

15. Gadgetin dapat dipercaya dalam melakukan sebuah ulasan produk elektronik

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

16. Saya merasa Gadgetin kurang lama dalam mencoba produk yang ulas, sehingga kekurangan produk belum terlihat

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

17. Kesimpulan yang dijelaskan oleh Gadgetin sangat membantu saya dalam menilai produk elektronik sebelum melakukan pembelian

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

18. Menurut saya Gadgetin sangat berpengalaman dalam menggunakan produk elektronik

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

19. Setelah menonton video saya merasa ulasan Gadgetin memiliki keunikan tersendiri

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

20. Saya merasa ragu dengan apa yang dikatakan oleh Gadgetin dalam memberikan sebuah ulasan

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

21. Saya merasa, rasa penasaran saya mengenai produk elektronik dapat terjawab setelah menonton video ulasan Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

22. Saya lebih menyukai konten kanal Youtube Gadgetin dibanding ulasan kanal lain

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

23. Saya masih nyaman dengan produk elektronik yang saya pakai

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

24. Saya menonton video Gadgetin hanya untuk menghabiskan waktu luang

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

25. Saya akan mengumpulkan sebanyak mungkin informasi sebelum membeli produk elektronik

- Sangat Setuju

- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

26. Setelah saya menonton ulasan Gadgetin saya ingin membeli dan mencoba produk elektronik yang diulas dalam video tersebut

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

27. Produk elektronik yang diulas oleh Gadgetin adalah produk yang tidak menarik perhatian saya

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

28. Produk elektronik yang diulas oleh Gadgetin hanya cocok untuk kalangan anak muda

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

29. Produk elektronik yang diulas dalam video Gadgetin menurut saya berkualitas

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

30. Setelah saya menonton video Gadgetin, saya mulai mengetahui produk mana yang menarik perhatian saya

- Sangat Setuju

- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

31. Saya jadi lebih paham dengan perbedaan produk satu dan produk yang lain berkat ulasan Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

32. Saya merasa terbantu karena Gadgetin mengulas produk elektronik dari berbagai kisaran harga

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

33. Setelah menonton video saya merasa mulai menyukai bahkan ingin mengganti produk elektronik saya sesuai dengan ulasan Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

34. Saya telah menentukan produk elektronik yang akan saya beli

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

35. Saya hanya iseng menonton video ulasan Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju

- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

36. Saya tidak mempunyai target untuk membeli produk elektronik

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

37. Produk elektronik yang saya beli sesuai dengan ulasan dari Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

38. Menurut saya penjelasan Gadgetin mengenai suatu produk sudah sangat cukup

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

39. Produk elektronik yang saya beli sesuai dengan kebutuhan saya

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

40. Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan Gadgetin

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

41. Email

LAMPIRAN 3

TABULASI DATA

1. Video Ulasan Youtube (X)

ORIENTASI (X)	ORIENTASI (X)	ORIENTASI (X)	ORIENTASI (X)
5	4	3	2
4	4	3	3
5	5	5	5
4	5	4	2
5	5	5	3
4	4	4	3
5	5	4	2
5	5	5	2
4	4	4	3
4	4	3	3
4	5	4	3
5	5	5	2
5	5	5	5
4	4	4	3
5	5	5	2
5	5	5	3
4	3	3	3
5	5	5	2
4	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	2
5	5	4	4
4	4	4	3
4	4	3	2
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	3
4	5	3	2
4	5	4	1
4	4	4	2
5	5	5	5
4	3	5	3
4	4	4	2
4	4	4	3

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

5	5	5	5
4	5	4	2
4	3	4	3
5	5	5	4
4	4	4	3
5	5	5	5
5	4	5	2
5	5	5	3
5	5	5	2
4	5	4	3
5	5	4	4
5	5	5	5
4	3	5	4
5	5	5	5
4	4	5	2
5	5	5	2
4	4	3	1
5	5	5	2
5	5	5	2
4	5	4	2
5	5	5	2
5	5	5	2
5	5	5	1
5	5	5	2
5	5	5	3
5	5	5	2
5	5	5	5
TAFSIRAN (X)	TAFSIRAN (X)	TAFSIRAN (X)	TAFSIRAN (X)
4	3	3	2
2	3	3	3
5	5	2	2
5	4	3	2
4	4	3	3
3	4	4	3
3	4	2	3
5	4	3	2
4	4	3	3
3	4	3	3
4	3	2	3

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

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

4	4	2	2
4	5	2	2
2	5	2	2
5	5	1	1
5	5	2	5
5	5	2	2
4	5	1	2
5	5	2	2
5	5	2	2
5	5	2	2
5	4	2	2
EVALUASI (X)	EVALUASI (X)	EVALUASI (X)	EVALUASI (X)
4	4	4	3
4	3	2	5
5	5	5	2
5	4	4	3
5	5	5	2
4	4	4	2
4	4	4	2
5	5	5	3
4	4	4	3
3	4	3	3
5	5	5	3
4	5	4	3
5	5	5	1
4	4	4	3
5	5	5	4
4	4	4	3
3	3	3	3
5	5	5	1
4	4	5	2
5	5	5	3
5	5	5	2
4	4	4	3
4	4	3	3
4	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	2
4	4	4	3

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

5	5	5	2
4	4	3	4
4	4	4	3
4	4	4	3
5	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	2
5	5	5	2
4	4	4	3
3	4	5	2
5	4	5	2
4	4	4	4
4	5	5	3
4	5	5	3
4	4	4	3
5	4	4	3
4	4	5	2
4	4	4	3
5	5	5	5
4	4	4	3
4	4	4	2
4	4	4	2
5	4	4	5
3	4	4	2
4	4	4	2
4	4	4	2
4	4	5	2
5	4	5	2
4	4	4	2
5	4	5	1
5	5	5	2
4	5	5	2
5	5	5	2
RANGKUMAN (X)	RANGKUMAN (X)	RANGKUMAN (X)	RANGKUMAN (X)
4	3	4	3
2	1	3	4
5	5	5	2
4	4	5	4
5	4	5	2

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

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

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

2. Keputusan Pembelian Mahasiswa Universitas Hasanuddin (Y)

PK (Y)	PK (Y)	PK (Y)	PK (Y)
4	4	4	2
3	1	3	1
5	5	5	3
5	5	4	2
4	3	3	3
4	4	4	4
4	2	4	4
5	5	5	2
4	3	4	3
4	4	4	3
3	3	4	1
5	5	4	4
5	5	5	5
3	3	4	3
5	5	5	3
4	4	4	3
4	3	4	4
5	5	5	1
5	4	4	1
5	5	5	4

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

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

5	5	4	5
PI (Y)	PI (Y)	PI (Y)	PI (Y)
4	3	3	2
5	2	2	3
5	5	3	2
5	3	3	4
5	4	2	3
5	3	2	2
4	3	2	2
5	4	2	2
4	3	3	2
3	4	4	4
4	2	3	2
5	5	3	1
5	5	1	1
3	2	3	3
5	5	3	2
4	4	2	2
4	2	3	3
5	4	1	4
5	3	2	2
5	4	3	4
5	5	2	2
5	3	3	3
4	4	3	3
3	2	2	3
4	4	4	4
5	3	2	3
4	2	2	3
5	5	1	1
5	4	1	2
5	3	3	3
5	3	3	4
5	3	4	3
5	3	3	3
5	3	3	4
5	4	2	2
4	4	2	3
3	3	2	3

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

5	3	1	3
4	5	2	5
3	3	3	3
5	4	3	2
5	3	3	3
4	3	2	3
4	4	4	4
4	5	4	4
5	5	4	4
4	4	5	5
4	4	5	4
4	5	2	2
5	4	5	4
4	4	4	2
4	5	4	5
5	5	5	4
5	5	2	2
5	4	4	4
4	5	5	4
5	5	3	2
5	5	5	5
5	5	2	2
5	5	4	5
EA (Y)	EA (Y)	EA (Y)	EA (Y)
3	4	3	4
3	3	3	4
5	5	5	5
4	4	5	5
4	4	4	5
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	5	5
4	4	3	4
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	5	5
5	5	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5

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

4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	3	5
3	3	4	4
3	4	4	4
4	3	3	3
4	5	5	5
4	4	5	5
4	4	4	4
3	3	4	4
4	5	5	5
3	3	3	3
4	5	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	4	5
4	4	4	4
3	4	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	3
4	4	4	4
3	4	4	5
4	4	4	4
5	3	5	4
4	5	4	5
5	5	4	5
5	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4
4	5	5	4
5	5	4	5
5	4	5	5
5	5	4	5
4	5	4	4

5	4	5	5
5	5	5	4
5	5	5	4
5	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
KP (Y)	KP (Y)	KP (Y)	KP (Y)
3	3	3	4
3	5	4	2
5	5	3	5
5	4	3	4
4	4	3	2
3	4	4	4
2	4	4	4
3	4	2	3
3	3	3	4
4	4	3	3
2	4	4	5
4	4	4	3
4	5	2	1
3	3	3	3
3	4	4	4
4	3	3	3
2	3	4	4
3	3	1	5
2	4	2	4
3	3	3	3
5	5	2	2
4	3	2	3
4	4	4	3
2	3	4	4
4	4	4	4
4	4	3	2
4	4	3	3
4	3	3	3
2	3	2	2
2	4	2	3
4	4	4	3
3	3	3	3

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

4	4	4	4
2	4	3	3
3	4	3	3
4	3	2	3
2	3	4	4
5	5	2	2
3	4	4	4
3	3	3	3
3	4	3	2
3	3	2	3
4	4	2	2
4	4	3	3
5	4	5	5
4	5	5	4
4	4	3	4
5	4	5	4
5	5	3	3
5	4	5	5
5	4	4	4
4	4	4	5
4	5	4	3
3	3	3	3
5	4	4	3
5	4	5	4
4	4	2	3
4	4	4	2
4	4	4	4
5	5	5	2
PPP (Y)	PPP (Y)	PPP (Y)	PPP (Y)
3	4	4	3
1	2	4	3
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	3	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	5	5
4	4	4	4
4	4	4	3

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

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

4	5	4	5
4	4	5	5
4	5	4	5
5	4	4	4
4	4	5	4
5	5	5	5
5	4	4	5
4	4	4	5
5	5	5	5
4	5	5	5
4	4	4	4

LAMPIRAN 4

UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner / angket, dalam hal ini digunakan item pernyataan yang diharapkan dapat secara mengungkapkan variabel yang diukur. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrumen dianggap valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila *Corrected Item – Total Correlation* lebih besar dari 0,197. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS, data yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel Uji Validitas

Variabel	Indikator	r. hitung	r. kritis	Keterangan
Video Ulasan (X)	Orientasi	0,482	0,197	Valid
	Tafsiran	0,434	0,197	Valid
	Evaluasi	0,482	0,197	Valid
	Rangkuman	0,451	0,197	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	0,518	0,197	Valid
	Pencarian Informasi	0,438	0,197	Valid
	Evaluasi Alternatif	0,394	0,197	Valid
	Keputusan Pembelian	0,484	0,197	Valid
	Perilaku Pasca Pembelian	0,518	0,197	Valid

Sumber: Data Primer (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel video ulasan dan keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi dari masing-masing item berdasarkan kolom *corrected item-total correlation* bernilai positif dan lebih besar dari 0,197

2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas untuk menunjukkan seberapa besar suatu instrumen dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data. Metode yang digunakan adalah metode Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha > 0,60. Pengujian realibilitas data kuisisioner ini menggunakan aplikasi SPSS, dapat dilihat hasilnya pada tabel dibawah ini:

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Video Ulasan (X)	0,720	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,845	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel video ulasan dan keputusan pembelian telah memenuhi syarat reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 yaitu sebesar 0,720 dan 0,845.

LAMPIRAN 5

TABEL HASIL PENGOLAHAN DATA

1. Uji Validitas Variabel X

Correlations					
		VX	VX1	VX2	VX3
VX	Pearson Correlation	1	.311**	.482**	.431**
	Sig. (2-tailed)		.002	<.001	<.001
	N	100	100	100	100
VX1	Pearson Correlation	.311**	1	.308**	.434**
	Sig. (2-tailed)	.002		.002	<.001
	N	100	100	100	100
VX2	Pearson Correlation	.482**	.308**	1	.451**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002		<.001
	N	100	100	100	100
VX3	Pearson Correlation	.431**	.434**	.451**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

2. Uji Validitas Variabel Y

Correlations						
		VY	VY1	VY2	VY3	VY4
VY	Pearson Correlation	1	.438**	.309**	.286**	.518**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.002	.004	<.001
	N	100	100	100	100	100
VY1	Pearson Correlation	.438**	1	.194	.205*	.307**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.053	.041	.002
	N	100	100	100	100	100
VY2	Pearson Correlation	.309**	.194	1	.349**	.394**
	Sig. (2-tailed)	.002	.053		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
VY3	Pearson Correlation	.286**	.205*	.349**	1	.484**
	Sig. (2-tailed)	.004	.041	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100

VY4	Pearson Correlation	.518**	.307**	.394**	.484**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

3. Uji Realibilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	16

4. Uji Realibilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	20

5. Korelasi *Product Moment*

Correlations			
		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.603**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

6. R square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^a	.364	.357	6.797
a. Predictors: (Constant), X				