



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH KONTEN PEMASARAN DAN KECEPATAN
INOVASI TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI
UMKM *FASHION* DI INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA *ERIGO STORE*)**



**Putri Mayang Zivi
NIM: 1805421048**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2022**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

PUTRI MAYANG ZIVI. Pengaruh Konten Pemasaran dan Kecepatan Inovasi terhadap Niat Membeli Kembali UMKM *Fashion* Di Instagram (Studi Kasus pada *Erigo Store*). Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan Konten Pemasaran dan Kecepatan Inovasi terhadap Niat Membeli Kembali UMKM *fashion* di Instagram *Erigo Store*. Selain itu, diharapkan penelitian ini menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan atau pelaku UMKM *fashion* sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan Niat Membeli Kembali. Metode penelitian dalam penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif, serta jumlah populasi sebanyak 2.521.523 orang *followers* akun Instagram @erigostore dengan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin. Sehingga sampel sebanyak seratus responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka, serta pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi R^2 . Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 25.0 for windows*. Model persamaan regresi $Y = 10,806 + 0,342X_1 + 0,447X_2 + e$ sudah layak untuk digunakan. Berdasarkan hasil korelasi secara parsial variabel konten pemasaran (X_1) memberikan pengaruh terhadap niat membeli kembali (Y) sebesar 50,69% sedangkan variabel kecepatan inovasi (X_2) memberikan pengaruh terhadap niat membeli kembali (Y) sebesar 47,74%. Berdasarkan hasil koefisien determinasi R^2 sebesar 53,1% niat membeli kembali dipengaruhi oleh konten pemasaran dan kecepatan inovasi, sedangkan sisanya sebesar 46,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini seperti *viral marketing, celebrity endorser, online customer review*, dan lain sebagainya. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali secara simultan (Uji F), dan pengaruh konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali secara parsial (Uji T) berdasarkan uji hipotesis.

Kata Kunci: Konten Pemasaran, Kecepatan Inovasi dan Niat Membeli Kembali.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

PUTRI MAYANG ZIVI. *The Influence of Content Marketing and Innovation Speed Toward Repurchase Intention Fashion MSME On Instagram (Case Study of Erigostore)*. Department of Business Administration State Polytechnic of Jakarta 2022.

The purpose of this study is to determine and analyze the partial and simultaneous between content marketing and innovation speed toward repurchase intention Fashion MSME On Instagram (Case Study of Erigostore). In addition, this research is expected to be a consideration for companies or fashion MSME to increase Repurchase Intention. This research is included in casual associative research with a quantitative approach and a population of 2.521.523 followers Instagram @erigostore with a sample calculation using the slovin formula. So the number of samples is 100 respondents and in the sampling technique used using purposive sampling. A literature review and questionnaire distribution were used to collect data. The validity and reliability test are used in instrument testing, while the data analysis method employs multiple linear regression analysis, T test, F test, and the coefficient of determination R^2 . The software Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 25.0 for windows was used to process the data in this study. The regression equation Model $Y = 10,806 + 0,342X_1 + 0,447X_2 + e$ is worth to use. Based on the results of the partial correlation, the content marketing variable (X_1) has an influence on repurchase intention (Y) of 50,69%, while the innovation speed variable (X_2) has an influence on repurchase intention (Y) of 47,74%. Based on the results of the coefficient of determination R_2 of 53,1% repurchase intention is influenced by content marketing and innovation speed, while the remaining 46,9% is influenced by other variables not discussed in this study such as viral marketing, celebrity endorser, online customer review, etc. The results of this study indicate that there is an effect of content marketing and innovation speed on repurchase intention simultaneously (F test), and the effect of content marketing and innovation speed on repurchase intention partially (T test) based on hypothesis testing.

Kata Kunci: *Content Marketing, Innovation Speed, dan Repurchase Intention.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Putri Mayang Zivi
NIM : 1805421048
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh Konten Pemasaran dan Kecepatan Inovasi terhadap Niat Membeli Kembali UMKM *Fashion* di Instagram (Studi Kasus pada *Erigo Store*)

Depok, 24 Agustus 2022

Pembimbing I

Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si
NIP 195811201989032001

Pembimbing II

Drs. Anwar Mustofa, M.Hum
NIP 196410161991031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP 196501311989032001



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Putri Mayang Zivi
NIM : 1805421048
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh Konten Pemasaran dan Kecepatan Inovasi terhadap Niat Membeli Kembali UMKM Fashion di Instagram (Studi Kasus pada Erigo Store)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang telah diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Agustus 2022
Waktu : 10.30 s.d. 11.30 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si
NIP 195811201989032001
Penguji 1 : Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd
NIP 196209121988032003
Penguji 2 : Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP 197404032001121002

.....
.....
.....



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 24 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Putri Mayang Zivi
NIM 1805421048



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Konten Pemasaran dan Kecepatan Inovasi terhadap Niat Membeli Kembali UMKM Fashion Di Instagram (Studi Kasus pada Erigo Store)”** untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrai Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak pihak yang terlibat dan membantu penulis baik secara moril ataupun material untuk menyelesaikan skripsi dengan baik. Oleh karen aitu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Eng. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, saran, serta arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Drs. Anwar Mustofa, M.Hum selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, saran, serta arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Zikrillah dan Ibu Yevi Susanti selaku orang tua serta adik-adik Fadhil dan Salwah yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material, sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.

8. Alivia, Caca, dan Indah selaku sahabat penulis sejak sekolah dasar yang selalu menyemangati, menghibur, dan memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman Administrasi Bisnis Terapan angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh responden yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan membantu kelancaran penelitian untuk tugas akhir ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang turut membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masuk terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membangun sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, 24 Agustus 2022

Penulis

Putri Mayang Zivi

NIM 1805421048



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Pengertian Konten.....	10
2.1.1 Jenis – Jenis Konten	10
2.2 Pengertian Konten Pemasaran	12
2.2.1 Dimensi Konten Pemasaran.....	12
2.2.2 Kriteria Konten Pemasaran.....	13
2.2.3 Indikator Konten Pemasaran	14
2.3 Pengertian Inovasi	15
2.3.1 Jenis – Jenis Inovasi	15
2.3.2 Manfaat Inovasi.....	16
2.3.3 Strategi Inovasi	16



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4	Pengertian Kecepatan Inovasi	17
2.4.1	Indikator Kecepatan Inovasi.....	18
2.5	Pengertian Niat Membeli Kembali.....	18
2.5.1	Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Kembali.....	19
2.5.2	Indikator Niat Membeli Kembali	19
2.6	Hasil Penelitian / Jurnal yang Relevan	20
2.7	Deskripsi Konseptual	27
2.8	Perumusan Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		29
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
3.1.1	Waktu Penelitian	29
3.1.2	Tempat Penelitian.....	29
3.2	Metode Penelitian	30
3.2.1	Populasi dan Sampling.....	31
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.3	Teknik Pengolahan Data.....	36
3.2.4	Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Hasil Rekapitulasi Data	43
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.2	Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	44
4.1.3	Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	48
4.1.4	Karakteristik Responden.....	48
4.1.5	Rekapitulasi Data Variabel Konten Pemasaran (X_1)	52
4.1.6	Rekapitulasi Data Variabel Kecepatan Inovasi (X_2).....	63
4.1.7	Rekapitulasi Data Variabel Niat Membeli Kembali (Y)	70
4.2	Hasil Analisis Data.....	78
4.2.1	Analisis Uji Asumsi Klasik	78
4.2.2	Analisis Uji Hipotesis	81
4.3	Pembahasan	86



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V KESIMPULAN DAN DARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian/Jurnal Yang Relevan	21
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert	33
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Konten Pemasaran (X_1).....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Kecepatan Inovasi (X_2)	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Niat Membeli Kembali (Y)	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Relevansi	53
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Akurasi	54
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Bernilai	56
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Mudah Dipahami	58
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Mudah Ditemukan	59
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Konsisten.....	61
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Mewujudkan Ide Inovasi Lebih Cepat Dari yang Direncanakan	64
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Berinovasi Lebih Cepat Dari Sebelumnya.....	66
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Launching</i> Produk Baru Sesuai Rencana	68
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Transaksional...	70
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Referensial	72
Tabel 4.16 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Preferensial	74



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 4.17 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Eksploratif.....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi T	83
Tabel 4.23 Hasil Uji Signifikansi F.....	84
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	85
Tabel 4.25 Hasil Uji Korelasi Secara Parsial	85



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kontribusi Subsektor Terhadap Ekonomi Indonesia	2
Gambar 1. 2 10 Negara Asia dengan Pengguna Internet Terbanyak Tahun 2021 Erigo Store.....	3
Gambar 1. 3 Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022....	4
Gambar 1. 4 Data <i>Followers</i> Instagram Erigo Store 2021-2022	5
Gambar 1. 5 Data <i>likes</i> dan <i>comments</i> pada 20 <i>content</i> terakhir Instagram Posts Erigo Store	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4. 1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4. 2 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Usia	49
Gambar 4. 3 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Jenis Pekerjaan	50
Gambar 4. 4 Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	51
Gambar 4. 5 Kategori Responden Berdasarkan Domisili.....	51
Gambar 4. 6 Kategori Responden Menurut Frekuensi Pembelian Produk Erigo Secara <i>Online</i>	52
Gambar 4. 7 Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas	79
Gambar 4. 8 Grafik <i>P-P Plot</i> Hasil Uji Normalitas	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2 Data Tabulasi <i>Pre-Test</i> Konten Pemasaran (X_1)	102
Lampiran 3 Data Tabulasi <i>Pre-Test</i> Kecepatan Inovasi (X_2)	103
Lampiran 4 Data Tabulasi <i>Pre-Test</i> Niat Membeli Kembali (Y)	104
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Konten Pemasaran (X_1)	105
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Kecepatan Inovasi (X_2)	106
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Niat Membeli Kembali (Y)	107
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	108
Lampiran 9 Tabel R Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	109
Lampiran 10 Data Tabulasi Konten Pemasaran (X_1)	110
Lampiran 11 Data Tabulasi Kecepatan Inovasi (X_2)	113
Lampiran 12 Data Tabulasi Niat Membeli Kembali (Y)	116
Lampiran 13 Output SPSS Hasil Uji Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 14 Output SPSS Hasil Uji Hipotesis	121
Lampiran 15 Tabel T	123
Lampiran 16 Tabel F	124
Lampiran 17 <i>Curriculum Vitae</i>	125

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, perkembangan industri usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) semakin pesat dan dapat berpotensi menjadi sektor usaha yang membatu pertumbuhan serta pembangunan perekonomian Indonesia. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan industri yang hampir digeluti oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Sektor ini mempunyai penyerapan tenaga kerja cukup besar dan menciptakan lapangan kerja baru sehingga mengurangi jumlah tingkat pengangguran di Indonesia. UMKM menyumbang sekitar Rp 8.400 triliun terhadap produk domestik bruto (PDB) atau sebesar 60,34 persen dari total PDB Nasional dan menyerap 96 persen total tenaga kerja.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, salah satu ciri usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan adalah sebagai berikut:

Usaha menengah merupakan usaha yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian langsung ataupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan setiap tahun yang memiliki kriteria usaha menengah seperti berikut.

- a) Kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- sampai dengan Rp 10.000.000.000,- dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- sampai dengan Rp 50.000.000.000,-.

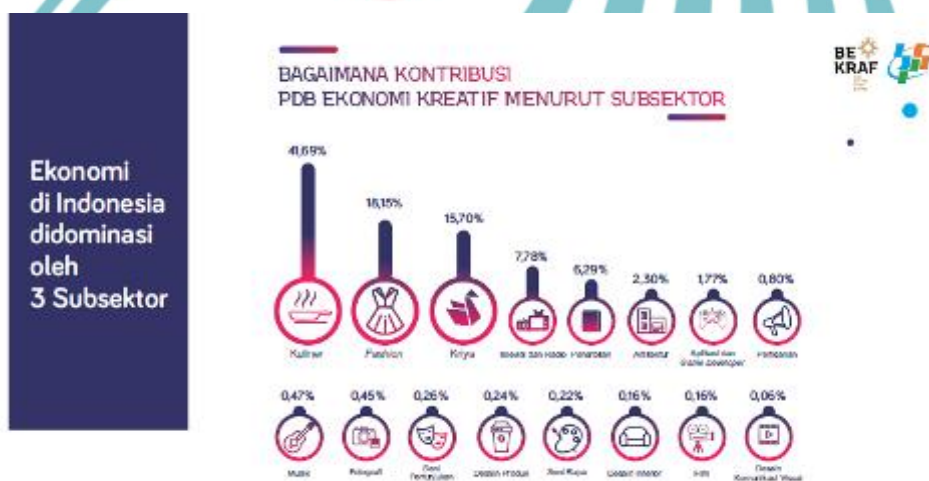


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Fashion merupakan salah satu sektor UMKM di Indonesia yang pertumbuhannya cukup pesat. Badan Ekonomi Kreatif menyebutkan produk domestik bruto (PDB) Ekonomi di Indonesia didominasi oleh tiga subsektor dari total enam belas subsektor kreatif di Indonesia. Sektor kuliner menempati subsektor pertama sebesar 41,96 persen, disusul dengan sektor *fashion* sebesar 18,5 persen, dan bidang kriya sebesar 15,70 persen. Selain itu, industri kreatif *fashion* merupakan salah satu ekspor ekonomi kreatif tertinggi di Indonesia, sebesar 56 persen (Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Deputi Riset Edukasi dan Pengembangan Badan Ekonomi Kreatif, 2017). Data kontribusi subsektor terhadap ekonomi Indonesia dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Data Kontribusi Subsektor terhadap Ekonomi Indonesia
Sumber: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BERKAF)

Jumlah UMKM pada sektor *fashion* semakin lama semakin banyak dan terus bertambah setiap harinya. Hal ini menyebabkan pelaku usaha khususnya pada sektor *fashion* harus memiliki daya saing yang tinggi, melek teknologi, kreatif, selalu berinovasi, dan paham akan kebutuhan serta keinginan konsumen yang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Dengan demikian UMKM pada sektor *fashion* dapat berkembang dan bertahan dalam kondisi apapun.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet di Indonesia, dimanfaatkan oleh pelaku usaha salah satunya pada sektor *fashion* untuk pemasaran produk. Berdasarkan data *internetworldstats.com*, pengguna



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

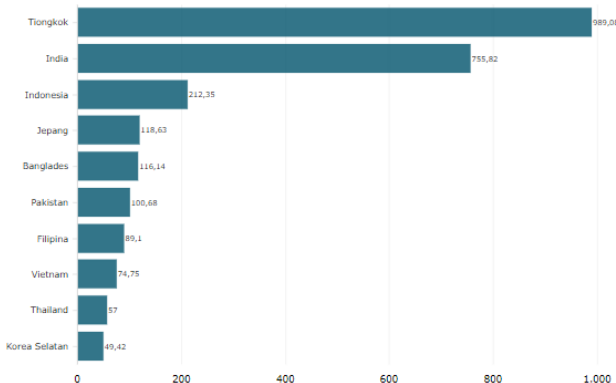
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

internet Indonesia mencapai angkat 212,35 juta jiwa sampai dengan Maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia menempati urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia. Di urutan pertama, ditempati oleh Tiongkok dengan pengguna internet mencapai angka 989,08 juta jiwa. Di urutan kedua, ditempati oleh India dengan pengguna internet 755,82 juta jiwa. Total pengguna internet di Asia mencapai 2,77 miliar jiwa dari jumlah populasi Asia 4,33 miliar jiwa. Jumlah pengguna internet di Asia tersebut mencapai 53,4% dari total pengguna internet dunia sebanyak 5,17 miliar jiwa. 10 negara Asia dengan pengguna internet terbanyak tahun 2021 dapat dilihat pada gambar berikut.

Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia

10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak (Mar 2021)

Sumber : internetworldstats.com,



Gambar 1.2 10 Negara Asia dengan Pengguna Internet Terbanyak Tahun 2021
Sumber: www.internetworldstats.com, 2022

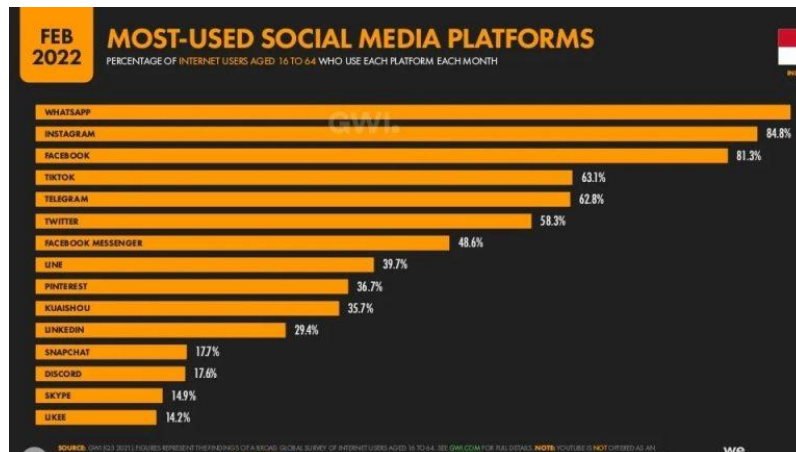
Dalam penggunaan internet, berdasarkan data Hootsuite pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka 191 juta pada tahun 2022. Dari berbagai jenis media sosial yang ada, Whatsapp dan Instagram merupakan platform media sosial paling banyak dengan pengguna Whatsapp di Indonesia sebanyak 88,7 persen dan pengguna Instagram sebanyak 84,8 persen. Media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2022 dapat dilihat pada gambar berikut.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.3 Media Sosial yang Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2022
Sumber: Hootsuit (we are social), 2022

Dengan tingginya jumlah pengguna Instagram, banyak pelaku usaha pada sektor *fashion* yang memasarkan produknya di media sosial Instagram. Di Instagram, pelaku usaha dapat memberikan informasi maupun pesan dengan mudah, cepat dan dapat dijangkau oleh seluruh audiens di manapun mereka berada, sehingga banyak pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial Instagram karena merupakan potensi yang sangat baik untuk melakukan kegiatan pemasaran.

Terdapat salah satu UMKM sektor *fashion* di Indonesia yang menggunakan media internet khususnya instagram sebagai kegiatan pemasaran yaitu Erigo. Saat ini, Erigo menggunakan konsep produk *Street style* dan *Traveling*. Erigo didirikan oleh Muhammad Sadad pada tahun 2010 di kamar bertipe studio di Depok, Jawa Barat. Pada awal berdirinya, Sadad masih melakukan semuanya sendiri dan belum menggunakan nama *brand* Erigo serta masih menjual produk berkonsep batik dengan merek “Selected and Co”, sayangnya konsep tersebut sepi peminat. Kemudian, Sadad mengubah nama *brand* menjadi Erigo dan berinovasi dengan beralih ke konsep kasual yang semakin digemari dengan target pasar, yakni kaum milenial. Pada tahun 2015, Erigo berhasil meraup omzet Rp 22 Miliar. Erigo memiliki beberapa pesaing terdekat dalam persaingan sektor *fashion*, seperti 3Second, Greenlight dan Lea Jeans. Beberapa pesaing Erigo tersebut sudah banyak dikenal dalam *industry fashion* serta memiliki target pasar yang sama

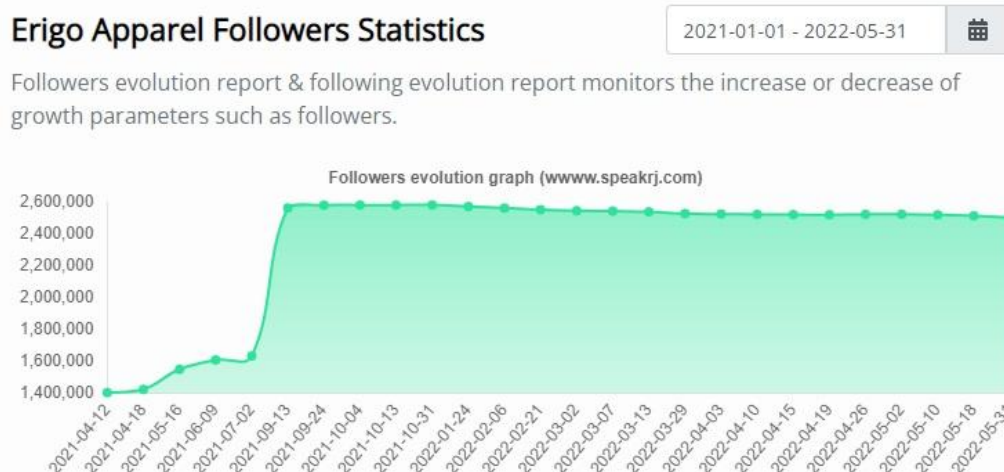


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yaitu anak muda atau kaum millennial. Team Erigo membuat konten pemasaran pada instagram untuk dapat bersaing, konten tersebut menghasilkan data seperti berikut.

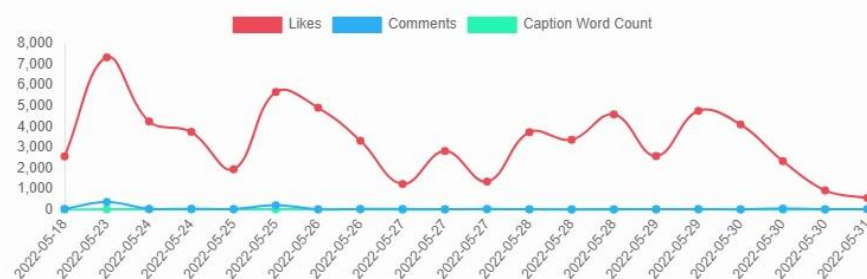


Gambar 1.4 Data Followers Instagram Erigo Store 2021–2022
Sumber: speakrj.com, 2022

Data di atas menunjukkan jumlah *followers* Instagram Erigo pada April 2021 hingga Mei 2022. Pada April 2021, *followers* Instagram Erigo Store mencapai 1.404.140 *followers* dan terus meningkat hingga pada Mei 2022 mencapai 2.500.576 *followers*. Berikut data *likes* dan *comments* pada *content marketing* Erigo Store melalui Instagram *Posts*.

Stats (Chart) - Instagram Posts

Analyse the rise and drop of instagram likes, comments & caption word count in the media analysis based on the recently published 20 posts



Gambar 1.5 Data *Likes* dan *Comments* pada 20 *Content* Terakhir Instagram Posts Erigo Store
Sumber: speakrj.com, 2022



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa konten pemasaran pada Instagram Post *Erigo Store* masih mengalami penurunan pada jumlah *likes* namun cukup stabil pada jumlah *audience* yang berkomentar di setiap postingannya. Hal tersebut memicu Erigo untuk selalu memberikan konten pemasaran yang menarik dan berinovasi. “*Content marketing* adalah proses bisnis untuk membuat serta mendistribusikan konten yang bernilai untuk menarik dan melibatkan audiens. Hal ini bertujuan untuk mendorong konsumen agar melakukan tindakan yang menguntungkan perusahaan” (Pilizzi & Newt, 2009). Konten pemasaran sendiri bertujuan untuk memberi edukasi kepada konsumen serta membentuk relasi antara produsen dan kosumen di dalam menciptakan komunikasi yang saling terhubung melalui informasi dalam konten yang ada.

Selain konten pemasaran, Erigo juga harus dapat berinovasi, inovasi berarti suatu ide, produk, perilaku, informasi teknologi dan nilai-nilai baru yang belum banyak diketahui dan digunakan oleh sebagian besar masyarakat dalam lokalitas tertentu, yang dapat mendorong terjadinya perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat. Menurut Sasono dkk. seperti dikutip oleh Putri (2020:1) “inovasi dapat dilakukan oleh siapa saja, baik oleh perusahaan besar maupun perusahaan kecil juga harus melakukan inovasi untuk keberlangsungan hidup ke depannya”.

Saat berinovasi, Erigo harus memperhatikan kecepatan inovasi karena perubahan yang semakin cepat terjadi di dunia. “Waktu yang dibutuhkan antara ide inovasi yang ditemukan sampai dengan produk baru berhasil memasuki pasar dan memiliki nilai ekonomi didefinisikan sebagai *innovation speed*” (Kessler and Chakrabarti, 1996 dalam Hutahayan dan Yufra, 2019). “Kecepatan inovasi dapat menciptakan respon yang lebih cepat terhadap lingkungan dengan cara meluncurkan produk baru dengan waktu yang lebih singkat dan biaya yang lebih rendah, pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan” (Tidd *et al.*, 2005). Dengan adanya konten pemasaran dan kecepatan inovasi, diharapkan relasi antara produsen dan konsumen terbentuk, sehingga dapat mempertahankan pelanggan serta meningkatkan niat membeli kembali.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Angelina Ivana Putri (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing Dengan *Creative Destruction* sebagai Mediator pada UMKM Pengolahan Pangan di Daerah Istimewa Yogyakarta, membuktikan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM pangan serta *creative destruction* sebagai variabel mediasi berpengaruh positif antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM pangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Yusuf Kamil Harahap (2019) dengan judul Pengaruh *Rational Marketing, Content Marketing* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka pada Mahasiswa S-1 Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara membuktikan bahwa secara serempak *rational marketing, content marketing*, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Traveloka pada mahasiswa S-1 Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara. Secara parsial, *rational marketing, content marketing*, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Gregorius Edwin Yonathan dan Innocentius Bernarto (2022) dengan judul Pengaruh *Content Marketing Instagram, Social Media Marketing Instagram, Price*, dan *Restaurant Atmosphere* terhadap *Repurchase Intention* pada Restaurant dan Bar. Hasil dari penelitian ini adalah *content marketing* instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention, social media marketing* instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention, price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* dan *restaurant atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Berdasarkan teori yang ada, penelitian terdahulu serta fenomena yang terjadi pada UMKM sektor *fashion*, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Konten Pemasaran dan Kecepatan Inovasi terhadap Niat Membeli Kembali UMKM Fashion di Instagram (Studi Kasus pada Erigo Store)**”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut.

- a. Penambahan jumlah UMKM sektor *fashion* menjadikan persaingan sangat ketat.
- b. Banyaknya UMKM *fashion* yang berjualan secara *online* pada saat ini.
- c. Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh UMKM *fashion* dalam berjualan secara *online*.
- d. Peran konten pemasaran dapat meningkatkan niat membeli kembali UMKM *fashion*.
- e. Kecepatan inovasi dapat menarik perhatian konsumen sehingga meningkatkan niat membeli kembali UMKM *fashion*.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis uraikan di atas, agar penelitian ini lebih fokus pada masalah yang akan dibahas, maka penulis hanya memfokuskan pada pengaruh konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram (Studi Kasus pada Erigo Store 2022).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut.

- a. Seberapa besar pengaruh konten pemasaran terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigo?
- b. Seberapa besar pengaruh kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigo?
- c. Seberapa besar pengaruh konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigo?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Menganalisis pengaruh konten pemasaran terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigo.
- b. Menganalisis pengaruh kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigo.
- c. Menganalisis pengaruh konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigo.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Manfaat bagi peneliti
 Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan penulis mengenai konten pemasaran dan kecepatan inovasi sebagai salah satu usaha meningkatkan jumlah niat membeli kembali, sehingga ilmu yang diperoleh dapat dipraktikkan ke depannya.
- b. Manfaat bagi perusahaan
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan serta referensi dalam usaha meningkatkan jumlah niat membeli kembali.
- c. Manfaat bagi mahasiswa
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya serta menambah wawasan literatur mengenai konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali
- d. Manfaat bagi masyarakat
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas khususnya untuk para masyarakat yang ingin membeli produk UMKM *fashion*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* Di Instagram Erigostroe, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Konten pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigostroe, dan dapat dikatakan hipotesis satu diterima. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian signifikansi t dengan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu t hitung $3,333 > t$ tabel $1,984$ serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. UMKM *fashion* di Instagram yang memiliki konten pemasaran akan mendapatkan niat membeli kembali yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM *fashion* yang tidak menggunakan konten pemasaran.
- b. Kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigostroe, dan dapat dikatakan hipotesis dua diterima. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian signifikansi t dengan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu t hitung $2,225 > t$ tabel $1,984$ serta nilai signifikansi $0,028 < 0,05$. UMKM *fashion* di Instagram yang memiliki kecepatan inovasi akan mendapatkan niat membeli kembali yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM *fashion* yang tidak menggunakan kecepatan inovasi.
- c. Konten pemasaran dan kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap niat membeli kembali UMKM *fashion* di Instagram Erigostroe, dan dapat dikatakan hipotesis tiga diterima. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian signifikansi f dengan f hitung lebih besar dari f tabel yaitu f hitung $54,914 > f$ tabel $3,09$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Serta hasil koefisien determinasi menunjukkan R square sebesar $0,531$ atau $53,1\%$ di mana konten pemasaran dan kecepatan inovasi secara simultan



berpengaruh terhadap niat membeli kembali dan 46,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dalam penelitian pengaruh konten pemasaran dan kecepatan inovasi terhadap niat membeli kembali UMKM *Fashion* Di Instagram *Erigo Store*, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut.

- a. Untuk perusahaan, peneliti menyarankan untuk lebih mengembangkan serta meningkatkan lagi penyebaran konten pemasaran pada media sosial lain agar dapat ditemukan oleh seluruh pengguna media sosial selain Instagram, sehingga *followers* dari seluruh media sosial *Erigo Store* tertarik untuk membeli serta meningkatkan niat membeli kembali, dimana saat ini sangat banyak masyarakat yang menggunakan dan menghabiskan banyak waktu untuk melihat media sosial.
- b. Untuk perusahaan, peneliti juga menyarankan untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan lagi kecepatan inovasi. Inovasi yang diberikan oleh *Erigo Store* harus dapat menciptakan sesuatu yang berbeda sehingga menjadi ciri khas tersendiri pada setiap produknya agar berbeda dengan *brand* lain dan dapat menjadi *brand* utama yang akan digunakan dibandingkan *brand* lain.
- c. Untuk para peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *viral marketing*, *celebrity endorser*, *online customer review* dan lain sebagainya. Diharapkan hasil penelitian tersebut akan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan para pelaku UMKM *fashion* di Instagram untuk dapat meningkatkan niat membeli kembali di tengah-tengah banyaknya jumlah UMKM *fashion* di Instagram pada saat ini.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Antara, Christea. 2016. *Ekonomi Pembangunan sebuah Kajian Teoritis dan Empiris*. Malang: Universitas Kanjuruhan Malang.
- Arifin, Moch. Bahak dan Nurdyansyah. 2018. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Hardani dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Janie, Dyah Nirmala. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Paramita, Ratna Wijayanti dkk. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Widya Gama.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawati, Luh Kadek dkk. 2017. *Buku Ajar Teori Dan Konsep Dasar Statistika Dan Lanjut*. Denpasar: Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udayana.

Jurnal dan Skripsi

- Amalia, Chairina Debika. 2020. "Pengaruh *Content Marketing* Di Instagram *Stories* @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen". JOM FISIP, Vol.7, Januari-Juni 2020, Pekanbaru.
- Anggoro, Maria Elisabeth dan Lexi Pranata. 2020. "Pengaruh Komunikasi Dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di *Sweetescape* jakarta". Jurnal Hospitality Dan Pariwisata, Vol.6, No.2, 2020, Jakarta.
- Aurelia, Florensia dan M. Tony Nawawi. 2021. "Pengaruh *Customer Satisfaction*, *Perceived Value*, dan *Trust* Terhadap *Online Repurchase Intention* Pada *Fashion* Di Instagram Di Jakarta". Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, Vol.3, No.1, 117-126, 2021, Jakarta.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Cecariyani, Shera dan G.Genep Sukendro. 2018. “Analisis Strategi Kreatif Dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)”. Vol. 2, No. 2, 495-502, Desember 2018. EISSN: 2598-0777. Jakarta.
- Ginting, Anggi Khairunnisa. 2021. “Pengaruh *Direct Marketing* Dan *Product Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan)”. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Harahap, Yusuf Kamil. 2019. “Pengaruh *Rational Marketing*, *Content Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara”. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Irianto, Devan Ramadhan. 2021. “Pengaruh *Content Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak (Studi Pada Konsumen Mitra Bukalapak Di Kota Malang)”. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Mangalani, Wiranti Ratanattaya Jaya. 2020. “Pengaruh *Content Marketing* Shopee Live Terhadap *Customer Engagement*”. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.
- Muafa, Irfan Wildzan dkk. 2019. “Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui *Entrepreneurial Marketing*”. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 18, No. 3, Desember 2019. Semarang.
- Putra, I.B Panca dan Ni Made Wulandari Kusumadewi. 2019. “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen”. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 8, 2019. ISSN: 2302-8912.
- Rahayu, Rachmi dan H. Dwi Mulyaningsih. 2021. “Pengaruh *Content Marketing* Dan Dukungan *Influencer* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Fashion”. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, Vol. 1, No.2, 2021, Bandung.
- Sari, Putri Kartika. 2022. “Pengaruh *Innovation Speed* Terhadap *Competitiveness* Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sektor Makanan Dan Minuman Yang Dimesiasi Oleh *Creative Destruction* Dan *Knowledge Creation* Di Jabodetabek”. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.
- Sitio, Rike Pentadkk. 2021. “Faktor Pendorong *Purchase Intention* Produk *Sustainable Fashion* Pada UMKM”. Jurnal Manajemen Maranatha, Vol. 21, No.1, November 2021. ISSN: 1411-9293.
- Suhaeni, Tintin. 2018. “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kota Bandung)”. Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, Vol.4, No.1, April 2018. ISSN 2460-8211.

Yazfinedi, 2018. “Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia: Permasalahan Dan Solusinya”. Jurnal Ilmiah Kesejahteraan Sosial, Vol.14, No.25, Januari-Juni 2018.

Widi, Ristya. 2011. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi”. Vol.8, No.1, 27-34, 2011.

Yonathan, Gregorius Edwin dan Innocentius Bernarto. 2022. “Pengaruh *Content Marketing* Instagram, *Social Media Marketing* Instagram, *Price*, Dan *Restaurant Atmosphere* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Restaurant Dan Bar”. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol.6, No.2, 2022, 106-119. Jakarta

Yusup, Febrianawati. 2018. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif”. Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, Vol.7, No.1, Juni 2018. ISSN: 2088-6991. Banjarmasin.

Sumber Internet

Erigo Store. 2022. “Instagram” (<https://www.instagram.com/> diakses pada Mei 2022)

Lina. 2018 “Menguak Tiga Besar Penyumbang Perekonomian Ekraf” (<https://pelakubisnis.com/> diakses pada Mei 2022)

Romeltea. 2020. “Pengertian Konten dan Jenis-Jenisnya” (<https://romeltea.com/> diakses pada Mei 2022)

Speakrj. 2022. “Erigo Apparel Followers Statistics” (<https://www.speakrj.com/> diakses pada Mei 2022)

Speakrj. 2022. “Stats (Chart) – Instagram Posts” (<https://www.speakrj.com/> diakses pada Mei 2022)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KONTEN PEMASARAN DAN KECEPATAN INOVASI TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI UMKM *FASHION* DI INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA *ERIGO STORE*)

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi akhir pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, saya selaku peneliti ingin memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Penelitian dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh Konten Pemasaran dan Kecepatan Inovasi terhadap Niat Membeli Kembali UMKM *Fashion* Di Instagram (Studi Kasus Pada *Erigo Store*)”. Oleh karena itu, peneliti memohon bantuan dari Saudara/i untuk memberikan penilaian atas beberapa pernyataan terkait penelitian ini secara jujur dan terbuka.

Kuesioner ini hanya untuk kepentingan ilmiah. Maka dari itu jawaban yang Saudara/i berikan akan bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan. Demikian pengantar ini peneliti buat, atas perhatian dan kerja samanya, peneliti ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Putri Mayang Zivi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I. IDENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk Pengisian

Mohon mengisi pertanyaan di bawah ini dengan sebenar-benarnya. Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang paling sesuai dengan pilihan Anda dan isilaha titik-titik kosong dengan jawaban yang sesuai menurut Anda.

B. Identitas Responden

1. Nama responden :
2. Jenis Kelamin : Laki- Laki Perempuan
3. Usia : 22–24 Tahun
 25–27 Tahun
 28–30 Tahun
4. Jenis Pekerjaan : Karyawan Swasta
 PNS
 Wiraswasta
5. Pendapatan : < Rp 4.000.000
 Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000
 Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000
 >Rp 6.000.000
6. Domisili : Jakarta Utara Jakarta Barat
 Jakarta Timur Jakarta Pusat
 Jakarta Selatan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Frekuensi Pembelian : 1 – 5 kali 6 – 10 kali >10 kali

C. Kriteria Responden

1. Merupakan pria atau wanita berusia 22–30 tahun
2. Merupakan penduduk DKI Jakarta
3. Followers dari Erigostore
4. Pernah membeli produk Erigo secara online

II. PERTANYAAN PENELITIAN

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Responden dimohon untuk mengisi kuesioner dengan membaca setiap jawaban yang diberikan dan menjawab seluruh pertanyaan.
2. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda checklist (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan Anda.
3. Dalam pengisian kuesioner tidak ada jawaban yang salah, maka dari itu responden diusahakan agar tidak mengosongkan jawaban.
4. Kriteria pada jawaban berupa Skala likert yaitu 1-5 yang memiliki arti sebagai berikut.

- | | | |
|-----|-----------------------|-----|
| STS | : Sangat Tidak Setuju | (1) |
| TS | : Tidak Setuju | (2) |
| KS | : Kurang Setuju | (3) |
| S | : Setuju | (4) |
| SS | : Sangat Setuju | (5) |



Daftar Pertanyaan Kuesioner

1. Variabel Konten Pemasaran (X₁)

No.	Pernyataan	Skala Penelitian				
		STS	TS	KS	S	SS
Relevansi						
1	Konten Instagram Erigostore berisi informasi yang saya butuhkan					
2	Konten Instagram Erigostore membantu saya menyelesaikan masalah akan barang kebutuhan					
3	Konten Instagram Erigostore berisi informasi mengenai inovasi yang diberikan					
4	Instagram Erigostore memberikan konten informasi mengenai <i>fashion</i>					
5	Instagram Erigostore memberikan konten <i>mix and match</i> dari produk yang ditawarkan					
6	Erigostore selalu menginformasikan kecepatan inovasinya dibanding <i>brand</i> lain dalam bentuk <i>content marketing</i> di Instagram					
7	Konten Instagram Erigostore selalu relevan dengan tema dari Erigostore					
Akurasi						
8	Konten Instagram Erigostore memberikan informasi yang rill terkait produk					
9	Konten Instagram Erigostore menginformasikan material yang digunakan pada produknya					
10	Konten Instagram Erigostore menginformasikan mengenai harga produk					
11	Erigostore memberikan konten pada Instagram mengenai <i>discount</i> pada tanggal tertentu					
12	Erigostore memberikan konten pada Instagram mengenai produk terbarunya					
13	Konten Instagram Erigostore menginformasikan jenis dari produk terbarunya					
14	Konten Instagram Erigostore memberikan referensi <i>mix and match</i> untuk setiap produk terbarunya					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta

Evaluasi		STS	TS	KS	S	SS
5	Erigostore memberikan konten yang bisa dipercaya					
6	Konten Instagram Erigostore memberikan manfaat					
7	Konten Instagram Erigostore memudahkan saya dalam menentukan pilihan produk					
8	Konten Instagram Erigostore menginformasikan cara pemesanan dengan jelas					
9	Erigostore melihatkan <i>review</i> dari pembeli sebelumnya dalam bentuk konten di Instagram					
10	Konten Instagram Erigostore menginformasikan produk yang ada secara keseluruhan					
11	Konten Instagram Erigostore dapat menghibur saya					
Mudah Dipahami		STS	TS	KS	S	SS
12	Informasi atau pesan yang disampaikan melalui konten Instagram Erigostore dapat saya pahami dengan mudah					
13	Konten Instagram Erigostore dapat saya baca dengan jelas					
14	Gambar pada konten Instagram Erigostore dapat saya lihat dengan jelas					
15	Konten yang berisikan informasi mengenai <i>discount</i> mudah untuk saya pahami					
16	Kata-kata yang digunakan dalam konten Erigostore mudah untuk saya pahami					
17	Konten dalam bentuk video pada Instagram Erigo mudah untuk saya pahami					
18	Bahasa yang digunakan pada konten Instagram Erigostore mudah untuk saya pahami					
Mudah Ditemukan		STS	TS	KS	S	SS
19	Konten Erigostore mudah untuk saya temukan					
20	Konten Erigostore dapat saya temukan pada beberapa media sosial seperti instagram, tiktok dan lainnya					
21	Saya sering menemukan konten Erigostore pada <i>explore</i> Instagram					
22	Saya sering menemukan konten Erigostore pada Instagram <i>Story Sponsored</i>					
23	Saya menemukan konten Erigostore pada FYP Tiktok					
24	Saya menemukan konten Erigostore pada Facebook					
25	Saya menemukan konten Erigostore pada Billboard					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Konsisten		STS	TS	KS	S	SS
66	Konten Instagram Erigostore diperbaharui secara berkala					
67	Konten Instagram Erigostore diupload secara konsisten setiap waktu					
68	Waktu upload konten Instagram Erigostore selalu sama setiap harinya					
69	Setiap konten Instagram Erigostore memiliki tone warna yang sama					
70	Desain, warna dan <i>font</i> dari konten Instagram Erigostore selalu sama					
71	Konten Instagram Erigostore secara konsisten berinteraksi dengan <i>followers</i>					
72	Setiap konten Instagram Erigostore memiliki tema yang sama					

2. Variabel Kecepatan Inovasi (X₂)

No.	Pernyataan	Skala Penelitian				
		STS	TS	KS	S	SS
Mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan						
1	Erigostore mewujudkan ide-ide inovasi lebih cepat					
2	Ide inovasi yang diwujudkan oleh Erigostore lebih cepat dari <i>brand</i> lainnya					
3	Ide inovasi yang diwujudkan oleh Erigostore lebih cepat dari yang direncanakan dapat menciptakan <i>trend</i> baru dipasaran					
4	Ide inovasi yang diwujudkan oleh Erigostore lebih cepat dari yang direncanakan memiliki ciri khas dari <i>brand</i> lainnya					
5	Ide inovasi produk yang diwujudkan oleh Erigostore lebih cepat dari yang direncanakan lebih diminati pelanggan karena belum banyak dipasaran					
6	Ide inovasi yang diwujudkan oleh Erigostore lebih cepat dari yang direncanakan belum pernah dibuat oleh <i>brand</i> lain					
7	Ide inovasi yang diwujudkan oleh Erigostore lebih cepat dari yang direncanakan memiliki ciri khas tersendiri					
Berinovasi lebih cepat dari sebelumnya						
8	Erigostore berinovasi lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya					
9	Dengan berinovasi lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya kini Erigostore memiliki kekuatan dalam bersaing					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

0	Inovasi yang lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya meningkatkan kualitas produk Erigostore					
1	Dengan berinovasi lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya Erigostore mendapatkan lebih banyak pelanggan					
2	Dengan berinovasi lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya Erigostore menjadi <i>brand</i> pilihan saya dibanding <i>brand</i> lainnya					
3	Dengan berinovasi lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya saya merekomendasikan Erigostore kepada keluarga					
4	Dengan berinovasi lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya saya merekomendasikan Erigostore kepada teman					
Launching produk baru sesuai rencana		STS	TS	KS	S	SS
15	Erigostore launching produk baru pada waktu yang tepat					
16	Produk baru pada Erigostore dapat saya terima dengan baik					
17	Produk baru pada Erigostore menambah keberagaman produk pada <i>brand</i> tersebut					
18	Dengan Erigostore launching produk baru saya memiliki opsi tambahan dalam memilih produk <i>fashion</i>					
19	Produk baru pada Erigostore menjadikan saya lebih memilih <i>brand</i> Erigostore dibanding <i>brand</i> lainnya					
20	Produk baru pada Erigostore menjadikan saya membeli kembali produk <i>fashion</i> pada brand tersebut					
21	Erigostore menginformasikan launching produk baru melalui <i>content</i> di Instagram					

3. Variabel Niat Membeli Kembali (Y)

No.	Pernyataan	Skala Penelitian				
Minat Transaksional		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya tertarik untuk melakukan pembelian ulang setelah melihat <i>content marketing</i> Erigostore di Instagram					
2	Saya tertarik untuk melakukan pembelian ulang karena <i>innovation speed</i> dari Erigostore					
3	Instagram menjadi alternatif utama saya dalam berbelanja <i>online</i>					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	Dengan adanya kebutuhan yang harus dipenuhi saya memutuskan untuk membeli ulang produk Erigostore					
5	Karena memberikan produk yang memuaskan saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang					
6	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang karena adanya inovasi produk <i>brand</i> Erigostore					
7	Saya bersedia untuk membayar lebih untuk membeli ulang produk Erigostore					
Minat Referensial		STS	TS	KS	S	SS
8	Informasi dalam <i>content marketing</i> yang saya peroleh dari Instagram Erigostore menjadi referensi untuk membeli kembali produk pada <i>brand</i> tersebut					
9	Saya memberikan rekomendasi yang positif mengenai <i>brand</i> Erigostore kepada orang lain					
10	Saya akan menyampaikan kepada keluarga dan teman bahwa <i>brand</i> Erigostore memiliki kecepatan dalam berinovasi					
11	Saya akan menyampaikan komentar yang positif terhadap produk Erigostore kepada keluarga dan teman					
12	Saya akan memberikan review yang baik setelah membeli produk pada media sosial Erigostore					
13	Saya akan memakai dan memperlihatkan kualitas produl Erigostore pada keluarga dan teman					
14	Saya akan mengajak keluarga dan teman untuk membeli produk Erigostore					
Minat Preferensial		STS	TS	KS	S	SS
15	Saya lebih tertarik untuk melakukan pembelian ulang pada <i>brand</i> yang memiliki <i>innovation speed</i>					
16	Saya lebih tertarik untuk melakukan pembelian ulang pada <i>brand</i> yang memberikan <i>content marketing</i> yang menarik					
17	Saya menggunakan produk Erigostore karena menawarkan produk dengan kualitas yang baik					
18	Erigostore memiliki produk <i>fashion</i> dengan harga yang diharapkan					
19	Saya memilih <i>brand</i> Erigostore karena menawarkan produk yang sesuai dengan <i>style</i> saya					
20	Erigostore memberikan discount pada setiap <i>event</i> promosi dibandingkan dengan <i>brand</i> lain					
21	Saya memilih Erigostore sebagai <i>brand fashion</i> utama yang saya gunakan dibanding <i>brand</i> lain					
Minat Eksploratif		STS	TS	KS	S	SS



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

2	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai suatu produk melalui <i>content marketing</i> yang dibuat					
3	Saya selalu mempertimbangkan informasi yang saya dapat dari <i>content marketing</i> sebelum melakukan pembelian ulang					
4	Saya selalu mencari informasi mengenai reputasi <i>brand</i> Erigostore melalui internet					
5	Saya mencari informasi mengenai kualitas produk Erigostore melalui <i>review</i> pembeli					
6	Saya mencari informasi berdasarkan pengalaman keluarga yang menggunakan produk Erigostore					
7	Saya mencari informasi berdasarkan pengalaman teman yang menggunakan produk Erigostore					
8	Saya akan mengikuti inovasi <i>brand</i> Erigostore dan mencari informasi dari produk terbarunya					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 2 Data Tabulasi Pre-Test Konten Pemasaran (X₁)

Table with 30 rows (Responden) and 44 columns (Content Marketing (X1) items X1.1 to X1.42) plus a Total column. Each cell contains a numerical value representing the pre-test content score for that respondent and item.

Hak Cipta :

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Data Tabulasi *Pre-Test* Kecepatan Inovasi (X_2)

Responden	Innovation Speed (X_2)																					Total
	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	X2_13	X2_14	X2_15	X2_16	X2_17	X2_18	X2_19	X2_20	X2_21	
1	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	98
2	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	97
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	85
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	95
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	86
8	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	92
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
10	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	94
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
12	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	96
13	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	82
14	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	74
15	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	101
16	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	81
17	5	4	4	3	2	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	84
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
19	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	79
20	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	97
21	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	93
22	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	86
23	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	92
24	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	95
25	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	95
26	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	93
27	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	96
28	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	95
29	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	95
30	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	95

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 4 Data Tabulasi *Pre-Test* Niat Membeli Kembali (Y)

Responden	Repurchase Intention (Y)																												Total	
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	Y_20	Y_21	Y_22	Y_23	Y_24	Y_25	Y_26	Y_27	Y_28		
1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	125
2	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	128	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	2	4	4	5	3	113
5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	112	
7	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115	
8	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	120	
9	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	138	
10	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	119	
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	140	
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	140	
13	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	4	2	2	2	88	
14	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	
15	4	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	132	
16	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	102	
17	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	5	4	112	
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	140	
19	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	5	3	4	4	108	
20	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	123	
21	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	122	
22	5	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	117	
23	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	3	4	122	
24	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	126	
25	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	123
26	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	122	
27	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	121	
28	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	127	
29	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	124	
30	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	123	

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Konten Pemasaran (X₁)

X1_1	Pearson Correlator	,256	X1_9	Pearson Correlatio	,390*	X1_17	Pearson Correlation	,620**	X1_25	Pearson Correlation	,670**	X1_33	Pearson Correlation	,656**			
	Sig. (2-tailed)	,173		Sig. (2-tailed)	,033		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000			
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30			
X1_2	Pearson Correlator	,629**	X1_10	Pearson Correlatio	,388*	X1_18	Pearson Correlation	,669**	X1_26	Pearson Correlation	,345	X1_34	Pearson Correlation	,657**			
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,034		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,062		Sig. (2-tailed)	,000			
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30			
X1_3	Pearson Correlator	,546**	X1_11	Pearson Correlatio	,719**	X1_19	Pearson Correlation	,535**	X1_27	Pearson Correlation	,348	X1_35	Pearson Correlation	,464**			
	Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,059		Sig. (2-tailed)	,010			
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30			
X1_4	Pearson Correlator	,506**	X1_12	Pearson Correlatio	,546**	X1_20	Pearson Correlation	,334	X1_28	Pearson Correlation	,592**	X1_36	Pearson Correlation	,528**			
	Sig. (2-tailed)	,004		Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,071		Sig. (2-tailed)	,001		Sig. (2-tailed)	,003			
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30			
X1_5	Pearson Correlator	,307	X1_13	Pearson Correlatio	,466**	X1_21	Pearson Correlation	,610**	X1_29	Pearson Correlation	,512**	X1_37	Pearson Correlation	,661**			
	Sig. (2-tailed)	,098		Sig. (2-tailed)	,009		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,004		Sig. (2-tailed)	,000			
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30			
X1_6	Pearson Correlator	,745**	X1_14	Pearson Correlatio	,425*	X1_22	Pearson Correlation	,395*	X1_30	Pearson Correlation	,536**	X1_38	Pearson Correlation	,664**	X1_41	Pearson Correlation	,467**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,019		Sig. (2-tailed)	,031		Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,009
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30		N	30
X1_7	Pearson Correlator	,297	X1_15	Pearson Correlatio	,564**	X1_23	Pearson Correlation	,547**	X1_31	Pearson Correlation	,729**	X1_39	Pearson Correlation	,636**	X1_42	Pearson Correlation	,587**
	Sig. (2-tailed)	,110		Sig. (2-tailed)	,001		Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,001
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30		N	30
X1_8	Pearson Correlator	,616**	X1_16	Pearson Correlatio	,493**	X1_24	Pearson Correlation	,437*	X1_32	Pearson Correlation	,665**	X1_40	Pearson Correlation	,400*	TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,006		Sig. (2-tailed)	,016		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,029		Sig. (2-tailed)	
	N	30		N	30		N	30		N	30		N	30		N	30

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 6 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Kecepatan Inovasi (X_2)

X2_1	Pearson Correlation	,716**	X2_9	Pearson Correlation	,516**			
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,004			
	N	30		N	30			
X2_2	Pearson Correlation	,614**	X2_10	Pearson Correlation	,524**			
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,003			
	N	30		N	30			
X2_3	Pearson Correlation	,786**	X2_11	Pearson Correlation	,538**	X2_17	Pearson Correlation	,708**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,000
	N	30		N	30		N	30
X2_4	Pearson Correlation	,801**	X2_12	Pearson Correlation	,618**	X2_18	Pearson Correlation	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	30		N	30		N	30
X2_5	Pearson Correlation	,646**	X2_13	Pearson Correlation	,510**	X2_19	Pearson Correlation	,579**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,004		Sig. (2-tailed)	,001
	N	30		N	30		N	30
X2_6	Pearson Correlation	,703**	X2_14	Pearson Correlation	,285	X2_20	Pearson Correlation	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,126		Sig. (2-tailed)	,000
	N	30		N	30		N	30
X2_7	Pearson Correlation	,631**	X2_15	Pearson Correlation	,466**	X2_21	Pearson Correlation	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,009		Sig. (2-tailed)	,000
	N	30		N	30		N	30
X2_8	Pearson Correlation	,642**	X2_16	Pearson Correlation	,698**	TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	
	N	30		N	30		N	30

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 7 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Niat Membeli Kembali (Y)

Y_1	Pearson Correlation	,621**	Y_9	Pearson Correlation	,619**	Y_17	Pearson Correlation	,647**			
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000			
	N	30		N	30		N	30			
Y_2	Pearson Correlation	,703**	Y_10	Pearson Correlation	,722**	Y_18	Pearson Correlation	,619**			
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000			
	N	30		N	30		N	30			
Y_3	Pearson Correlation	,545**	Y_11	Pearson Correlation	,542**	Y_19	Pearson Correlation	,752**			
	Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,000			
	N	30		N	30		N	30			
Y_4	Pearson Correlation	,565**	Y_12	Pearson Correlation	,322	Y_20	Pearson Correlation	,764**	Y_25	Pearson Correlation	,558**
	Sig. (2-tailed)	,001		Sig. (2-tailed)	,083		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,001
	N	30		N	30		N	30		N	30
Y_5	Pearson Correlation	,766**	Y_13	Pearson Correlation	,816**	Y_21	Pearson Correlation	,670**	Y_26	Pearson Correlation	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	30		N	30		N	30		N	30
Y_6	Pearson Correlation	,777**	Y_14	Pearson Correlation	,728**	Y_22	Pearson Correlation	,545**	Y_27	Pearson Correlation	,664**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,002		Sig. (2-tailed)	,000
	N	30		N	30		N	30		N	30
Y_7	Pearson Correlation	,444*	Y_15	Pearson Correlation	,669**	Y_23	Pearson Correlation	,714**	Y_28	Pearson Correlation	,761**
	Sig. (2-tailed)	,014		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	30		N	30		N	30		N	30
Y_8	Pearson Correlation	,726**	Y_16	Pearson Correlation	,688**	Y_24	Pearson Correlation	30	TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,604**		Sig. (2-tailed)	
	N	30		N	30		N	,000		N	30
								30			

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Variabel Konten Pemasaran (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,933	29

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Variabel Kecepatan Inovasi (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,915	15

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Variabel Niat Membeli Kembali (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	20

Lampiran 9 Tabel R Uji Validitas *Pre-Test*

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
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 10 Data Tabulasi Konten Pemasaran (X₁)

Responden	Content Marketing (X ₁)																													TOTAL	
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	X1_13	X1_14	X1_15	X1_16	X1_17	X1_18	X1_19	X1_20	X1_21	X1_22	X1_23	X1_24	X1_25	X1_26	X1_27	X1_28	X1_29		
1	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	3	4	4	126
2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	138	
3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5	4	1	5	5	3	4	2	119	
4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	124	
5	2	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	2	4	4	2	4	4	117	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
7	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	2	5	4	116	
8	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	139	
9	3	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	116	
10	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	139	
11	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	5	117	
12	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	3	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	129	
13	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	121	
14	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	2	3	1	4	4	3	3	4	111	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145	
16	4	4	5	3	5	5	5	4	3	4	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	1	3	2	3	3	111	
17	4	5	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	5	4	2	4	2	2	2	4	4	2	2	98	
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145	
19	4	4	5	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	124	
20	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	125	
21	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	103	
22	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	5	4	4	2	2	3	3	3	2	3	4	3	101	
23	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	5	5	117	
24	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	133	
25	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	2	4	5	4	5	5	127	
26	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	119	
27	3	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	4	4	2	2	3	111	
28	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	3	133	
29	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	130	
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	141	

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

31	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	138				
32	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	124			
33	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	128			
34	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	136			
35	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	5	124			
36	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	132			
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116			
38	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	119		
39	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	121		
40	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	125		
41	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	128		
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145		
43	4	4	3	3	4	3	5	5	4	2	2	4	2	4	5	5	5	3	5	2	2	2	3	2	4	4	4	5	4	104			
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	142		
45	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	3	4	3	1	3	4	3	4	4	111			
46	4	4	3	3	4	4	4	5	4	2	4	3	2	2	3	5	5	5	5	5	1	1	1	1	3	4	3	5	5	101			
47	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	120			
48	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	121		
49	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	134	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	109		
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145		
52	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	130		
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145		
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145		
55	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	2	3	1	1	4	3	2	1	1	100			
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	140		
57	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	136		
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145		
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	127
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	115		



Lampiran 11 Data Tabulasi *Kecepatan Inovasi (X₂)*

Responden	Innovation Speed (X ₂)															Total
	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	X2_13	X2_14	X2_15	
1	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	67
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	3	4	4	5	4	4	5	5	5	2	5	5	4	5	4	64
4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	64
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
7	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	58
8	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	69
9	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	4	5	4	61
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
11	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	67
12	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	70
13	4	3	3	3	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	55
14	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	66
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
16	3	3	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	61
17	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	54
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
19	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	64
20	5	4	3	5	4	5	5	4	5	2	5	5	5	4	5	66
21	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	56
22	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	2	3	56
23	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	69
24	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	71
25	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	70
26	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	66
27	3	3	2	2	3	4	5	5	5	3	3	4	4	2	5	53
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
29	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	65
30	5	3	5	3	2	5	2	4	3	3	5	5	5	5	5	60

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

31	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	68
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
33	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	68
34	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	68
35	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	65
36	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5	63
39	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	66
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
41	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	63
42	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
43	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	53
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
45	3	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	58
46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	2	4	66
47	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	57
48	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	65
49	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	70
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
52	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	69
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
55	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58
56	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
58	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
59	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	67
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

61	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	64	
62	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	62	
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	74	
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
66	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	51	
67	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	67
68	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	69
69	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
70	2	2	1	3	1	2	3	1	3	1	4	5	1	3	3	3	35
71	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	57
72	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
74	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	64
75	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
77	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	68
78	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	69
79	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	58
80	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	69
81	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	71
82	5	4	5	3	5	2	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	63
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
85	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	58
86	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	67
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
88	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
89	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	67
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
91	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	70
92	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	61	
93	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	57
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	74
95	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	70
96	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
98	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	69
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75



Lampiran 12 Data Tabulasi Niat Membeli Kembali (Y)

Responden	Repurchase Intention (Y)																				Total
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	Y_20	
1	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	85
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
3	4	3	4	4	3	4	5	3	5	4	1	1	4	4	1	4	5	5	5	4	73
4	5	4	3	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	88
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	88
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
7	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	76
8	3	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	89
9	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	79
10	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
11	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	81
12	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	94
13	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	2	3	4	3	5	4	74
14	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	71
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
16	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	3	3	4	3	3	71
17	4	2	4	2	2	4	3	4	2	2	2	5	2	3	2	4	2	2	2	2	55
18	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	73
19	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	88
20	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	5	4	5	3	78
21	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	4	4	3	74
22	4	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	62
23	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	85
24	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	85
25	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	90
26	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
27	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	4	5	2	4	1	5	2	2	2	1	51
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	85
29	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	96
30	5	5	5	3	5	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	74

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

31	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	93
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	83
33	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	3	4	5	89
34	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	86
35	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	2	5	3	3	4	79
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
38	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	91
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	93
40	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	80
41	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	90
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
43	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	2	66
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	87
45	4	5	3	5	3	4	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	3	4	3	75
46	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5	3	4	70
47	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	88
48	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	91
49	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	87
50	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	71
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
52	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	95
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	87
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
55	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	85
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	88
58	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	95
59	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	90
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

61	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	85
62	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	84
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	87
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
65	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	85
66	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	76
67	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	93
68	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	84
69	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	74
70	1	2	3	1	3	1	4	4	1	3	1	2	4	1	4	4	2	4	2	3	50
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	77
72	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	1	5	2	2	2	2	53
73	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	98
74	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	93
76	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	84
77	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	82
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	82
79	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	76
80	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	91
81	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	92
82	4	4	5	4	3	5	3	2	4	4	5	4	5	3	3	5	4	1	3	5	76
83	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	82
84	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	77
85	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
86	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4	4	5	5	4	5	5	86
87	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	94
89	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	93
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	86
91	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	89
92	3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	77
93	5	3	3	4	4	3	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	72
94	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	86
95	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	81
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	81
97	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	73
98	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	70
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	93
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100



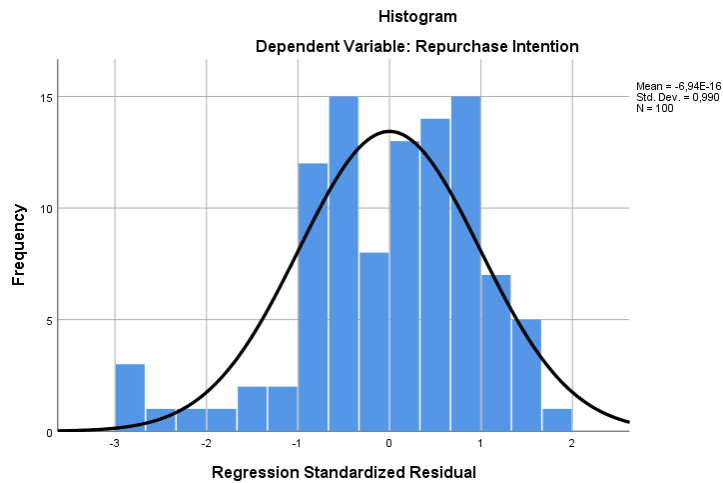
Lampiran 13 Output SPSS Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,49363470
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,040
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

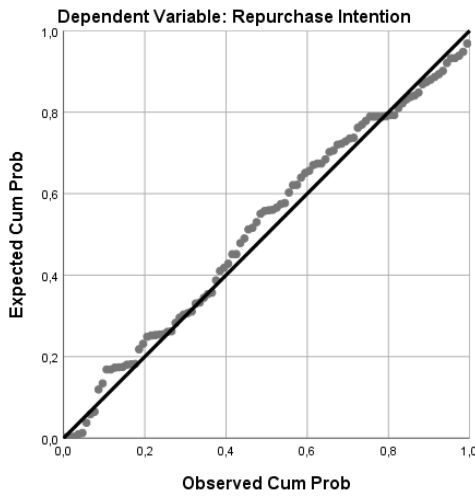


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



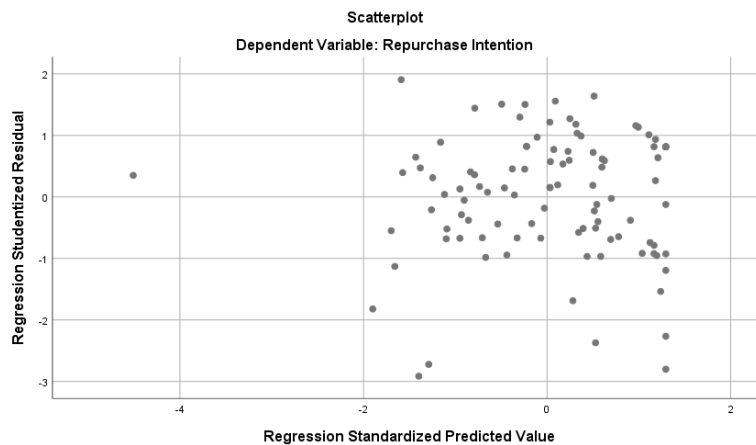
b. Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,806	7,033		1,537	,128		
	Content Marketing	,342	,103	,453	3,333	,001	,262	3,813
	Innovation Speed	,447	,201	,302	2,225	,028	,262	3,813

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

c. Uji Heteroskedastisitas





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 14 Output SPSS Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,806	7,033		1,537	,128
	Content Marketing	,342	,103	,453	3,333	,001
	Innovation Speed	,447	,201	,302	2,225	,028

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

b. Uji Signifikansi Parsial T (Uji Statistik T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,806	7,033		1,537	,128
	Content Marketing	,342	,103	,453	3,333	,001
	Innovation Speed	,447	,201	,302	2,225	,028

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

c. Uji Signifikansi Simultan F (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6294,488	2	3147,244	54,914	,000 ^b
	Residual	5559,302	97	57,312		
	Total	11853,790	99			

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

b. Predictors: (Constant), Innovation Speed, Content Marketing



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

d. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,729 ^a	,531	,521	7,57049

a. Predictors: (Constant), Innovation Speed, Content Marketing

Correlations

		Content Marketing	Innovation Speed	Repurchase Intention
Content Marketing	Pearson Correlation	1	,859**	,712**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Innovation Speed	Pearson Correlation	,859**	1	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Repurchase Intention	Pearson Correlation	,712**	,691**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 15 Tabel T

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
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 16 Tabel F

	df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78	
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77	
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77	
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77	
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77	
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76	
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76	
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76	
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76	
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76	
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76	
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75	
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75	
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75	
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75	
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75	
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75	
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 17 Curriculum Vitae

PUTRI MAYANG ZIVI

Jakarta Selatan, DKI Jakarta | +6281287246538 | mayang.zv2@gmail.com
www.linkedin.com/in/putrimayangzivi

EDUCATION

Undergraduate Business Administration Student - Politeknik Negeri Jakarta 2018 - 2022
Coursework includes : Business Communication, Marketing Management, Public Relation, Human Resource Management, Leadership and Supervision, Office Management.
CGPA : 3.74/4.00
Social Sciences Major - SMAN 90 Jakarta 2015 - 2018

WORK EXPERIENCE

Social Media Designer Intern - Incbuss Creative Oct 2020 - Jan 2021
Incbuss Creative is a digital creative agency engaged in social media, design and videography
Managing an Independent Online Business - Madisaoutfit and Bite.Bitterballen Dec 2019 - Present
Multimedia and Branding - Electric Vehicle PNJ Nov 2020 - Present

ORGANIZATIONAL

Multimedia and Branding - Electric Vehicle PNJ Nov 2020 - Present
Electric Vehicle PNJ is one of organization in Politeknik Negeri Jakarta

VOLUNTEERING EXPERIENCES

Treasurer Nov 2019 - Nov 2019
Event Planner Apr 2019 - Oct 2019

AWARDS RECEIVED

Top 10 Social Media Marketing Competition Sep 2020

SKILLS

Paid social media advertisement | Typing speed | Ms Office | Leadership | Time management | Flexible | Problem solving | Active learning | Working as team | Commitment | Detail oriented

Hak Cipta :

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta