

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy & Hartono Jogiyanto. (2015). "Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis.". Penerbit CV ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Abdurrahman, N. H. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia.
- Adisty, N. (2022). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>.
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.47201/jamin.v4i2.90>.
- Anggraini, Elin Intan; dan Hidayat Kadarisman Sunarti (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 73 No. 1 Agustus 2019.
- Anggrainy, L. L. H. & Supriyono (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah di E-commerce* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Aryanto, R., KarmagatriMulyani, Syamil, A., Supriadi, O., Kurniawan, B. K., Pramono, A., Utama, I. D., Aini, N., Sudrajat, J., Kurniadi, Susanti, L., Kurnianingrum, D., Sabilla, D. M., & Purnomo, A. (2024). *Creativepreneurship ; Membangun Bisnis Di Industri Kreatif*. PT. Nas Media Indonesia.
- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity : An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan, 3(1), 334–345.
- DataBoks.KataData.co.id. Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/konsumen/statistik/66ea42a1ae6c6/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capairp11183-triliun-pada-2022>.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, S., Tambunan, H., & Sylvia, D. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. In T. S. Tambunan (Ed.), CV. Media Sains Indonesia. MEDIA SAINS INDONESIA.

- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762-766. <http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>.
- Effendi, U. (2021). *Implikasi Iklan Brosur, Kualitas Produk dan Citra Merek*. Makassar: Yayasan Barcode.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific”. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265-282.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovani, R. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Hadiastui, H., Sumardjono, S., & Julianti, E. (2024). The Effect Of Product Innovation, Product Qualily, And Product Price On Purchasing Decisions Of Stikbab Snack Ijebar, 3(4), 118- 128. <https://doi.org/10.56472/25835238/Irjems-V3i5p117>
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(3), 92-101.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. PT Elex MediaKomputindo.
- Jawangga, Y. H. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. CEMPAKA PUTIH.
- Joko. (2024). *10 Klinik Kecantikan di Bogor Yang Bagus dan Murah 35K*. Doktertanya.Com. <https://www.doktertanya.com/klinik-kecantikan-di-bogor/>
- Khoirunnisa, S. ., Syarief, N. ., & Supriadi, Y. N. . (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Penerbit Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.

- Kotler, Philip., & Amstrong, Garry. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts& Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25.
- Kurniawan, A., Yulasmi, Y., & Putra, R. B. (2024). The Influence of Lifestyle, Product Quality and Price on Beef Purchasing Decisions at the Lubuk Basung–Geragahan Union Market. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 2(2), 31-35.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(1), 233-241.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). Manajemen Pemasaran. (3rd ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media
- Maharani, V. A., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Influencer, Brand Image, dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Skintific. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1899-1914.
- Maudya, A. ., & Hamzah, M. I. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Skincare Klarity). *Jebi | Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 17(2), 1-17. <https://doi.org/10.36310/jebi.v17i2.315>.
- Mileva, L., & Dh, Ahmad Fauzi. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Nasaruddin, N. N., Wonua, A. R., & Ismanto, I. I. (2023). The effect of social media marketing and online customer review on purchase decisions in students. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 9(1), 45-53.
- Nazia, S., & Fuad, M. (2023). Peranan Statistical Quality Control (SQC) Dalam Pengendalian Kualitas: Studi Literatur. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(3), 125-138.
- Ningsih, A., & Hurnis, D. (2024). Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 923-932.
- Nursiti, & Giovenna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2(2), 99- 105. <https://doi.org/10.51875/j>

ibms.v2i2.185.

- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764-772.
- Purba, D. G., & Nurbasari, A. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Azarine di Universitas Kristen Maranatha. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 8(2), 146-163.
- Puspitasari, S.A & Fadli, U.M.D (2024) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc di Kalangan Mahasiswa UBP Karawang. *MADANI: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 348-356.
- Putri, M. A., & Sukma, R. P. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli di Mattea Social Space. *EDUTURISMA*, 7(2).
- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian masker Sensi di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649-660.
- Rachman Haryadi, A., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8–17. <https://doi.org/10.47701/bismak.v2i2.2145>.
- Rahadi, D., & Zainal. (2017). Social Media Marketing dalam Mewujudkan EMarketing. *Journal Marketing*, 8(4), 71–72.
- Ritonga, dkk. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*. Medan: Pustaka Ilmu.
- Rombe, E., Nurmalasari, N. R., Bachri, S., & Auriza, M. Z. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Youth Thrift Market Di Kota Palu. *Manajemen Dewantara*, 7(3), 388-399.
- Sari Dekrita Yakut. 2013. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Garment.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Terakreditasi Sinta Peringkat 5 v. 2, n. 1, (October) ISSN:2302-8912*
- Sari, H., Yulasmi, Y., & Sopali, M. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Skincare Acnes: Studi Kasus Pada Obat Jerawat Merek Acnes Di Kota Padang. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(2), 69-82.

- Satriadi, S., Wanawir, W., Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah, N. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Moh Suardi (ed.)). Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior*. PT. Indeks.
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & Rachmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 122-136.
- Sholihin Mahfud, & Ratmono Dwi. (2020). “Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 - untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis” (Clara Mitak, Ed.). Yogyakarta.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Solling, H., & Rahmat, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian. Konsep Dasar dan Aplikasi Program SmartPLS dalam Riset Bisnis*. Jakarta Pusat: Inkubator Penulis Indonesia.
- Sudirjo, F., Sutaguna, I. N. T., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). The Influence of Social Media Marketing And Brand Awareness on Cafe Yuma Bandung Purchase Decisions. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(3), 27-36.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (2nd ed.). Bandung: ALFABETA
- Sumardjono, & Ardila, H. (2018). The Effect Of Marketing Mix Upon the Consumer's Decision Marketing to Buy a Product At PT. Griya Pagelaran Bogor. *The Manajemen Jurnal of Binaniaga* , 03 No. 1. Hal:60<http://doi.org/1033062/jm001.v3i1.241>.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wearesocial (2023). Most Used Social Media di Indonesia. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Wibasuri, A., **Tamara, T.**, & **Sukma, Y. A.** (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 68-78).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan, saya Vira Maulina, mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Binsis. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian studi dengan judul **“Pengaruh Social Media Marketing Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Klinik Kecantikan Debeautic”**.

Terkait dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian skripsi ini.

Bapak/Ibu/Saudara/i, jawaban yang diberikan tidak akan dinilai salah atau benar. Serta, kerahasiaan data penelitian akan dijamin dan saya mengharapkan informasi dan jawaban yang sesungguhnya dari Bapak/Ibu/Saudara/i sesuai kondisi yang dirasakan sebagai konsumen Klinik Kecantikan Debeautic.

Atas waktu dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih. Wassalamualaikum wr.wb

Hormat saya,

Vira Maulina

A. Identitas Responden

Isilah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (✓) untuk jawaban yang sesuai dengan pilihan anda!

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 15 – 20 Tahun
☐ 21 – 30 Tahun
☐ 31 – 40 Tahun
☐ > 40 Tahun
4. Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Karyawan Swasta
☐ PNS
☐ Lainnya
5. Penghasilan : ☐ < Rp. 1.500.000
☐ Rp. 1. 600.000 – Rp. 2.500.000
☐ Rp. 2.600.00 – Rp. 3.500.000
☐ Rp. 3.600.000 – Rp. 4.500.000
☐ > Rp. 4.600.000
6. Domisili : ☐ Bogor Utara
☐ Bogor Selatan
☐ Bogor Barat
☐ Bogor Timur
☐ Bogor Tengah
☐ Tanah Sereal
7. Apakah Anda pengguna *Skincare* Debeautic?
☐ Ya ☐ Tidak
8. Pengikut Instagram Debeautic?
☐ Ya ☐ Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, Bapak/Ibu/Saudara/i, dimohon membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Bapak/Ibu/Saudara/i, hanya beri tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Semua pernyataan yang tersedia, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

C. Keterangan Jawaban

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Pernyataan Kuesioner

a. Social Media Marketing

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Online Communities						
1	Akun Social Media Instagram debeautic memberikan informasi terbaru tentang dunia skincare maupun seputar produk skincare Debeautic					
2	Saya mendapatkan informasi yang up to date seputar produk skincare Debeautic dari postingan Social Media Instagram Debeautic					

3	Akun Social Media Instagram Debeautic dapat menjadi tempat berdiskusi seputar skincare					
<i>Interaction</i>						
4	Saya mengetahui promo yang sedang berlangsung di Debeautic melalui social media Instagram Debeautic					
5	Saya secara aktif berinteraksi (like, komentar, atau bagikan) dengan konten yang diposting oleh Debeautic di social media Instagram					
6	Saya semakin mudah dalam mendalami pengetahuan produk Debeautic karena konten Social Media Instagram Debeautic sering menjawab pertanyaan dari audiens					
<i>Sharing Of Content</i>						
7	Konten -konten yang diunggah di Social Media Instagram Debeautic memberikan informasi manfaat dari produk skincare debeautic					
8	Saya mengetahui produk Debeautic karena kontennya selalu mengedukasi penonton dengan memberikan informasi cara menggunakan produk skincare debeautic					
9	Konten-konten yang diunggah di Social Media Instagram Debeautic membuat saya percaya dengan produk skincare Debeautic					
<i>Accessibility</i>						
10	Saya mendapatkan akses yang mudah pada setiap permasalahan yang saya alami dalam mencari informasi seputar produk skincare Debeautic melalui Intagram Debeautic					
11	Saya diberikan arahan yang jelas pada setiap permasalahan yang saya alami dalam mencari informasi seputar produk skincare Debeautic melalui akun social media Instagram					
12	Saya tidak perlu mengeluarkan banyak waktu serta biaya dalam mengakses Social Media Instagram Debeautic					
<i>Credibility</i>						
13	Informasi yang diberikan pada akun Sosial Media Intagram Debeautic sangat mudah dipahami					
14	Social media marketing yang dilakukan Debeautic sudah cukup menarik					
15	Promosi yang disampaikan di social media debeautic membuat saya percaya dengan produk skincare Debeautic					

31	Semua jenis produk skincare Debeautic yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi					
32	Saya melihat perubahan yang signifikan setelah menggunakan produk skincare Debeautic selama jangka waktu 3 bulan.					
33	Debeautic memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan yang di janjikan.					

c. Keputusan pembelian

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Pemilihan Produk						
34	Saya membeli produk skincare Debeautic sesuai dengan kebutuhan kulit saya					
35	Saya memilih produk <i>skincare</i> Debeautic karena percaya produk skincare Debeautic berkualitas dibandingkan merek lain					
36	Saya memilih produk <i>skincare</i> Debeautic karena pilihan produk yang ditawarkan beragam serta lengkap.					
Pemilihan Merek						
37	Merek skincare Debeautic membuat saya merasa aman untuk digunakan					
38	Skincare Debeautic memiliki manfaat yang lebih bagus untuk kulit saya daripada merek lain					
39	Merek skincare Debeautic memberi solusi untuk kondisi kulit saya					
Pemilihan Tempat Penyalur						
40	Skincare Debeautic dapat dibeli melalui online					
41	Saya merasa produk skincare Debeautic dapat dibeli dengan mudah					
42	Saya melakukan pembelian di klinik karena dapat langsung berkonsultasi					
Waktu Pembelian						
43	Saya secara rutin melakukan pembelian Debeautic dalam kurun waktu 2 bulan					
44	Saya kembali melakukan pembelian jika produk skincare yang saya gunakan sudah habis					
45	Saya tertarik untuk membeli jika ada produk Debeautic terbaru					
Jumlah Pembelian						
46	Saya akan membeli lebih banyak produk skincare debeautic jika mendapatkan diskon					

47	Saya membeli produk skincare Debeautic lebih dari satu produk karena sudah cocok dengan produk skincare Debaudic					
48	Saya selalu membeli satu paket rangkaian <i>skincare</i> Debeautic yang sesuai dengan jenis kulit saya.					
Metode Pembayaran						
49	Debeautic menawarkan berbagai macam metode pembayaran sesuai dengan kebutuhan					
50	Saya lebih suka melakukan pembayaran secara tunai					
51	Saya lebih suka melakukan pembayaran secara non-tunai					

No	KPB1	KPB2	KPB3	KPB4	KPB5	KPB6	KPB7	KPB8	KPB9	KPB10	KPB11	KPB12	KPB13	KPB14	KPB15	KPB16	KPB17	KPB18
1	4	2	5	4	4	2	3	1	1	5	3	4	5	5	3	5	3	3
2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1
5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
7	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
8	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2
9	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4
12	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
13	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2
16	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
17	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2
26	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
27	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
28	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
29	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
30	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
31	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
32	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
35	5	3	5	4	5	3	3	2	5	2	4	3	5	4	5	3	2	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	4	5	3	3	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4
38	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
39	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	3	4	3	4	5	3	4
40	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	5	3
41	5	5	4	3	3	5	4	5	4	5	3	5	3	3	3	5	4	5
42	3	3	4	4	3	3	3	4	3	5	4	3	3	5	4	5	3	4
43	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	3
44	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4
45	4	4	3	5	4	4	3	4	3	5	3	4	5	3	3	5	4	5
46	2	2	2	2	2	3	3	2	3	5	3	5	2	5	3	5	5	2
47	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
48	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
49	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
50	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
51	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
52	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
53	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	5
54	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
55	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
56	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
57	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
58	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
59	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
60	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
61	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
62	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
63	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4
64	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
65	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
66	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
67	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
68	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
69	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
70	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
71	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
72	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
73	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
74	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
79	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
80	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
84	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
85	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4

B. Social Media Marketing Instagram (X1)

No	SMM1	SMM2	SMM3	SMM4	SMM5	SMM6	SMM7	SMM8	SMM9	SMM10	SMM11	SMM12	SMM13	SMM14	SMM15
1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	5	5	4	5
2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3
3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
6	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
7	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
8	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
9	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3
10	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
11	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
12	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
13	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2
16	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
17	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
26	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
27	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
28	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
30	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
31	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
32	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
36	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	3	5
37	4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5
38	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
39	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
40	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5
41	4	5	3	4	3	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5
42	5	4	5	3	5	5	3	3	5	3	3	4	4	5	5
43	4	3	3	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
44	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
45	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4
46	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5
47	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
48	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
49	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
50	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
51	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
52	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5
53	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
54	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
55	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5	4	5	4	4	4
56	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
57	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
58	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
59	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5
60	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
61	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
63	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
64	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
65	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
66	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
67	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
68	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
69	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5
70	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
71	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
72	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
73	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
74	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3
79	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
80	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
81	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
84	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4

C. Kualitas Produk (X2)

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	KP13	KP14	KP15	KP16	KP17	KP18
1	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
6	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5
7	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
8	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
9	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
10	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
11	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
12	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
13	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1
16	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
17	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
24	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
25	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2
26	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
27	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
28	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
29	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
30	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
31	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
32	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	3	4	5	5	2	4	5	4
36	5	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5
37	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	4	4	5	5	4	3
38	5	5	4	3	3	4	3	4	2	5	5	5	4	5	5	4	4	4
39	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	5	5	4
40	4	5	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3
41	2	4	5	2	2	3	2	2	2	4	4	5	5	4	4	5	4	5
42	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4
43	4	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	2	4	4
44	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
45	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5	3
46	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
47	5	4	4	4	5	4	5	3	3	2	3	4	3	5	4	4	5	5
48	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
49	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
50	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
51	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
52	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
53	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
54	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	3	5	4	5	4	4	5
55	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
56	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
57	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
58	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
59	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
60	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
61	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
62	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
63	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
64	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
65	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
66	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
67	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
68	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
69	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5
70	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
71	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
72	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
73	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
74	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
78	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
79	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
80	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
85	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4

Lampiran 3

Hasil Outer Loadings

A. Outer Loading Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Outer Loadings

Matrix	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PRODUK	SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM
KPB6	0.918		
KPB5	0.914		
KPB1	0.908		
KPB11	0.904		
KPB4	0.903		
KPB3	0.900		
KPB15	0.895		
KPB2	0.890		
KPB18	0.890		
KPB9	0.888		
KPB13	0.883		
KPB12	0.874		
KPB16	0.871		
KPB10	0.871		
KPB7	0.867		
KPB14	0.863		
KPB17	0.862		
KPB8	0.862		

B. Outer Loadings Social Media Marketing Instagram (X1)

Outer Loadings

Matrix	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PRODUK	SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM
SMM7			0.926
SMM1			0.925
SMM13			0.923
SMM9			0.914
SMM3			0.913
SMM11			0.907
SMM15			0.907
SMM6			0.904
SMM2			0.904
SMM12			0.901
SMM5			0.897
SMM8			0.896
SMM4			0.896
SMM10			0.885
SMM14			0.884

C. Outer Loadings Kualitas Produk ((X2)

Outer Loadings			
Matrix			
	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PRODUK	SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM
KP17		0.919	
KP2		0.915	
KP8		0.914	
KP14		0.909	
KP6		0.903	
KP4		0.903	
KP16		0.899	
KP3		0.898	
KP18		0.898	
KP7		0.897	
KP5		0.895	
KP11		0.894	
KP1		0.892	
KP13		0.890	
KP12		0.889	
KP9		0.875	
KP15		0.860	
KP10		0.856	

Lampiran 4

Hasil Discriminant Validity

A. Discriminant Validity Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Discriminant Validity

 Fornell-Larcker Criterion	 Cross Loadings	 Heterotrait-Monotrait Ratio (H...	 Heterotrait-Monotrait Ratio (H...
	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PRODUK	SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM
KPB1	0.908	0.829	0.863
KPB10	0.871	0.868	0.873
KPB11	0.904	0.871	0.881
KPB12	0.874	0.817	0.850
KPB13	0.883	0.814	0.846
KPB14	0.863	0.829	0.846
KPB15	0.895	0.870	0.858
KPB16	0.871	0.836	0.867
KPB17	0.862	0.839	0.830
KPB18	0.890	0.834	0.856
KPB2	0.890	0.789	0.833
KPB3	0.900	0.849	0.870
KPB4	0.903	0.853	0.870
KPB5	0.914	0.859	0.857
KPB6	0.918	0.857	0.862
KPB7	0.867	0.838	0.812
KPB8	0.862	0.847	0.810
KPB9	0.888	0.832	0.864

B. Discriminant Validity Variabel Social Media Marketing Instagram (X1)

Discriminant Validity

 Fornell-Larcker Criterion	 Cross Loadings	 Heterotrait-Monotrait Ratio (H...	 Heterotrait-Monotrait Ratio (H...	Cc
	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PRODUK	SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM	
SMM1	0.912	0.898	0.925	
SMM10	0.843	0.854	0.885	
SMM11	0.896	0.905	0.907	
SMM12	0.863	0.877	0.901	
SMM13	0.887	0.862	0.923	
SMM14	0.841	0.862	0.884	
SMM15	0.871	0.855	0.907	
SMM2	0.865	0.870	0.904	
SMM3	0.894	0.907	0.913	
SMM4	0.857	0.861	0.896	
SMM5	0.853	0.874	0.897	
SMM6	0.847	0.875	0.904	
SMM7	0.884	0.904	0.926	
SMM8	0.879	0.878	0.896	
SMM9	0.866	0.879	0.914	

C. Discriminant Validity Variabel Kualitas Produk (X2)

Discriminant Validity

	Fornell-Larcker Criterion	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait Ratio (H...	Heterotrait-Monotrait Ratio (H...	Copy to Cli
	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PRODUK	SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM		
KP1	0.827	0.892	0.845		
KP10	0.772	0.856	0.818		
KP11	0.841	0.894	0.854		
KP12	0.884	0.889	0.890		
KP13	0.818	0.890	0.855		
KP14	0.865	0.909	0.889		
KP15	0.819	0.860	0.849		
KP16	0.854	0.899	0.864		
KP17	0.863	0.919	0.904		
KP18	0.904	0.898	0.903		
KP2	0.847	0.915	0.891		
KP3	0.880	0.898	0.892		
KP4	0.846	0.903	0.863		
KP5	0.847	0.895	0.860		
KP6	0.872	0.903	0.866		
KP7	0.850	0.897	0.846		
KP8	0.849	0.914	0.873		
KP9	0.818	0.875	0.845		

Lampiran 5

Hasil Construct Reliability dan Validity

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
KEPUTUSAN PE...	0.984	0.984	0.985	0.787
KUALITAS PRO...	0.985	0.986	0.986	0.801
SOCIAL MEDIA...	0.984	0.984	0.986	0.820

Lampiran 6

Hasil Pengujian Inner Model

A. R- Square

R Square		
Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
KEPUTUSAN PE...	0.929	0.927

B. Path Coefficient

Path Coefficients					
Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation ...	T Statistics ...	P Values
SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM -> KEPUTUSAN PEMBELIAN	0.709	0.675	0.167	4.241	0.000
KUALITAS PRODUK -> KEPUTUSAN PEMBELIAN	0.261	0.295	0.168	1.548	0.061