

DAFTAR REFERENSI

- Dony Indra Permana, tahun 2017 Vol 2 Nomor 1. ISSN (online): 2527-4635 . SK no. 0005.25274635/JI.3.1/SK.ISSN/2016.05. *Journal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Dengan judul: “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu PT.PIJI Di Jawa Timur”.
- Eli Ehsani, tahun 2020 Vol. 23 no.2. ISSN (online): 0368- 492X, *Journal of Health Administration* . Dengan judul:” *The effect of following the Corona virus health protocols on customer satisfaction and purchasing decision in pharmacies of Arak*”.
- Intan Lina Katrin, Diyah Setyorini, Masharyono, tahun 2016 Vol 3 Nomor 1. ISSN: 2460-6545. SK no. 0005.24606545/JI.3.2/SK.ISSN/2015.08. Dengan judul: “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian“ (studi kasus pada restoran Javana Bistro Bandung)
- Kotler, philip, & amstrong, Gary. (2014). *Prinsip prinsip manajemen*, edisi 14, jilid 1, jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmud I. Nour, Mohammad salamm almahirah, dan Sultan Freihat, tahun 2016. Vol. 8 no.2. ISSN (print): 1923-841X, ISSN (online): 1923-8428. *Journal Of Internationa Business And Management*. Dengan judul:” *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisio ns Yordania*”.
- Maria Magdalena Bate’e, tahun 2019 Vol 2 Nomor 2, E-ISSN: 2599-3410 P-ISSN : 2614-3259. SK no. 0005.25993410/JI.3.1/SK.ISSN/2018.01. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Yang berjudul: “Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada toko Kaos Gunung Sitoli)”.

Meatry Kurniasari dan Agung Budiarmo, tahun 2018 Vol 7 Nomor 1 P-ISSN: 2252-3294 ISSN (Online): 2548 - 4923. SK no. 0005.25484923/JI.3.1/SK.ISSN/2018.12. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Dengan judul:” Pengaruh *Social Media Marketing, Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang”.

Setiyaningrum, ira dkk. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. ANDI: Yogyakarta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, Tatik .2013. *perilaku konsumen di era internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Walid Nabil Iblasi, Dr. Dojanah M.K. Bader, Sulaiman Ahmad Al-Qreini, tahun 2016, Vol 4 Nomor 1 P-ISSN : 2349-0330 E-ISSN : 2349-0349. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*. yang berjudul: “*The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances Yordania)*”.

Yayah Robiatul Adhawiyah, tahun 2019 Vol 14, nomor 2, ISSN (online): 0216 - 5236. SK no. 0005.2540931X/JI.3.1/SK.ISSN/2016.09. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*. Yang berjudul: “Peran pemasaran media sosial dalam menciptakan keputusan pembelian melalui kesadaran merek (Studi pada Instagram *Clothing Line Bangjo*)”.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

Kepada

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jurusan Manajemen Ekonomi. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Media Sosial, Promosi, dan Penerapan Protokol Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian di Pancong Kuyyy Pasar Minggu”.

Dengan ini saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai yang dirahasiakan. Kuisisioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai konsumen Pancong Kuyyy Pasar Minggu. Saya akan menjaga data yang Bapak/ibu/Saudara/i berikan. Terima kasih atas Bantuan Bapak/ibu/saudara/i berikan.

Peneliti

(Chealsy Naomi)

Lampiran 2. Identitas Responden dan Angket Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanda (\checkmark) pada huruf di depan jawaban yang anda pilih untuk pertanyaan di bawah ini.

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Pria Wanita
3. Usia : 13 – 20 tahun 30 – 40 tahun
 20 – 30 tahun >40 tahun
4. Jenis pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Wiraswasta
 Karyawan Swasta
 Dll, Sebutkan.....
5. Sudah dua kali berkunjung ke Pancong Kuyyy Pasar Minggu :

ANGKET PENELITIAN

Kuesioner

Berilah tanda (\checkmark) pada salah satu kolom alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan alternatif jawaban sebagai berikut:

Jawaban	Skor
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

Variabel Media Sosial (X_1)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Media Sosial Pancong Kuyyy Pasar Minggu mempermudah saya dalam memperoleh informasi.				
2.	Saya dapat memberikan feedback langsung di media sosial Pancong Kuyyy Pasar Minggu				
3.	Media Sosial Pancong Kuyyy Pasar Minggu memberikan kebebasan bagi saya untuk berpendapat di dalamnya.				
4.	Media Sosial Pancong Kuyyy Pasar Minggu dapat menciptakan interaksi dan mempermudah penyampaian informasi antar konsumen.				
5.	Media Sosial Pancong Kuyyy Pasar Minggu dapat menciptakan suatu komunitas bagi penikmat kue pancong				
6.	Media Sosial Pancong Kuyyy Pasar Minggu adalah sebuah platform media sosial yang efisien.				

Variabel Promosi (X_2)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Saya pernah mendapatkan kupon yang dapat ditukar pada transaksi berikutnya				
2.	Saya pernah mendapatkan potongan harga saat membeli produk diPancong Kuyyy Pasar Minggu				
3.	Saya berharap mendapatkan potongan harga lagi saat membeli produk diPancong Kuyyy Pasar Minggu				
4.	Saya ditawarkan pembelian dengan paket harga yang lebih murah				
5.	Saya tertarik dengan paket harga yang ditawarkan				
6.	Saya merasa senang membeli produk dengan paket harga yang lebih murah				

Variabel Penerapan Protokol Kesehatan (X_3)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Saya diwajibkan memakai masker saat berkunjung ke Pancong Kuyyy Pasar Minggu				
2.	Saya diwajibkan mencuci tangan dan memakai handsanitizer saat berkunjung ke Pancong Kuyyy Pasar Minggu				
3.	Saya diwajibkan menjaga jarak saat berkunjung ke Pancong Kuyyy Pasar Minggu				
4.	Saya tidak diperkenankan untuk berkumpul dan membuat kerumunan di Pancong Kuyyy Pasar Minggu				

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Saya membeli produk di Pancong Kuyyy Pasar Minggu karena produk yang ditawarkan bervariasi dan sesuai dengan makanan kesukaan saya.				
2.	Saya membeli produk di Pancong Kuyyy Pasar Minggu karena produk tersebut bermanfaat bagi saya				
3.	Saya membeli produk di Pancong Kuyyy Pasar Minggu karena lokasi dan harga yang ditawarkan				
4.	Saya melakukan pembelian produk lebih dari satu kali di Pancong Kuyyy Pasar Minggu				
5.	Saya membeli produk di Pancong Kuyyy Pasar Minggu karena sesuai dengan kebutuhan saya				
6.	Metode pembayaran di Pancong Kuyyy Pasar Minggu tersedia Tunai dan Non Tunai				

Lampiran 3. Skor variabel Media Sosial (X_1)

No. Responden	MEDIA SOSIAL X1						TOTAL X1
	X1MS1	X1MS2	X1MS3	X1MS4	X1MS5	X1MS6	
1	4	4	3	3	3	4	21
2	4	3	4	4	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	3	23
5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	2	2	3	3	3	16
7	4	4	4	4	3	3	22
8	3	3	3	3	3	2	17
9	3	3	4	3	3	4	20
10	4	3	3	3	3	3	19
11	3	4	3	4	4	4	22
12	4	4	4	4	3	4	23
13	4	3	4	3	3	2	19
14	3	4	3	3	4	4	21
15	3	3	3	4	3	4	20
16	4	4	4	4	4	3	23
17	4	3	3	4	3	3	20
18	3	3	3	3	3	4	19
19	4	4	4	4	3	4	23
20	4	4	4	4	4	3	23
21	4	3	3	4	3	3	20
22	4	4	3	4	4	3	22
23	4	3	4	4	4	3	22
24	4	3	4	3	4	3	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	3	2	4	3	18
27	4	4	4	4	4	4	24
28	3	3	3	4	3	3	19
29	4	4	3	3	4	4	22
30	4	3	3	4	4	3	21
31	3	3	4	3	3	3	19
32	3	4	4	4	3	3	21
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	4	3	4	3	4	22
35	4	4	3	4	3	3	21
36	3	3	3	3	3	3	18
37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	2	2	3	3	3	16
40	4	3	4	3	4	3	21
41	4	4	4	4	3	4	23
42	4	4	4	4	4	4	24
43	2	3	2	2	2	2	13
44	3	3	3	3	3	3	18
45	3	3	4	3	4	3	20

(Lanjutan Lampiran 3)
Halaman 2 dari 2

46	4	3	3	3	3	3	19
47	3	3	3	4	3	4	20
48	4	3	3	3	4	2	19
49	3	3	3	4	3	3	19
50	4	4	4	4	3	3	22
51	3	3	3	3	3	3	18
52	4	3	3	4	2	3	19
53	3	3	3	3	3	3	18
54	3	3	3	3	2	2	16
55	3	3	3	3	3	3	18
56	4	3	4	4	4	4	23
57	4	4	3	4	3	4	22
58	3	4	4	3	4	4	22
59	4	4	4	3	3	3	21
60	3	3	3	4	3	3	19
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	4	3	4	20
63	4	4	4	3	3	4	22
64	4	3	4	4	4	3	22
65	3	3	3	4	3	3	19
66	4	4	4	3	3	3	21
67	3	3	3	4	4	3	20
68	3	4	3	3	3	3	19
69	4	4	4	3	4	4	23
70	3	3	2	3	3	3	17
71	3	3	3	3	4	4	20
72	3	3	3	3	3	3	18
73	3	3	3	4	3	3	19
74	4	4	4	4	3	3	22
75	3	4	4	3	4	3	21
Total X1	261	252	251	259	247	243	1513

Lampiran 4. Skor variabel Promosi (X_2)

No. Responden	PROMOSI X2						TOTAL X2
	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	
1	3	3	4	3	4	4	21
2	4	4	4	3	3	3	21
3	2	2	3	4	3	4	18
4	2	4	4	4	4	4	22
5	2	2	3	3	3	3	16
6	2	3	4	3	4	4	20
7	4	3	4	4	4	4	23
8	2	2	3	3	3	3	16
9	3	3	4	4	4	3	21
10	2	3	4	2	3	4	18
11	3	4	4	4	4	4	23
12	3	3	4	4	4	4	22
13	3	3	4	4	4	4	22

(Lanjutan Lampiran 4)
Halaman 2 dari 3

14	4	3	4	4	3	4	22
15	3	3	4	3	4	3	20
16	3	3	4	4	3	3	20
17	4	4	4	3	4	3	22
18	3	4	3	3	4	4	21
19	3	3	3	4	3	3	19
20	3	4	4	3	3	4	21
21	3	3	4	3	3	4	20
22	3	3	4	4	4	3	21
23	3	3	4	3	4	4	21
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	3	4	4	4	4	22
26	3	3	3	4	4	3	20
27	4	4	4	4	4	4	24
28	2	3	2	3	3	3	16
29	4	4	4	3	3	3	21
30	4	3	4	3	4	4	22
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	4	3	4	4	21
33	3	3	3	3	3	3	18
34	2	4	4	2	3	4	19
35	4	3	3	3	3	3	19
36	3	3	3	3	3	3	18
37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	3	4	3	4	4	21
39	2	3	3	3	3	3	17
40	1	2	1	2	3	4	13
41	4	4	4	3	3	3	21
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	3	3	3	3	20
44	3	3	3	3	3	3	18
45	4	4	3	4	3	4	22
46	3	3	3	3	3	4	19
47	4	3	4	3	4	3	21
48	3	2	3	3	3	4	18
49	3	3	3	3	3	3	18
50	2	2	3	3	3	3	16
51	3	3	3	3	3	3	18
52	3	3	2	4	3	3	18
53	3	2	3	3	3	3	17
54	1	2	2	3	3	2	13
55	3	3	3	3	3	3	18
56	3	4	3	4	4	3	21
57	4	4	3	4	4	4	23
58	4	4	4	4	4	4	24
59	3	4	4	3	4	3	21
60	4	4	3	4	4	4	23
61	2	3	4	4	3	4	20
62	3	4	4	4	3	4	22
63	3	3	4	4	4	4	22

(Lanjutan Lampiran 4)
Halaman 3 dari 3

64	3	4	4	3	3	3	20
65	4	4	3	4	3	3	21
66	4	3	4	4	3	3	21
67	3	4	4	3	4	4	22
68	4	3	4	4	4	4	23
69	4	4	3	3	3	3	20
70	3	3	3	3	3	3	18
71	4	3	2	4	3	4	20
72	2	2	3	3	3	3	16
73	4	1	4	4	3	4	20
74	3	3	3	3	3	3	18
75	2	3	4	4	3	4	20
Total X2	232	239	260	254	256	262	1503

Lampiran 5. Skor variabel Penerapan Protokol Kesehatan (X₃)

No. Responden	PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN X3				
	X3PK1	X3PK2	X3PK3	X3PK4	TOTAL X3
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	3	2	3	3	11
6	3	3	3	4	13
7	4	4	4	4	16
8	3	3	3	3	12
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	3	3	14
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	3	3	3	3	12
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	3	15
23	4	4	4	3	15
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	3	3	3	3	12
27	4	4	4	4	16
28	3	3	3	3	12
29	4	4	4	4	16
30	3	4	3	4	14
31	3	3	3	3	12
32	4	4	3	4	15
33	3	3	3	3	12
34	3	3	3	3	12

(Lanjutan Lampiran 5)
Halaman 2 dari 2

35	4	4	4	4	16
36	3	3	3	3	12
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16
39	3	3	4	4	14
40	4	3	4	3	14
41	4	3	3	3	13
42	4	4	4	4	16
43	3	3	3	3	12
44	3	3	3	3	12
45	3	4	3	4	14
46	3	3	3	3	12
47	4	3	3	4	14
48	4	4	4	4	16
49	3	3	3	3	12
50	3	3	3	3	12
51	3	3	3	3	12
52	4	4	2	3	13
53	4	4	4	3	15
54	4	4	4	3	15
55	3	3	3	3	12
56	4	3	4	4	15
57	4	3	4	4	15
58	4	4	4	4	16
59	4	4	3	3	14
60	4	4	4	4	16
61	4	4	3	4	15
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	3	15
64	4	4	4	3	15
65	4	4	4	4	16
66	4	3	3	3	13
67	4	4	4	3	15
68	4	4	3	3	14
69	4	3	4	3	14
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	3	15
72	4	4	4	2	14
73	3	3	4	3	13
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
Total X3	279	273	271	265	1088

Lampiran 6. Skor Keputusan Pembelian (Y)

No. Responden	KEPUTUSAN PEMBELIAN Y						TOTAL Y1
	Y1KP1	Y1KP2	Y1KP3	Y1KP4	Y1KP5	Y1KP6	
1	4	4	3	4	3	4	22
2	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	3	3	3	3	18

(Lanjutan Lampiran 6)
Halaman 2 dari 3

6	3	3	2	3	3	3	17
7	4	3	3	4	3	4	21
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	3	3	3	4	4	20
10	3	3	3	3	3	3	18
11	4	3	3	3	3	4	20
12	3	3	3	4	3	4	20
13	3	4	3	4	3	4	21
14	3	3	3	4	3	3	19
15	4	4	3	3	4	4	22
16	3	4	3	4	4	4	22
17	3	3	3	4	3	4	20
18	3	3	4	3	3	3	19
19	3	3	4	4	4	4	22
20	3	4	4	3	3	4	21
21	4	3	3	4	4	4	22
22	4	3	4	4	3	4	22
23	3	4	3	4	4	3	21
24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	4	4	3	4	4	23
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	4	4	4	4	4	23
28	3	3	3	4	3	3	19
29	3	3	3	3	3	4	19
30	3	3	4	4	3	4	21
31	3	3	3	3	3	3	18
32	4	3	4	4	4	3	22
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	3	4	4	3	2	20
35	3	3	3	3	3	3	18
36	3	3	3	3	3	3	18
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	3	3	3	3	3	19
39	3	3	3	3	3	3	18
40	3	4	3	3	3	3	19
41	4	3	3	3	2	3	18
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	3	18
45	4	3	3	4	4	3	21
46	4	3	3	3	3	3	19
47	4	3	3	4	4	4	22
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	3	3	4	4	20
51	3	3	3	3	3	3	18
52	4	3	3	3	4	3	20
53	3	2	3	3	3	4	18
54	3	1	2	3	1	3	13
55	3	3	3	3	3	3	18

56	4	3	4	4	4	4	23
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	3	4	4	4	3	22
59	3	3	3	4	3	4	20
60	3	3	4	3	3	4	20
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	1	3	3	3	4	17
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	3	4	3	4	20
65	4	3	3	3	3	4	20
66	3	4	4	3	3	3	20
67	4	4	3	4	4	4	23
68	3	4	3	4	4	3	21
69	4	3	3	3	4	3	20
70	4	3	3	3	3	3	19
71	4	2	4	3	3	4	20
72	4	3	3	3	3	3	19
73	3	3	3	3	1	4	17
74	3	3	3	3	3	3	18
75	4	3	3	4	3	3	20
Total Y	255	236	243	256	244	259	1493

Lampiran 7. Hasil uji validitas variabel Media Sosial (X₁)

Correlations

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	total
x1.1 Pearson Correlation	1	,478**	,550**	,447**	,305**	,197	,729**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,008	,091	,000
N	75	75	75	75	75	75	75
x1.2 Pearson Correlation	,478**	1	,548**	,308**	,284*	,424**	,749**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,007	,014	,000	,000
N	75	75	75	75	75	75	75
x1.3 Pearson Correlation	,550**	,548**	1	,304**	,404**	,237*	,755**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,008	,000	,041	,000
N	75	75	75	75	75	75	75
x1.4 Pearson Correlation	,447**	,308**	,304**	1	,137	,296**	,615**
Sig. (2-tailed)	,000	,007	,008		,240	,010	,000
N	75	75	75	75	75	75	75
x1.5 Pearson Correlation	,305**	,284*	,404**	,137	1	,298**	,597**
Sig. (2-tailed)	,008	,014	,000	,240		,010	,000
N	75	75	75	75	75	75	75
x1.6 Pearson Correlation	,197	,424**	,237*	,296**	,298**	1	,609**

(Lanjutan Lampiran 7)
Halaman 2 dari 2

	Sig. (2-tailed)	,091	,000	,041	,010	,010		,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
total	Pearson Correlation	,729**	,749**	,755**	,615**	,597**	,609**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8. Hasil uji validitas variabel Promosi (X₂)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	total
x2.1	Pearson Correlation	1	,472**	,335**	,379**	,250*	,117	,709**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,001	,030	,318	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
x2.2	Pearson Correlation	,472**	1	,337**	,158	,324**	,151	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,176	,005	,196	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
x2.3	Pearson Correlation	,335**	,337**	1	,232*	,473**	,374**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,003	,003		,045	,000	,001	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
x2.4	Pearson Correlation	,379**	,158	,232*	1	,337**	,256*	,587**
	Sig. (2-tailed)	,001	,176	,045		,003	,026	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
x2.5	Pearson Correlation	,250*	,324**	,473**	,337**	1	,397**	,670**
	Sig. (2-tailed)	,030	,005	,000	,003		,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
x2.6	Pearson Correlation	,117	,151	,374**	,256*	,397**	1	,541**
	Sig. (2-tailed)	,318	,196	,001	,026	,000		,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
total	Pearson Correlation	,709**	,663**	,708**	,587**	,670**	,541**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9. Hasil uji validitas variabel Penerapan Protokol Kesehatan (X₃)

		Correlations				
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	total
x3.1	Pearson Correlation	1	,729**	,629**	,407**	,841**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75
x3.2	Pearson Correlation	,729**	1	,541**	,471**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75
x3.3	Pearson Correlation	,629**	,541**	1	,468**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75	75
x3.4	Pearson Correlation	,407**	,471**	,468**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	75	75	75	75	75
total	Pearson Correlation	,841**	,843**	,817**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75

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

Lampiran 10. Hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,168	,325**	,310**	,373**	,177	,576**
	Sig. (2-tailed)		,149	,004	,007	,001	,130	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Y2	Pearson Correlation	,168	1	,347**	,347**	,494**	,176	,660**
	Sig. (2-tailed)	,149		,002	,002	,000	,132	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Y3	Pearson Correlation	,325**	,347**	1	,366**	,423**	,306**	,683**
	Sig. (2-tailed)	,004	,002		,001	,000	,008	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Y4	Pearson Correlation	,310**	,347**	,366**	1	,448**	,359**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,007	,002	,001		,000	,002	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75

(Lanjutan Lampiran 10)
Halaman 2 dari 2

Y5	Pearson Correlation	,373**	,494**	,423**	,448**	1	,265*	,778**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,022	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Y6	Pearson Correlation	,177	,176	,306**	,359**	,265*	1	,567**
	Sig. (2-tailed)	,130	,132	,008	,002	,022		,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Total	Pearson Correlation	,576**	,660**	,683**	,702**	,778**	,567**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

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

Lampiran 11. Hasil uji reliabilitas variabel Media Sosial (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,761	,762	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16,69	3,540	,584	,427	,706
X1.2	16,81	3,478	,609	,428	,699
X1.3	16,83	3,361	,603	,450	,698
X1.4	16,72	3,772	,422	,251	,747
X1.5	16,88	3,837	,405	,218	,751
X1.6	16,93	3,766	,409	,255	,752

Lampiran 12. Hasil uji reliabilitas variabel Promosi (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,719	,726	6

(Lanjutan Lampiran 12)
Halaman 2 dari 2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	16,95	3,835	,485	,340	,674
x2.2	16,85	4,154	,451	,287	,682
x2.3	16,57	4,059	,524	,324	,657
x2.4	16,65	4,608	,400	,230	,695
x2.5	16,63	4,534	,532	,341	,665
x2.6	16,55	4,792	,359	,220	,706

Lampiran 13. Hasil uji reliabilitas variabel Penerapan Protokol Kesehatan (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,821	,825	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	10,79	1,603	,721	,609	,744
x3.2	10,87	1,495	,701	,570	,747
x3.3	10,89	1,529	,653	,453	,770
x3.4	10,97	1,648	,519	,286	,833

Lampiran 14. Hasil uji reabilitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,743	,743	6

(Lanjutan Lampiran 14)
Halaman 2 dari 2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	16,51	3,578	,388	,193	,731
Y2	16,76	3,239	,457	,284	,715
Y3	16,67	3,360	,528	,279	,695
Y4	16,49	3,307	,550	,308	,689
Y5	16,65	2,878	,614	,404	,664
Y6	16,45	3,548	,362	,168	,739

Lampiran 15. Koefisien korelasi parsial dan berganda variabel Media Sosial, Promosi, dan Penerapan Protokol Kesehatan terhadap Keputusan pembelian

a. Media Sosial terhadap Keputusan pembelian

Correlations

		media sosial	keputusan pembelian
media sosial	Pearson Correlation	1	,659**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	75	75
keputusan pembelian	Pearson Correlation	,659**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	75	75

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

b. Promosi terhadap Keputusan pembelian

Correlations

		promosi	keputusan pembelian
promosi	Pearson Correlation	1	,645**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	75	75
keputusan pembelian	Pearson Correlation	,645**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	75	75

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

(Lanjutan Lampiran 15)
Halaman 2 dari 2

c. Penerapan Protokol Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian

Correlations

		protokol kesehatan	keputusan pembelian
protokol kesehatan	Pearson Correlation	1	,373**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	75	75
keputusan pembelian	Pearson Correlation	,373**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	75	75

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

d. Koefisien korelasi berganda Uji t dan Uji F

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,749 ^a	,562	,543	1,441

a. Predictors: (Constant), protokol kesehatan, media sosial, promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,240	1,841		2,304	,024
	media sosial	,429	,089	,449	4,810	,000
	promosi	,373	,087	,426	4,270	,000
	protokol kesehatan	-,033	,122	-,025	-,267	,790

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188,865	3	62,955	30,308	,000 ^b
	Residual	147,481	71	2,077		
	Total	336,347	74			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), protokol kesehatan, media sosial, promosi

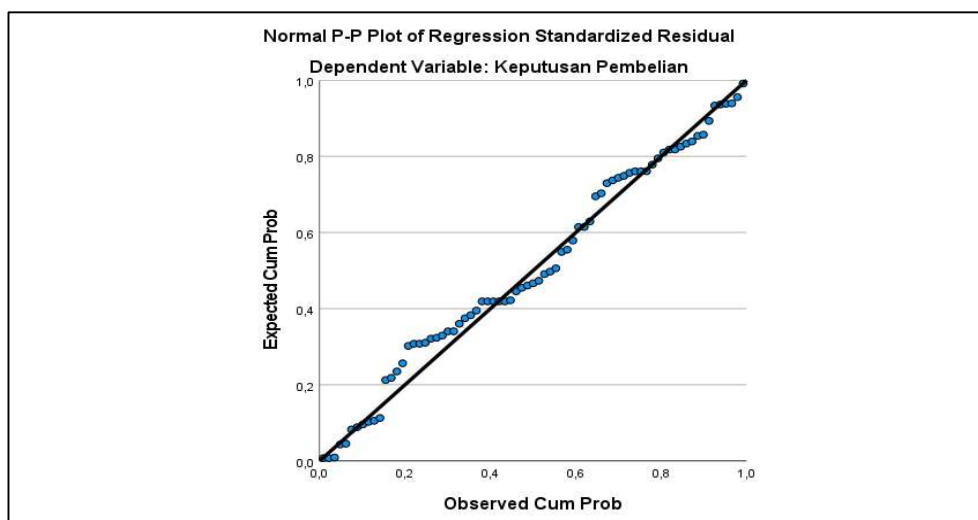
Lampiran 16. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		75	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,41173353	
Most Extreme Differences	Absolute	,098	
	Positive	,054	
	Negative	-,098	
Test Statistic		,098	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,070	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,068	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,061
		Upper Bound	,074

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 17. Grafik Uji Normalitas



a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 18. Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas



Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Media Sosial	,708	1,413
	Promosi	,622	1,608
	Penerapan Protokol Kesehatan	,712	1,404

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 19. Uji Asumsi Klasik Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,008	,059		,136	,892
	Media Sosial	,002	,003	,089	,645	,521
	Promosi	-,003	,003	-,170	-1,152	,253
	Penerapan Protokol Kesehatan	,005	,004	,180	1,304	,196

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Lampiran 20. Uji Asumsi Klasik Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,749 ^a	,562	,543	1,44125	1,819

a. Predictors: (Constant), Penerapan Protokol Kesehatan, Media Sosial, Promosi
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 21. Tabel Durbin-Watson (DW) , $\alpha = 5 \%$




n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758

Lampiran 22. Regresi Linear Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients
				Beta
1	(Constant)	4,240	1,841	
	Media Sosial	,429	,089	,449
	Promosi	,373	,087	,426
	Penerapan Protokol Kesehatan	-,033	,122	-,025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 23. Surat Riset Penelitian

Pancong Kuyyy !!

SURAT KETERANGAN RISET


Yang bertanda tangan dibawah ini Owner/pemilik Pancong Kuyyy , menerangkan bahwa:

Nama : Chealsy Naomi Laras Sianturi
 NPK : 21160560402
 Program studi : S1 – Manajemen
 Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Yang bersangkutan benar mengadakan penelitian di Pancong Kuyyy dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “ PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM DIMASA PANDEMI COVID-19 “ (Studi kasus pada konsumen Pancong Kuyyy Pasar Minggu) yang dilakukan dari pada bulan Agustus 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 01 September 2020

Hormat Kami

Calvin Syahputra Harefa
 Owner/pemilik

Pancong Kuyyy
 Jl. Bacang No.10A
 Jati Padang, Pasar Minggu, Jakarta Selatan
 No. Telp 081398805533

Lampiran 24. Daftar Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI**Data Pribadi

Nama : Chealsy Naomi Laras Sianturi
NPM : 21160560402
Tempat dan Tanggal lahir : Manado, 10 Oktober 1997
Agama : Kristen Protestan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Perumahan The Grove Blok. D1, Tapos,
Cibinong, Jawa Barat
Telepon : 089674599886
Email : sianturilaras@gmail.com

Pendidikan Formal

SDS Oikoumene : Lulus Tahun 2010
SMPN 06 Jakarta : Lulus Tahun 2012
SMKN 46 Jakarta : Lulus Tahun 2015
STEI Jakarta : Tahun 2016 sampai sekarang

Pengalaman Organisasi

2010 - 2012 : Anggota Paduan Suara SMPN 06 Jakarta
2013 – 2014 : Anggota Osis SMKN 46 Jakarta