

LAMPIRAN

Lampiran A Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme BAB I

1. Bukti Plagiarisme BAB I

BAB I.docx		
ORIGINALITY REPORT		
19%		
SIMILARITY INDEX		
PRIMARY SOURCES		
1	repo.undiksha.ac.id	81 words — 4%
2	ejurnal.unikarta.ac.id	42 words — 2%
3	www.ganuda.website	27 words — 1%
4	digilib.unimed.ac.id	23 words — 1%
5	repository.ar-raniry.ac.id	23 words — 1%
6	stiepari.org	16 words — 1%
7	e-journal.uajy.ac.id	14 words — 1%
8	fekbis.repository.unbin.ac.id	14 words — 1%
9	repository.bsi.ac.id	13 words — 1%
10	bpsdmp.kemendag.go.id	12 words — 1%
11	text-id.123dok.com	12 words — 1%
12	repositorybaru.stieykn.ac.id	11 words — < 1%

2. Lanjutan Bukti Plagiarisme BAB I

13	docplayer.info	10 words — < 1%
14	ejournal.stiepancaseta.ac.id	10 words — < 1%
15	ejournal.uinib.ac.id	10 words — < 1%
16	repository.unissula.ac.id	10 words — < 1%
17	docbook.com	9 words — < 1%
18	elibs.unigres.ac.id	9 words — < 1%
19	journal-laaroiba.com	9 words — < 1%
20	ml.scribd.com	9 words — < 1%
21	repositori.umrah.ac.id	9 words — < 1%
22	123dok.com	8 words — < 1%
23	iklankontenweb.blogspot.com	8 words — < 1%
24	news.detik.com	8 words — < 1%
25	www.coursehero.com	8 words — < 1%
26	Qudrotun Ilahiyah, Rizky Febriansah, Misti Hariasih. "Pengaruh Konten Pemasaran, Kualitas Produk, dan E-WOM Terhadap Minat Beli Produk Fashion Muslimah di Marketplace Shopee (Studi pada Masyarakat Sidoarjo)", Journal of Business Economics and Agribusiness, 2024	7 words — < 1%

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Lampiran B Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme BAB II

1. Bukti Plagiarisme BAB II

BAB 2.docx		
ORIGINALITY REPORT		
20%		
REMOVED TEXT		
PRIMARY SOURCES		
1	Shufia Alwiyah, Mochammad Mukti Ali, "Pengaruh Live Streaming dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi TikTokShop", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2024	48 words — 1%
2	ejournal-polines.ac.id	33 words — 1%
3	jurnal.feb-umi.id	32 words — 1%
4	www.jurnal.stie-sas.ac.id	31 words — 1%
5	jurnal.univ45by.ac.id	29 words — 1%
6	eprints.lungo.ac.id	27 words — 1%
7	lazare.com	27 words — 1%
8	Zuamar Muna Azy'zefi, Linaewati Linaewati, "Pengaruh Keberadaan E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Platform Tiktok Shop", Journal of Innovative and Creativity (Joecy), 2026	26 words — 1%
9	repository.mediapenerbitindonesia.com	22 words — 1%
10	repository.uhm.ac.id	22 words — 1%

2. Lanjutan Bukti Plagiarisme BAB II

11	jurnal.polines.ac.id	21 words — 1%
12	jurnal.lainambon.ac.id	20 words — 1%
13	jurnal.jpmafa.ac.id	19 words — 1%
14	id.123dok.com	17 words — < 1%
15	repository.metrouniv.ac.id	17 words — < 1%
16	repository.uin-suska.ac.id	16 words — < 1%
17	Khawin Ardianto, Fania Putri Nursika, Lia Nirawati, "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG EMINA PADA OFFICIAL STORE SHOPEE DI KOTA SURABAYA", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2020	14 words — < 1%
18	jurnal.pubmedia.id	14 words — < 1%
19	docplayer.info	13 words — < 1%
20	kompak.or.id	13 words — < 1%
21	eprints.umsb.ac.id	12 words — < 1%
22	joecy.org	12 words — < 1%
23	repo.uvegm.ac.id	12 words — < 1%
24	e-proceeding.undiksha.ac.id	11 words — < 1%

3. Lanjutan Bukti Plagiarisme BAB II

25	repository.unpas.ac.id	11 words — < 1%
26	Nafilah Khoiratul Ni'am, Wendi Krisnawati, "Determinan Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Pria Pada Generasi Gen Z", Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2026	10 words — < 1%
27	Riki Ahsan Aji Ashari, Depy Huhamad Pauzy, Shita Nafilah Faza, Helmi Nugraha, Fajril Husni Herlisana Putra, "Peran Perceived Value Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Mahasiswa Generasi Z di Universitas Perjuangan Tasikmalaya (Shopee Case Study)", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan SDM, 2026	10 words — < 1%
28	dspace.uii.ac.id	9 words — < 1%
29	jurnal.pancabudi.ac.id	9 words — < 1%
30	jurnal.umrah.ac.id	9 words — < 1%
31	repository.ub.ac.id	9 words — < 1%
32	artikelpendidikan.id	8 words — < 1%
33	core.ac.uk	8 words — < 1%
34	e-journal.trisakti.ac.id	8 words — < 1%
35	eprints.lain-surakarta.ac.id	8 words — < 1%
36	etheses.uin-malang.ac.id	8 words — < 1%
37	j-innovative.org	8 words — < 1%

4. Lanjutan Bukti Plagiarisme BAB II

38	journal.nurscienceinstitute.id	8 words — < 1%
39	jurnal2.uad.ac.id	8 words — < 1%
40	media.neliti.com	8 words — < 1%
41	penerbitadm.pubmedia.id	8 words — < 1%
42	repository.itpin.ac.id	8 words — < 1%
43	Alifia Zahra Syahril, Nurfadhilah Nurfadhilah, Muzdalifah Muhammadun, A. Rio Makkulau Wahyu, "Pengaruh Influencer dan Fear of Missing Out (FOMO) Terhadap Minat Beli Produk Fashion UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang", MARGIN ECO, 2026	6 words — < 1%
44	Nabila Septiani Radhman, Tina Meylina Permatasari, Erna Apriani, Indra Permana, Abdul Latif, "Analisis Content Marketing, Viral Marketing, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Instagram Pada Brand Es Teh Indonesia", JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY, 2025	6 words — < 1%
45	Rasid Siddik, Roswaty, Melin Veronica, "Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliati TikTok", JEESI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024	6 words — < 1%

EXCLUDED QUOTES ON EXCLUDED SOURCES OFF
EXCLUDED BIBLIOGRAPHY ON EXCLUDED REFERENCES OFF

Lampiran C Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme BAB III

1. Bukti Plagiarisme BAB III

BAB III.docx		
16%		
1 journal.ilmudata.co.id		
1	journal.ilmudata.co.id	29 words — 1%
2 repository.unissula.ac.id		
2	repository.unissula.ac.id	24 words — 1%
3 Vira Damayanti, Amir Hidayatullah, "Anteseden Self Efficacy dan Dampaknya pada Minat Berwirausaha", Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi), 2020		
3	Vira Damayanti, Amir Hidayatullah, "Anteseden Self Efficacy dan Dampaknya pada Minat Berwirausaha", Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi), 2020	21 words — 1%
4 digitalib.lainkendaria.ac.id		
4	digitalib.lainkendaria.ac.id	20 words — 1%
5 doku.pub		
5	doku.pub	20 words — 1%
6 Jane Mac Kenzie Wijaya, William Widjaja, "Pengaruh Luxury Brand, Product Variety, dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction", Birnie-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2025		
6	Jane Mac Kenzie Wijaya, William Widjaja, "Pengaruh Luxury Brand, Product Variety, dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction", Birnie-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2025	19 words — 1%
7 adior.pub		
7	adior.pub	19 words — 1%
8 www.slideshare.net		
8	www.slideshare.net	19 words — 1%
9 Yosias Umbu Lamik, Bambang Sugeng Dwyanto, "Pengaruh Live Streaming, Affiliate Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa di Cendong Catur)", Jurnal Manajemen Strategis: Jurnal Mantra, 2025		
9	Yosias Umbu Lamik, Bambang Sugeng Dwyanto, "Pengaruh Live Streaming, Affiliate Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa di Cendong Catur)", Jurnal Manajemen Strategis: Jurnal Mantra, 2025	18 words — 1%
10 repository.unsu.ac.id		
10	repository.unsu.ac.id	18 words — 1%

2. Lanjutan Bukti Plagiarisme BAB III

11 Rizmi Samsul Rizal, Ahlu Dzaki, Supriyadi Supriyadi, "Pengaruh Job Description dan Tekanan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Jalan Abadi", RIGGS Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025		
11	Rizmi Samsul Rizal, Ahlu Dzaki, Supriyadi Supriyadi, "Pengaruh Job Description dan Tekanan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Jalan Abadi", RIGGS Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025	17 words — 1%
12 dspace.ui.ac.id		
12	dspace.ui.ac.id	17 words — 1%
13 rama.uniku.ac.id		
13	rama.uniku.ac.id	17 words — 1%
14 repository.unmaizu.ac.id		
14	repository.unmaizu.ac.id	17 words — 1%
15 Hanifa Benna Nur, Simon Hendrik Leasa, "Balancing Responsibility: Financial Self-Efficacy and Financial Well-Being in the Sandwich Generation", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2026		
15	Hanifa Benna Nur, Simon Hendrik Leasa, "Balancing Responsibility: Financial Self-Efficacy and Financial Well-Being in the Sandwich Generation", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2026	16 words — 1%
16 docplayer.info		
16	docplayer.info	16 words — 1%
17 jurnal.alinarapress.org		
17	jurnal.alinarapress.org	15 words — 1%
18 core.ac.uk		
18	core.ac.uk	14 words — 1%
19 ekobis.berita-akbar.ac.id		
19	ekobis.berita-akbar.ac.id	14 words — 1%
20 repository.eka-prasetya.ac.id		
20	repository.eka-prasetya.ac.id	14 words — 1%
21 repository.stie-mca.ac.id		
21	repository.stie-mca.ac.id	14 words — 1%
22 repository.uin-suka.ac.id		
22	repository.uin-suka.ac.id	13 words — 1%

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Lampiran D Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme BAB IV

1. Bukti Plagiarisme BAB IV

2. Lanjutan Bukti Plagiarisme BAB IV

BAB IV.docx		
ORIGINALITY REPORT		
9% SIMILARITY INDEX		
PRIMARY SOURCES		
1	repository.unpas.ac.id (Internet)	91 words — 2%
2	Arya Syahputra, Muhammad Irwansyah Hasibuan. "PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PADA MARKETPLACE LOKAL DI LABUHA NBATU", <i>Journal of Innovative and Creativity</i> (Joecy), 2026 Crossover	62 words — 1%
3	jurnalstiqomah.org (Internet)	51 words — 1%
4	journal.unpas.ac.id (Internet)	38 words — 1%
5	etheses.uin-malang.ac.id (Internet)	36 words — 1%
6	www.openjournal.unpam.ac.id (Internet)	36 words — 1%
7	jurnal.unived.ac.id (Internet)	33 words — 1%
8	Salma Nur Fajrina, Ari Bramasto, Dedy Sudarmadi. "Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi dan Kompetensi Sumber Daya Manusia terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi di PT. Neo Prima Putra", <i>Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research</i> , 2026 Crossover	30 words — 1%
9	Pandini, Dwi Intan. "Determinan Loyalitas Pelanggan Pada Produk PT. Unilever Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi di Tengah Isu Boikot (Studi Kasus Pada Pelanggan Muslim Wilayah Baringmascakeb)", <i>Universitas Islam Negeri Salfuddin Zuhri (Indonesia)</i>	28 words — 1%

	eprints.upj.ac.id EPRINTS	28 words — 1%
	ejournal.iainkerinci.ac.id EJOURNAL	27 words — 1%

ANALYSE QUERIES	ON	RECOLLECT YOURSELF	< 1%
ANALYSE TRANSACTIONS*	ON	RECOLLECT TRANSACTIONS	< 0.4%*



Lampiran E Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme BAB V

1. Bukti Plagiarisme BAB V

BAB V.docx		
ORIGINALITY REPORT		
16%		
SIMILARITY INDEX		
PRIMARY SOURCES		
1	repositori.buddhidharma.ac.id	16 words — 2%
2	repository.fe.unj.ac.id	13 words — 2%
3	jurnal.syntax-idea.co.id	12 words — 2%
4	jurnaljbik.ac.id	10 words — 1%
5	repo.uinsatu.ac.id	10 words — 1%
6	repository.trisakti.ac.id	10 words — 1%
7	Muthia Ipada Nurfasha, Riyandi Nur Sumawidjaja, Erna Herlinawati. "Pengaruh Brand Awareness, Kepercayaan Konsumen, dan Strategi Konten Media Marketing, terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi pada Pelanggan E-Commerce Lazada di Kota Bandung)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026	8 words — 1%
8	Theresa Yuliana Jaeng, I Ketut Yadnyana. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel (Studi Kasus Di Kabupaten Sikika, NTT)", Owner, 2024	8 words — 1%
9	malaqabipublisher.com	8 words — 1%
10	repository.maranatha.edu	8 words — 1%

2. Lanjutan Bukti Plagiarisme BAB V

11	www.scribd.com	8 words — 1%
INCLUDE SOURCE	DN	INCLUDE SOURCE
EXCLUDE & RECONSTRUCT	DN	EXCLUDE & RECONSTRUCT
EXCLUDE SOURCE	DN	EXCLUDE SOURCE
EXCLUDE SOURCE	DN	EXCLUDE SOURCE



Lampiran F Bukti Submit/Publish Artikel Ilmiah

← → ↻ 📄 ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jasdim/dashboard/mySubmissions?currentViewId=active 🔍 📧 ⚙️

Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen i 🔔 RA

Kiriman Saya sebagai Penulis

- 1 Pengajuan aktif**
- 0 Revisi diminta
- 0 Revisi telah diajukan
- 0 Pengajuan tidak lengkap
- 0 Dijadwalkan untuk diterbitkan
- 0 Diterbitkan
- 0 Ditolak
- Mulai Pengajuan Baru

Pengajuan aktif (0)

Filter ...

Pencarian berdasarkan kiriman, ID

PENGALAN ↑↓	PENGALUAN	PANGGUNG	AKTIVITAS EDITORIAL	TINDAKAN
8799	Aulia — PENGARUH KONTEN AFILIASI DAN KEPERCAYAAN KONS...	Penyerahan		Melihat

Menampilkan 1 hingga 1 dari 1

PENGARUH KONTEN AFILIASI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION MAHASISWI KOTA DEPOK - Word

Ramdhina Cipta Aulia

File Home Insert Design Layout References Mailings Review View Help Tell me what you want to do

Paste Font Paragraph Styles Editing Add-ins

Clipboard 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18

Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen 1

Vol. 0X, No. XXXX 202X | DOI: <https://doi.org/10.33480/jasdim.v0X1X.xxxx>

**PENGARUH KONTEN AFILIASI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION* MAHASISWI KOTA
DEPOK**

Ramdhina Cipta Aulia ^{1*}; Instanti Elyana, MM, M. Kom ²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis¹
Universitas Nusa Mandiri, Depok, Indonesia¹
Alamat Website Institut Author¹
24220029@nusamandiri.ac.id¹; instantiiny@nusamandiri.ac.id²
(* Corresponding Author)



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract— The growth of affiliate content marketing on TikTok presents new opportunities for the fashion industry; however, there is limited empirical research regarding the extent to which such content and consumer trust influence purchase intention among female university students. This study aims to investigate the influence of TikTok affiliate content and consumer trust on the purchase intention for fashion products among female university students in Depok City, both individually and simultaneously. A quantitative methodology was employed using the Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS)

Lampiran G Lembar Kuesioner

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Halo/Selamat Pagi/Siang/Sore, Rekan-Rekan Mahasiswi di Depok.

Perkenalkan, Saya Ramdhina Cipta Aulia, mahasiswi Program Studi Manajemen di Universitas Nusa Mandiri, saat ini sedang menyusun tugas akhir (skripsi) dengan judul **"Pengaruh Konten Afiliasi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Mahasiswi Kota Depok"**

Kriteria Responden:

1. Berjenis kelamin Perempuan
2. Berstatus sebagai mahasiswi aktif di Universitas yang ada di Kota Depok
3. Memiliki akun TikTok dan rutin menggunakan setidaknya tiga kali seminggu
4. Pernah melihat konten afiliasi di TikTok yang mempromosikan produk *fashion* dalam jangka waktu sebulan terakhir.

Melalui kuesioner ini, saya berharap kesediaannya untuk meluangkan sedikit waktu dalam memberikan jawaban sesuai pendapat dan pengalaman pribadi. Semua data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Partisipasi teman-teman sangat berarti dan membantu kelancaran penelitian ini. Terimakasih atas waktu, dukungan, dan kesediaannya. 🙏

A. Identitas Responden dan Tahap Screening

- 1 Nama:
- 2 Usia:
 - ☐ < 17 Tahun
 - ☐ 17 – 23 Tahun
 - ☐ > 23 Tahun
- 3 Asal Universitas
 - ☐ Universitas Nusa Mandiri (UNM)
 - ☐ Universitas Bina Sarana Informatika (BSI)
 - ☐ Universitas Indonesia (UI)
 - ☐ Universitas Gunadarma (GUNDAR)

○ Yang lain:

4 Apakah anda termasuk kriteria tersebut:

- 1 Berjenis kelamin Perempuan
- 2 Berstatus sebagai mahasiswa aktif di Universitas yang ada di Kota Depok
- 3 Memiliki akun TikTok dan rutin menggunakan setidaknya tiga kali seminggu
- 4 Pernah melihat konten afiliasi di TikTok yang mempromosikan produk *fashion* dalam jangka waktu sebulan terakhir.

○ IYA

○ TIDAK

B. Variabel Penelitian

Petunjuk Pengisian:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Konten Afiliasi (X1)

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Konten afiliasi di TikTok yang saya tonton membuat saya tertarik sejak pertama kali ditampilkan.					
2.	Kreator aktif menampilkan berbagai variasi tipe konten (contohnya: mix & match, try-on, tips ootd) agar tetap menarik dan tidak membosankan.					
3	Kreator TikTok menyampaikan informasi produk <i>fashion</i> dengan cara yang jelas dan tepat.					
4	Informasi yang diberikan kreator sesuai dan membantu saya memahami produk yang dipromosikan.					
5	Informasi mengenai produk (seperti bahan, ukuran, warna) yang disampaikan kreator dapat dipercaya dan diandalkan.					
6	Kreator menerima berbagai tanggapan dan penilaian yang baik dari penonton atau pengikutnya di bagian komentar.					
7	Saya secara aktif memberikan komentar atau menyukai konten afiliasi TikTok yang menarik minat saya.					
8	Saya terdorong untuk membagikan konten afiliasi yang informatif kepada orang lain.					
9	Pencahayaannya serta kombinasi warna dalam video diatur dengan sangat efektif, membuat detail produk fashion terlihat jelas dan menarik.					

10	Penampilan visual dari konten berhasil memikat perhatian saya sejak saat video pertama diputar.					
----	---	--	--	--	--	--

Kepercayaan Konsumen (X2)

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kreator dapat menjelaskan ciri-ciri produk <i>fashion</i> (seperti jenis bahan dan panduan ukuran) dengan terperinci dan jelas.					
2	Kreator di TikTok mampu menjelaskan produk <i>fashion</i> dengan tepat dan memberikan informasi yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.					
3	Kreator tampak memilih dengan cermat dan hanya merekomendasikan produk-produk <i>fashion</i> yang pantas untuk dibeli oleh para audiens nya.					
4	Kreator TikTok memberikan rekomendasi yang berfokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen.					
5	Saya percaya bahwa informasi dalam konten afiliasi mencerminkan kondisi produk yang sebenarnya.					
6	Saya yakin bahwa produk <i>fashion</i> yang dipromosikan melalui TikTok afiliasi memiliki standar kualitas yang sebanding dengan apa yang ditampilkan dalam konten.					

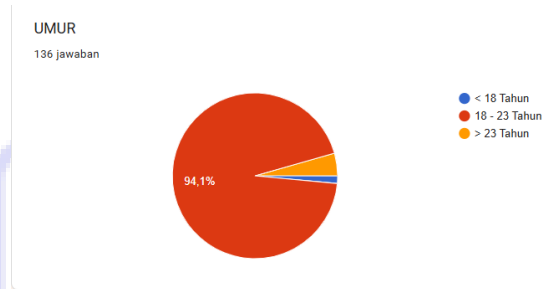
Minat Beli (Y)

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berminat untuk untuk membeli produk <i>fashion</i> yang dijelaskan melalui konten afiliasi di TikTok.					
2	Setelah mempertimbangkan komentar yang ada di konten TikTok afiliasi, saya merasa yakin untuk melanjutkan pembelian produk <i>fashion</i> itu.					
3	Setelah melihat konten affiliate di TikTok, saya bersedia merekomendasikan produk <i>fashion</i> tersebut kepada orang lain.					
4	Saya biasanya memberitahu kepada teman atau keluarga mengenai produk <i>fashion</i> yang saya temukan di konten TikTok afiliasi.					
5	Ketika saya berencana untuk berbelanja produk <i>fashion</i> , saya cenderung lebih memilih produk yang pernah muncul di konten TikTok afiliasi ketimbang mencarinya sendiri dari awal.					
6	Produk <i>fashion</i> yang terdapat pada konten afiliasi menjadi pilihan saya saat berbelanja <i>online</i> .					
7	Setelah melihat konten TikTok afiliasi, saya merasa aktif mencari informasi tambahan mengenai produk sebelum memutuskan untuk membeli.					
8	Saya mencari sumber lain atau konten lain untuk mendapatkan penjelasan tambahan mengenai produk yang dipromosikan.					

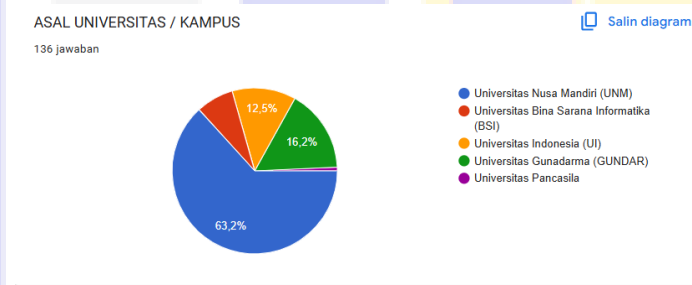
Lampiran H Bukti Google Form

A. Identitas Responden dan Tahap Screening

1. Usia Responden



2. Asal Universitas Responden

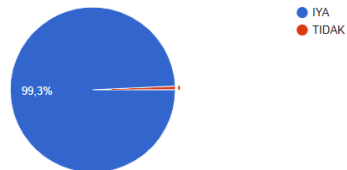


3. Tahap Screening

Apakah anda termasuk kriteria tersebut:

1. Berjenis kelamin Perempuan
2. Berstatus sebagai mahasiswa aktif di Universitas yang ada di Kota Depok
3. Memiliki akun TikTok dan rutin menggunakan setidaknya tiga kali seminggu
4. Pernah melihat konten afiliasi di TikTok yang mempromosikan produk fashion dalam jangka waktu sebulan terakhir.

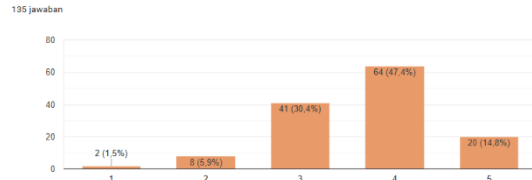
136 jawaban



B. Pernyataan Konten Afiliasi (X1)

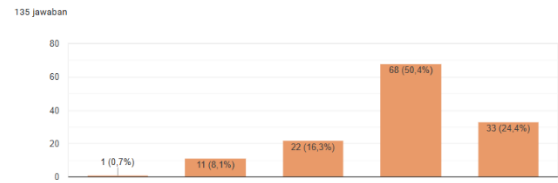
Pernyataan X1.1

Konten afiliasi di tiktok yang saya tonton membuat saya tertarik sejak pertama kali ditampilkan.



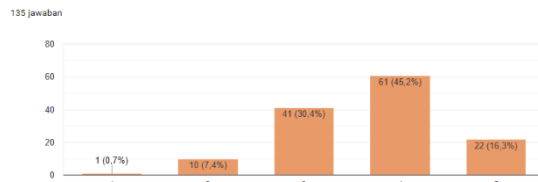
Pernyataan X1.2

Kreator aktif menampilkan berbagai variasi tipe konten (contohnya: mix & match, try-on, tips ootd) agar tetap menarik dan tidak membosankan.



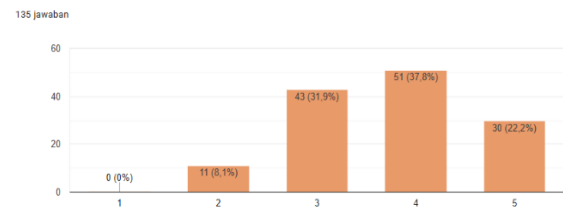
Pernyataan X1.3

Kreator tiktok menyampaikan informasi produk fashion dengan cara yang jelas dan tepat.



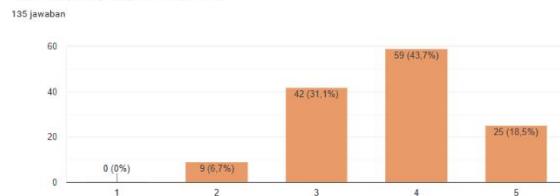
Pernyataan X1.4

Informasi yang diberikan kreator sesuai dan membantu saya memahami produk yang dipromosikan.



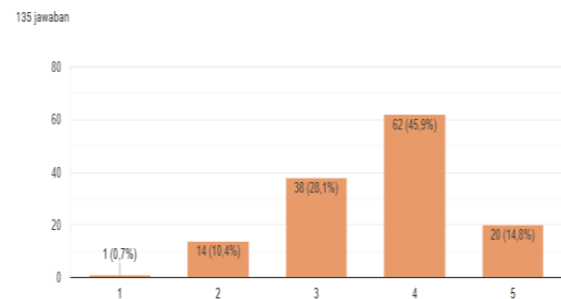
Pernyataan X1.5

Informasi mengenai produk (seperti bahan, ukuran, warna) yang disampaikan kreator dapat dipercaya dan diandalkan.



Pernyataan X1.6

Kreator menerima berbagai tanggapan dan penilaian yang baik dari penonton atau pengikutnya di bagian komentar.

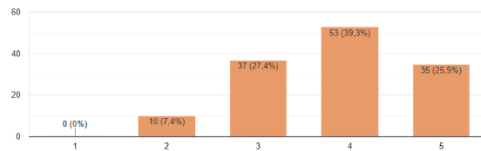


Pernyataan X1.7

Saya secara aktif memberikan komentar atau menyukai konten afiliasi tiktok yang menarik minat saya.

[Salin diagram](#)

135 jawaban

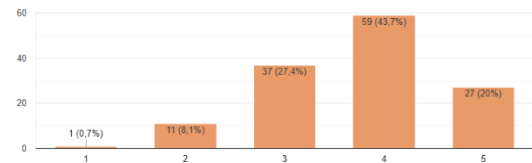


Pernyataan X1.8

Saya terdorong untuk membagikan konten afiliasi yang informatif kepada orang lain.

[Salin diagram](#)

135 jawaban

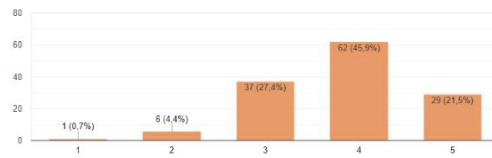


Pernyataan X1.9

Pencapaian serta kombinasi warna dalam video diatur dengan sangat efektif, membuat detail produk fashion terlihat jelas dan menarik.

[Salin diagram](#)

135 jawaban

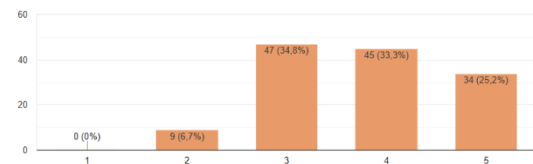


Pernyataan X1.10

Penampilan visual dari konten afiliasi berhasil menarik perhatian saya sejak saat video pertama diputar.

[Salin diagram](#)

135 jawaban



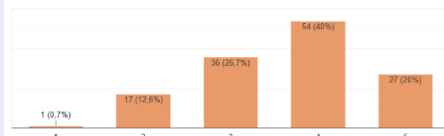
C. Pernyataan Kepercayaan Konsumen (X2)

Pernyataan X2.1

Japat menjelaskan ciri-ciri produk fashion (seperti jenis bahan dan ukuran) dengan terperinci dan jelas.

[Salin diagram](#)

in

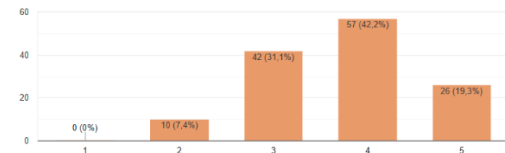


Pernyataan X2.2

Kreator di TikTok mampu menjelaskan produk fashion dengan tepat dan memberikan informasi yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

[Salin diagram](#)

135 jawaban

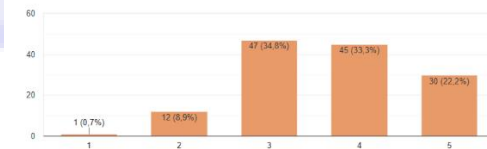


Pernyataan X2.3

reator tampak memilih dengan cermat dan hanya merekomendasikan produk-produk fashion yang pantas untuk dibeli oleh para audiensnya.

[Salin diagram](#)

5 jawaban

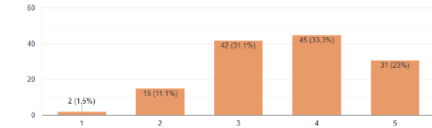


Pernyataan X2.4

Kreator TikTok memberikan rekomendasi yang berfokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen.

[Salin diagram](#)

135 jawaban



Pernyataan X2.5



Pernyataan X2.6



D. Pernyataan Minat Beli (Y)

Pernyataan Y1



Pernyataan Y2



Pernyataan Y3



Pernyataan Y4



Pernyataan Y5



Pernyataan Y6

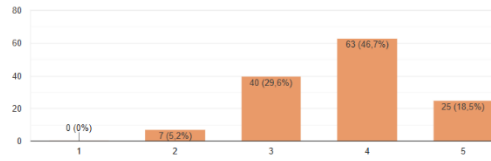


Pernyataan Y7

Setelah melihat konten tiktok afiliasi, saya merasa aktif mencari informasi tambahan mengenai produk sebelum memutuskan untuk membeli.

[Salin diagram](#)

135 jawaban

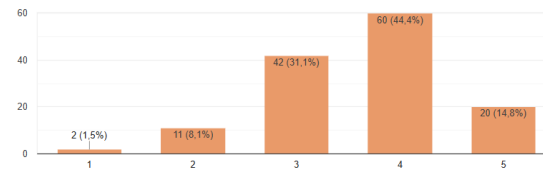


Pernyataan Y8

Saya mencari sumber lain atau konten lain untuk mendapatkan penjelasan tambahan mengenai produk yang dipromosikan.

[Salin diagram](#)

135 jawaban



Lampiran I Tabulasi Data Responden

1. Variabel Konten Afiliasi

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
1.	3	2	4	5	4	3	4	3	3	3
2	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4
3	4	5	4	4	5	3	4	3	4	3
4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5
5	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5
6	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2
7	4	4	4	2	3	3	3	2	3	4
8	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
9	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2
10	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4
11	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4
12	3	4	4	5	4	2	4	4	4	4
13	4	4	2	4	3	5	4	2	4	3
14	4	4	3	3	5	3	5	4	4	4
15	4	4	4	5	4	3	4	5	3	3
16	4	3	4	5	3	4	3	4	3	3
17	3	4	5	3	3	4	4	4	4	5
18	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
19	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5
20	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
21	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2
22	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4
23	1	1	3	3	3	2	3	2	4	2
24	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3
25	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3
26	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4
27	3	5	4	4	4	5	3	4	4	3
28	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2
29	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
30	4	5	5	4	3	4	5	4	4	3
31	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4
32	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2
33	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2
34	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4
35	3	5	5	3	5	4	5	4	5	5
36	3	4	5	4	4	4	3	3	4	5
37	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3
38	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5
39	2	5	5	5	3	4	4	3	3	4
40	4	4	3	3	5	4	3	5	4	3
41	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3
42	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5
43	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3
44	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
45	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4
46	4	4	4	5	2	2	3	4	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
48	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
49	4	3	4	3	4	2	2	4	2	3
50	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4
51	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3
52	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4

53	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3
54	4	3	3	3	3	5	5	4	3	3
55	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
56	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3
57	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
58	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2
59	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3
60	4	4	4	5	4	2	5	5	4	3
61	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
62	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
63	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4
64	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3
65	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4
66	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3
67	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5
68	3	3	4	3	4	1	3	3	4	3
69	4	3	3	4	2	2	4	3	5	4
70	4	4	3	5	3	4	4	4	3	5
71	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4
72	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3
73	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
74	5	4	3	5	3	4	4	4	5	5
75	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4
76	2	2	2	3	2	2	3	3	4	2
77	4	4	3	5	4	3	4	5	3	4
78	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
79	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5
80	3	3	2	2	4	3	5	2	3	3
81	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3
82	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
83	3	4	5	3	3	4	5	5	4	3
84	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3
85	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
86	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
87	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5
88	4	4	3	3	5	4	5	4	4	5
89	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3
90	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4
91	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
92	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2
93	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
94	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4
95	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3
96	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
97	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4
98	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
99	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4
100	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3
101	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5
102	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3
103	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2
104	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5
105	3	4	4	4	5	4	2	2	3	3
106	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
107	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5
108	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5
109	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
110	2	5	3	2	3	3	3	3	5	5

111	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5
112	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4
113	2	4	4	4	3	5	3	3	3	4
114	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4
115	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2
116	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
117	1	4	3	3	3	3	4	4	4	3
118	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3
119	4	2	4	2	2	4	3	1	2	3
120	5	4	3	4	4	5	3	5	4	4
121	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
122	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4
123	4	3	2	4	5	3	3	4	4	3
124	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5
125	5	5	4	2	4	4	4	5	4	4
126	4	4	4	5	3	4	5	5	5	4
127	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5
128	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
129	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4
130	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3

2. Variabel Kepercayaan Konsumen

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
1	4	3	4	2	4	3
2	3	4	3	5	4	4
3	3	3	3	3	4	4
4	4	3	4	5	5	5
5	4	3	5	5	5	4
6	3	2	4	3	3	2
7	2	3	3	3	3	2
8	4	5	4	5	4	4
9	4	2	4	5	3	3
10	2	4	3	3	4	3
11	4	2	3	3	3	3
12	2	2	3	4	3	2
13	5	5	5	3	5	4
14	4	4	5	5	3	4
15	2	5	5	4	5	3
16	4	4	2	3	3	3
17	4	4	4	4	4	3
18	4	4	4	3	4	4
19	4	3	4	4	4	4
20	5	5	5	4	5	5
21	5	2	3	2	4	3
22	5	5	5	5	5	4
23	2	3	3	4	2	4
24	2	3	4	3	4	3
25	5	4	3	3	5	3
26	5	4	5	4	5	3
27	5	3	5	4	4	4
28	2	4	1	2	3	2
29	4	4	4	5	3	3
30	4	4	4	4	4	4
31	3	4	2	3	3	1
32	2	4	2	2	4	4

33	5	4	3	3	4	2
34	5	4	4	4	4	4
35	3	5	4	4	3	4
36	3	4	5	3	4	3
37	2	3	2	5	1	3
38	3	5	5	5	4	5
39	3	3	2	3	4	4
40	3	5	5	5	3	4
41	4	4	4	5	3	3
42	3	4	3	3	3	4
43	4	4	4	3	3	4
44	3	3	4	2	4	3
45	2	5	4	3	3	4
46	4	4	3	3	3	4
47	4	2	3	4	3	5
48	5	4	5	4	4	5
49	3	3	2	3	3	3
50	3	3	4	2	4	4
51	4	4	4	3	3	4
52	4	2	4	4	4	3
53	2	3	3	4	2	3
54	5	3	5	4	4	3
55	4	3	3	4	3	4
56	3	5	4	5	3	4
57	4	5	4	4	3	4
58	3	3	2	3	4	4
59	4	3	4	4	4	3
60	4	4	3	3	3	4
61	5	5	3	5	3	4
62	4	3	3	4	3	3
63	4	4	4	3	4	3
64	4	3	3	4	3	5
65	5	5	5	5	5	4
66	2	3	3	3	2	2
67	3	4	3	3	4	4
68	3	3	4	3	3	3
69	4	4	4	3	4	5
70	2	4	4	2	2	2
71	4	5	3	3	4	5
72	4	4	3	5	4	4
73	5	5	4	5	5	5
74	4	4	4	5	4	4
75	3	3	3	2	4	2
76	3	4	4	3	2	4
77	5	4	3	4	4	3
78	5	4	4	5	4	4
79	5	3	3	4	5	3
80	3	4	3	2	4	2
81	5	4	3	4	3	3
82	4	3	2	3	3	4
83	1	3	3	3	3	3
84	3	4	4	4	3	3
85	5	4	3	5	4	3
86	5	5	4	4	3	4
87	4	4	5	5	5	5
88	3	3	4	2	4	3
89	3	3	3	4	5	5
90	4	5	5	5	3	4

91	5	5	4	4	2	5
92	5	4	5	4	5	5
93	4	5	3	5	5	3
94	4	4	5	4	4	3
95	3	4	2	5	4	4
96	3	3	3	3	3	5
97	4	4	4	5	5	4
98	5	5	5	4	5	5
99	4	3	4	5	3	3
100	3	5	3	3	3	4
101	5	3	5	4	3	3
102	4	3	5	5	3	3
103	4	5	4	3	3	2
104	3	4	4	2	4	3
105	5	4	3	5	2	3
106	4	4	3	4	5	4
107	4	3	5	5	4	4
108	2	4	3	3	4	3
109	4	3	4	4	3	4
110	4	5	5	3	5	4
111	4	3	4	4	3	3
112	4	4	4	5	5	5
113	4	4	2	3	3	2
114	3	4	3	4	4	4
115	3	3	3	2	2	2
116	5	4	5	4	5	3
117	4	4	3	3	3	4
118	2	2	2	4	3	3
119	3	2	3	3	3	2
120	4	4	4	4	4	4
121	2	3	2	1	3	3
122	3	4	3	3	4	3
123	2	4	3	2	4	3
124	3	4	5	5	3	5
125	4	4	3	4	3	4
126	3	5	3	2	3	3
127	5	5	5	4	5	4
128	4	3	3	3	3	3
129	3	3	4	4	4	3
130	2	2	4	1	1	2

3. Variabel Minat Beli

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
1	4	4	3	3	4	5	3	4
2	4	3	5	4	3	4	4	4
3	4	3	3	3	4	3	4	3
4	4	4	3	3	3	3	4	4
5	4	4	5	4	3	4	4	4
6	3	4	4	4	3	5	5	4
7	2	4	2	3	2	4	3	3
8	5	4	5	4	4	4	4	4
9	4	4	3	5	3	4	2	3
10	4	3	4	3	4	4	4	3
11	3	4	3	2	3	3	3	3
12	3	3	4	4	3	3	2	4

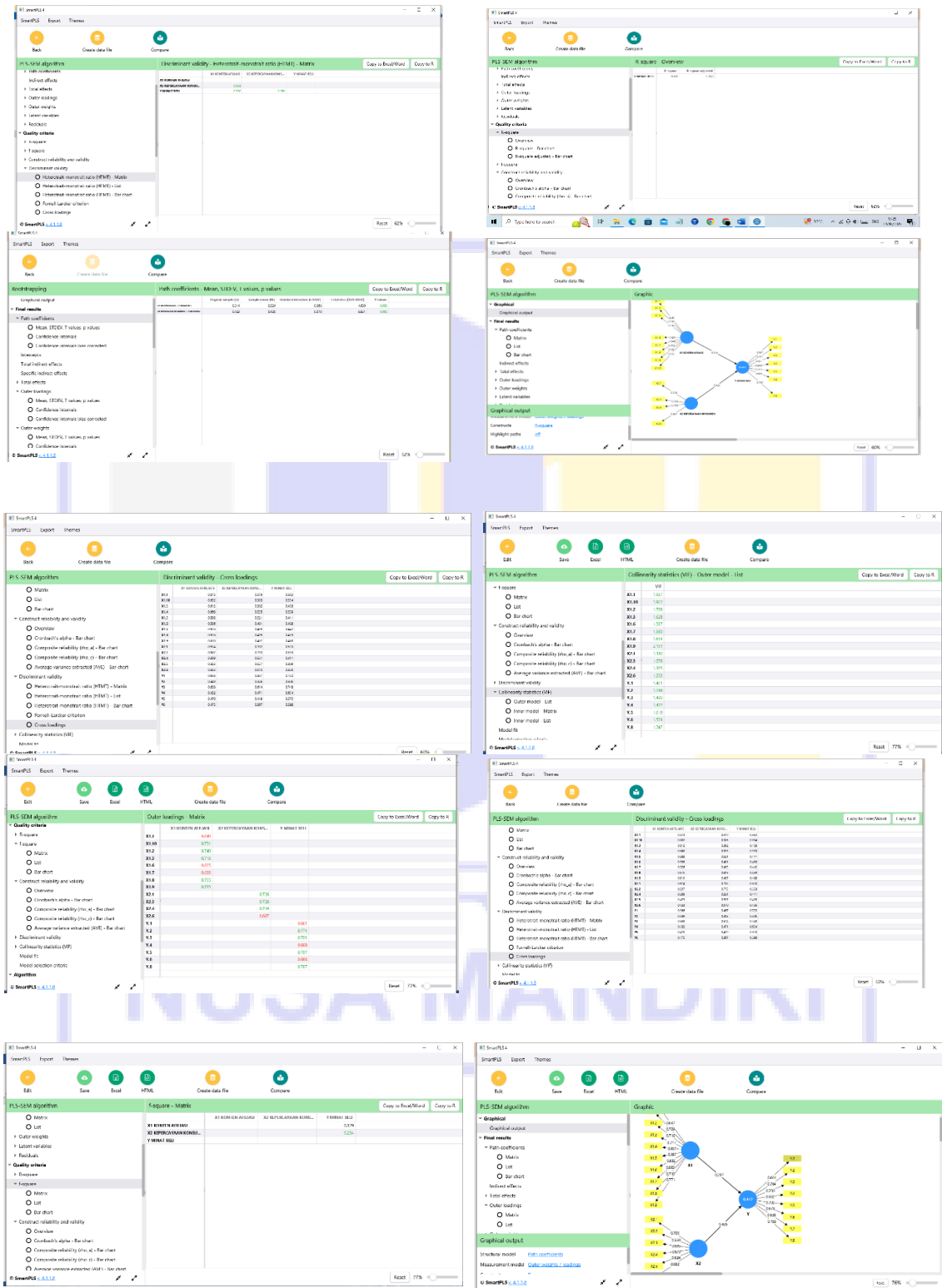
13	4	4	4	3	3	4	4	4
14	4	5	5	3	5	5	5	5
15	4	3	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	3	5	4	4	4
17	5	4	4	4	5	4	4	5
18	4	5	3	5	4	5	4	4
19	4	3	4	3	4	4	4	4
20	3	4	5	4	5	3	4	4
21	5	3	2	4	3	3	4	3
22	5	4	5	4	5	5	4	4
23	2	4	3	4	3	3	3	4
24	3	3	2	3	4	4	4	4
25	4	3	4	4	3	3	4	3
26	4	4	2	3	3	4	2	3
27	5	5	5	5	5	5	3	5
28	2	3	2	2	2	2	3	2
29	4	4	5	4	4	4	5	4
30	5	5	3	4	4	3	5	4
31	3	2	2	3	3	3	2	2
32	4	3	2	4	5	3	4	4
33	4	3	3	4	2	2	4	2
34	4	4	4	4	4	3	4	4
35	5	5	3	3	4	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4	3	4
37	3	4	4	2	4	4	3	3
38	4	3	3	4	4	3	4	4
39	3	3	4	4	3	3	4	4
40	3	4	3	4	4	4	4	2
41	3	4	5	4	3	3	3	4
42	3	4	4	4	5	5	4	4
43	4	3	5	5	5	4	5	4
44	3	3	2	3	3	4	3	4
45	5	5	5	5	4	5	5	5
46	4	4	3	5	3	4	2	3
47	5	5	4	4	3	3	4	3
48	5	5	4	3	5	5	4	5
49	4	3	4	2	3	3	4	3
50	3	2	2	3	4	3	3	3
51	4	4	4	3	3	4	5	3
52	3	5	4	2	5	4	3	4
53	4	3	3	3	3	3	2	3
54	4	3	4	3	3	4	4	3
55	3	3	4	3	3	4	3	3
56	4	3	4	3	3	3	3	4
57	5	5	5	5	5	4	5	5
58	4	3	3	3	4	4	5	4
59	4	4	4	5	4	5	4	4
60	4	3	5	4	4	4	4	3
61	5	5	4	5	4	5	5	3
62	3	4	3	3	4	3	4	2
63	4	3	3	3	4	3	3	5
64	2	3	4	3	5	4	4	3
65	3	5	4	5	4	5	3	5
66	3	2	3	3	4	4	4	1
67	3	2	4	3	3	3	3	2
68	4	3	4	4	4	4	3	3
69	3	5	4	4	4	4	4	5
70	4	3	3	3	3	3	2	3

71	4	5	3	2	3	3	4	4
72	4	3	5	3	5	5	3	3
73	5	5	4	5	5	5	5	5
74	4	4	3	4	4	4	3	3
75	2	3	3	3	2	3	4	3
76	3	4	5	4	5	4	4	4
77	3	2	2	3	2	3	3	2
78	5	4	4	5	4	4	5	4
79	3	5	5	4	4	3	4	4
80	5	3	3	3	3	4	4	2
81	2	4	2	4	4	4	3	2
82	3	4	2	3	4	3	4	3
83	3	3	3	3	4	2	2	2
84	3	3	4	3	3	4	4	3
85	4	4	5	5	4	4	4	4
86	3	2	3	3	3	3	2	4
87	3	5	4	4	4	4	4	4
88	4	5	3	4	4	5	5	4
89	3	4	3	3	4	3	4	3
90	4	4	4	4	4	4	5	3
91	3	4	3	3	4	5	4	3
92	5	4	4	3	4	4	4	5
93	4	5	5	5	4	5	5	5
94	5	3	2	4	3	4	3	4
95	3	3	3	3	4	4	3	3
96	3	5	4	4	4	4	4	4
97	3	5	5	3	5	5	4	4
98	5	5	5	4	4	4	5	5
99	4	4	4	5	4	4	4	4
100	4	5	4	4	4	4	5	4
101	5	4	5	5	5	5	5	5
102	4	3	4	4	3	4	4	4
103	4	4	4	4	3	4	3	4
104	4	4	4	3	4	4	4	5
105	3	2	3	2	2	3	4	3
106	4	5	3	4	5	5	4	4
107	5	5	5	4	5	4	5	4
108	4	4	5	4	3	3	4	3
109	4	4	3	4	4	3	4	3
110	3	3	4	4	3	3	3	4
111	4	4	5	4	4	2	4	3
112	5	4	4	4	3	4	4	3
113	4	5	4	5	3	4	3	3
114	5	4	4	3	5	5	4	4
115	2	2	3	2	3	2	3	1
116	5	5	5	5	5	5	5	5
117	5	4	4	3	4	4	4	4
118	4	4	4	5	4	2	5	3
119	4	3	3	4	3	4	4	2
120	4	4	3	3	3	3	4	3
121	1	2	3	3	4	3	3	4
122	3	4	3	3	3	4	4	3
123	3	2	3	2	3	2	2	3
124	3	4	4	4	3	3	4	4
125	4	3	4	3	3	4	4	3
126	5	4	4	5	4	4	4	5
127	5	5	5	5	5	5	5	4
128	5	4	5	3	4	5	3	4

129	5	4	5	4	4	4	4	4
130	2	1	3	2	1	3	3	2



Lampiran J Bukti Pengolahan Melalui SEM-PLS



SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DATA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Ramdhina Cipta Aulia
NIM : 24220029
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Afiliasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Mahasiswi Kota Depok

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data yang saya gunakan dalam penyusunan tugas akhir ini **data yang sah**, yang saya peroleh dari **sumber terpercaya**, baik data primer maupun data sekunder, serta tidak direkayasa atau dimanipulasi dalam bentuk apapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuain atau ketidak absahan data dalam skripsi ini, maka saya **bersedia bertanggung jawab penuh**, baik secara akademik maupun secara hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Nusa Mandiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh tanggung jawab untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 Juli 2026
Yang Membuat Pernyataan,



Ramdhina Cipta Aulia
NIM: 24220029