



PT. Thanksinsomnia Hidup Damai

Jl. Angsana Raya Sektor 1.1 Blok A No. 1/6,
RT.05/RW.01, Rw. Buntu, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang
Selatan, Banten 15318.
Telp : 0821-1384-7862 Instagram : Thanksinsomnia



Surat Keterangan

No : 0010

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agung Firdaus
Jabatan : Chief Operating Officer
Alamat : Graha Indah 2 Pamulang Blok f6. 10

Dengan ini menyatakan kepada Mahasiswa berikut :

Nama : Hegel Wahyudi
Nim : 25220039
Program Studi : Bisnis Digital

Instansi : Universitas Nusa Mandiri

Untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul:

"Pengaruh Content Marketing dan Brand Awareness pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Thanksinsomnia"

Penelitian ini dilaksanakan pada periode Mei-Juli 2026 dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada konsumen Thanksinsomnia. Telah melakukan pelaksanaan penelitian ini dengan ketentuan bahwa seluruh data yang diperoleh dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Demikian surat ini dibuat sebagai bentuk dukungan terhadap penelitian berjudul *"Pengaruh Content Marketing melalui Media Sosial dan E-Commerce terhadap Brand Awareness Thanksinsomnia."* Atas perhatian dan kerja samanya, kami ucapkan terima kasih.

Jakarta 24 Juli 2026


PT. Thanksinsomnia Hidup Damai

(Agung Firdaus)

LAMPIRAN

1. Lampiran Turnitin

Lampiran I. 1 Bukti Pengecekan Plagiarisme BAB I

cek-019fa6e4d5ab-BAB 1 turnitin barudocx.pdf

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	Muhammad Bagus Fatoni, Adiba Fuad Syamlan, Umar Burhan. "Pengaruh Social Media Marketing, Content Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Diah Cookies", Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2026 Crossref	59 words — 2%
2	repo.undiksha.ac.id Internet	47 words — 2%
3	journal.yrpiiku.com Internet	27 words — 1%
4	text-id.123dok.com Internet	24 words — 1%
5	repository.unigal.ac.id:8080 Internet	23 words — 1%
6	jurnal.polinema.ac.id Internet	21 words — 1%
7	ojs.stieamkop.ac.id Internet	18 words — 1%
8	repository.unj.ac.id Internet	18 words — 1%
9	iimfeb.ub.ac.id	18 words — 1%

Lampiran I. 2 Bukti Pengecekan Plagiarisme Bab 2

cek-019fa71be751-BAB 2 turnitin barudocx.pdf

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

- | | | |
|---|--|---------------|
| 1 | Muhammad Bagus Fatoni, Adiba Fuad Syamlan, Umar Burhan. "Pengaruh Social Media Marketing, Content Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Diah Cookies", Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2026
Crossref | 35 words — 1% |
| 2 | journals.upi-yai.ac.id
Internet | 28 words — 1% |
| 3 | eprints.upj.ac.id
Internet | 27 words — 1% |
| 4 | Risfidayanti Risfidayanti, Aulia Aulia, Nur Fitrianti. "Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Review Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Glad2glow Di Kota Makassar", Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology, 2026
Crossref | 25 words — 1% |
| 5 | jurnal.ulb.ac.id
Internet | 22 words — 1% |
| 6 | www.coursehero.com
Internet | 22 words — 1% |
| 7 | Wati, Nur Abdika Rakhmah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Air Minum Ribath Barokah Di Wilayah Tegal Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest | 20 words — 1% |

NUSA MANDIRI

Lampiran I. 3 Bukti Pengecekan Plagiarisme Bab 3

cek-019fa9776778-BAB 3 turnitin barudocx.docx12.pdf

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repo.darmajaya.ac.id Internet	40 words — 2%
2	repository.uinsaizu.ac.id Internet	37 words — 2%
3	etheses.uin-malang.ac.id Internet	34 words — 2%
4	repository.unhas.ac.id Internet	27 words — 2%
5	repository.nusamandiri.ac.id Internet	22 words — 1%
6	repository.unissula.ac.id Internet	21 words — 1%
7	repository.stei.ac.id Internet	20 words — 1%
8	www.coursehero.com Internet	14 words — 1%
9	eprints.walisongo.ac.id Internet	13 words — 1%
10	iiabo.a3i.or.id	10 words — 1%

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Lampiran I. 4 Bukti Pengecekan Plagiarisme Bab 4

cek-019faccb5fff-BAB 4 turnitin barudocx.docx hr ini.pdf

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsaizu.ac.id Internet	58 words — 1%
2	repository.unissula.ac.id Internet	54 words — 1%
3	repository.nusamandiri.ac.id Internet	33 words — 1%
4	repo.darmajaya.ac.id Internet	26 words — 1%
5	ejurnal.swadharma.ac.id Internet	25 words — 1%
6	Firyal Nazla Sania, Mardi Mardi, Achmad Fauzi, Wahyu Lestari. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan AI Auto-Chat Terhadap Penurunan Kualitas Pembelajaran Akuntansi", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Crossref	24 words — 1%
7	Akhmad david Setiawan, Muhammad Yani, Lilik Indayani. "PENGARUH BOIKOT DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KFC MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN KFC SIDOARJO)", JURNAL EKOBIS DEWANTARA, 2025 Crossref	23 words — < 1%
8	repository.umsu.ac.id	21 words — < 1%

NUSA MANDIRI

Lampiran I. 5 Bukti Pengecekan Plagiarisme Bab 5

cek-019fa8501ed6-BAB 5 turnitin barudocx.pdf

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	eprints.upj.ac.id Internet	28 words — 2%
2	repository.umb.ac.id Internet	25 words — 2%
3	rama.uniku.ac.id Internet	23 words — 2%
4	garuda.kemdiktisaintek.go.id Internet	19 words — 2%
5	eprints.uty.ac.id Internet	12 words — 1%
6	journal.unibos.ac.id Internet	11 words — 1%
7	jurnal.usp.ac.id Internet	11 words — 1%
8	kc.umn.ac.id Internet	11 words — 1%
9	indojurnal.com Internet	10 words — 1%
10	repository.uinsaizu.ac.id	10 words — 1%

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

2. Lampiran Form Kuesioner

Pengaruh *Content marketing* Dan *Brand Awareness* Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Thanksinsomnia.

Kepada Yth.

Responden yang Terhormat

Perkenalkan, saya mahasiswa Program Studi Bisnis Digital yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Tugas Akhir (TA). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis PENGARUH CONTENT MARKETING DAN BRAND AWARENESS PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THANKSINSOMNIA.

Kuesioner ini terdiri dari beberapa pernyataan yang berkaitan dengan persepsi responden terhadap aktivitas content marketing yang dilakukan THANKSINSOMNIA melalui media sosial dan e-commerce, serta tingkat kesadaran responden terhadap merek THANKSINSOMNIA. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini. Seluruh data dan informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik dalam penelitian ini.

Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman serta pendapat yang Anda miliki. Partisipasi Anda sangat berarti dalam mendukung keberhasilan penelitian ini.

Atas kesediaan dan partisipasi yang telah diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Hegel Wahyudi

Pertanyaan Skrining

Pertanyaan ini bertujuan untuk memastikan bahwa Anda memenuhi kriteria responden penelitian ini. Jawaban "Tidak" pada salah satu pertanyaan berikut akan menghentikan pengisian kuesioner secara otomatis.

1. Apakah Anda mengetahui atau mengenal merek THANKSINSOMNIA?

☐ Ya

☐ Tidak

2. Apakah Anda pernah melihat konten THANKSINSOMNIA melalui media sosial (Instagram, TikTok)?
- ☐ Ya
- ☐ Tidak
3. Apakah Anda pernah melihat konten THANKSINSOMNIA melalui media sosial (Instagram, TikTok)?
- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Identitas Responden

Isilah data berikut sesuai dengan kondisi Anda yang sebenarnya.

1. Nama (*boleh diisi dengan inisial*)

2. Jenis Kelamin

☐ Pria

☐ Wanita

3. Usia

☐ 17

☐ 18

☐ 19

☐ 20

☐ 21

☐ 22

Yang lain : _____

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan PENGARUH CONTENT MARKETING DAN BRAND AWARENESS PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THANKSINSOMNIA. Mohon baca setiap pernyataan dengan saksama, kemudian berikan tanda centang (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat dan pengalaman Anda. Tidak

ada jawaban benar atau salah, sehingga diharapkan responden dapat memberikan jawaban secara jujur dan objektif sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Keterangan pilihan jawaban

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Jawablah sesuai dengan kondisi dan keyakinan Anda yang sebenarnya.

3. Lampiran pertanyaan Variabel Content Marketing (X1)

Lampiran I. 6 Pertanyaan Content Marketing

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Content Marketing						
1	Dimensi 1 : Shareable Konten yang disajikan oleh Thanksinsomnia cocok dibagikan kepada pengguna lain melalui media sosial.					
2	Dimensi 2 : Easy to Understand Konten yang disajikan oleh Thanksinsomnia mudah dipahami oleh saya.					
3	Dimensi 3 : Incentive Konten yang disajikan oleh Thanksinsomnia mampu mendorong saya untuk melakukan pembelian produk.					
4	Dimensi 4 : Easily Accessible					

	Konten yang disajikan oleh Thanksinsomnia mudah diakses melalui media sosial.					
5	Dimensi 5 : Absorbing Konten yang disajikan oleh Thanksinsomnia mampu menarik perhatian saya.					

4. Lampiran pertanyaan Variabel Brand Awareness (X2)

Lampiran I. 7 Pertanyaan Brand Awareness						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Brand Awareness						
1	Dimensi 1 : Unaware of Brand Saya mengetahui keberadaan merek Thanksinsomnia sebagai salah satu merek pada kategori produk sejenis.					
2	Dimensi 2 Brand Recognition Saya mampu mengenali merek Thanksinsomnia melalui nama, logo, atau identitas visual yang dimiliki.					
3	Dimensi 3 : Brand Recall Saya mampu mengingat kembali merek Thanksinsomnia tanpa bantuan ketika memikirkan kategori produk sejenis.					
4	Dimensi 4 : Top of Mind Merek Thanksinsomnia menjadi merek yang pertama kali muncul dalam ingatan saya pada kategori produk sejenis.					

5. Lampiran Pertanyaan Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran I. 8 Pertanyaan Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Keputusan Pembelian						
1	Dimensi 1 : Pilihan Produk Saya memutuskan untuk memilih produk Thanksinsomnia yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya.					
2	Dimensi 2 : Pilihan Merek Saya memutuskan untuk memilih merek Thanksinsomnia dibandingkan merek lain yang sejenis.					
3	Dimensi 3 : Pilihan Penyalur Saya memutuskan untuk membeli produk Thanksinsomnia melalui saluran Instagram.					
4	Dimensi 3 : Pilihan Penyalur Saya memutuskan untuk membeli produk Thanksinsomnia melalui saluran Tiktok.					
5	Dimensi 4 : Waktu Pembelian Saya memutuskan untuk membeli produk secara cepat ketika melihat iklan Thanksinsomnia melalui saluran media sosial.					
6	Dimensi 5 : Jumlah Pembelian Saya dengan yakin membeli produk Thanksinsomnia lebih dari 1 produk					
7	Dimensi 6 : Metode Pembayaran Saya lebih senang melakukan pembayaran pembelian pada platform Instagram					
8	Dimensi 6 : Metode Pembayaran Saya lebih senang melakukan pembayaran pembelian pada platform Tiktok.					

6. Lampiran Jawaban *Content Marketing* (X1)

Lampiran I. 9 Jawaban Content Marketing

No	cm1	cm2	cm3	cm4	cm5
1	3	4	5	4	5
2	3	2	2	1	2
3	4	5	3	4	5
4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5
6	1	2	1	3	4
7	1	1	2	1	2
8	5	4	4	5	4
9	3	4	4	5	4
10	4	5	4	5	4
11	3	1	2	1	2
12	4	5	4	4	5
13	4	5	3	5	4
14	1	2	1	3	4
15	5	1	2	3	4
16	4	5	5	5	5
17	4	5	4	4	5
18	5	4	4	5	3
19	5	4	5	4	5
20	3	4	3	5	4
21	1	1	2	2	3
22	3	4	2	3	4
23	1	1	2	1	2
24	4	4	5	4	5
25	1	2	1	1	2
26	4	5	4	4	5
27	1	2	1	3	4
28	4	5	5	3	4
29	1	2	3	1	2
30	4	5	5	5	4
31	4	5	4	3	4
32	1	2	1	3	4
33	3	4	5	4	5
34	5	4	4	3	4
35	4	5	4	5	3
36	4	5	5	4	5
37	4	4	5	4	5
38	3	2	1	1	2
39	3	4	4	4	5
40	4	5	5	4	5
41	2	1	1	3	4
42	1	2	1	1	2
43	2	3	3	1	2

44	1	1	2	1	2
45	1	1	2	3	4
46	5	4	5	4	5
47	2	3	2	2	3
48	5	4	4	4	5
49	3	3	2	1	2
50	3	3	4	4	5
51	5	4	5	5	4
52	1	2	2	1	2
53	3	3	2	1	2
54	1	2	3	3	4
55	3	5	5	4	5
56	2	2	1	3	4
57	4	5	3	5	5
58	3	4	5	4	5
59	3	4	5	4	5
60	4	4	4	4	5
61	1	3	1	1	2
62	4	3	3	3	4
63	4	5	3	2	3
64	2	3	1	1	2
65	1	1	2	3	4
66	5	5	5	5	3
67	5	4	5	5	4
68	1	2	1	3	4
69	4	4	5	4	5
70	3	4	5	4	5
71	2	2	1	3	5
72	1	1	2	3	5
73	4	5	4	3	3
74	2	1	2	3	3
75	4	5	5	3	4
76	5	4	5	3	3
77	1	2	3	1	2
78	4	5	3	5	3
79	4	5	3	5	4
80	5	4	5	3	4
81	2	1	3	2	3
82	1	1	3	2	3
83	3	1	2	3	4
84	4	5	4	3	4
85	4	5	4	5	3
86	1	2	1	3	4
87	4	5	4	3	3
88	1	2	3	3	4

89	1	2	3	3	5
90	3	4	5	3	4
91	4	5	4	5	4
92	5	5	4	3	4
93	5	4	3	5	5
94	2	3	3	2	2
95	4	4	4	3	4
96	1	2	1	2	2
97	5	4	4	4	5
98	3	1	2	2	1
99	5	4	3	5	4
100	1	2	2	3	4
101	5	4	5	5	4
102	1	2	2	1	1
103	3	3	2	1	1
104	1	2	3	3	4
105	3	5	5	4	5
106	2	2	1	3	2
107	4	5	3	5	3
108	3	4	5	4	5
109	3	4	5	4	4
110	4	4	4	4	5
111	1	3	1	1	2
112	4	3	3	3	4
113	4	5	3	2	3
114	2	3	1	1	2
115	1	1	2	3	4
116	5	5	5	5	3
117	5	4	5	5	4
118	1	2	1	3	4
119	4	4	5	4	5
120	3	4	5	4	5
121	2	2	1	3	4
122	1	1	2	3	5
123	4	5	4	3	3
124	2	1	2	3	5
125	4	5	5	3	4
126	5	4	5	3	4
127	1	2	3	1	2
128	4	5	3	5	4
129	4	5	3	5	5
130	5	4	5	3	4
131	2	1	3	2	3
132	1	1	3	2	3
133	3	1	2	3	4

134	4	5	4	3	4
135	4	5	4	5	4
136	1	2	1	3	1
137	4	5	4	3	5
138	1	2	3	3	3
139	1	2	3	3	2
140	3	4	5	3	4
141	4	5	4	5	4
142	5	5	4	3	4
143	5	4	3	5	4
144	2	3	3	2	3
145	4	4	4	3	4
146	1	2	1	2	3
147	5	4	4	4	5
148	3	1	2	2	3
149	5	4	3	5	3
150	1	2	2	3	4
151	3	4	5	4	5
152	3	2	2	1	2
153	4	5	3	4	5
154	4	5	5	4	5
155	4	4	5	4	5
156	1	2	1	3	4
157	1	1	2	1	2
158	5	4	4	5	4
159	3	4	4	5	5
160	4	5	4	5	4
161	3	1	2	1	2
162	4	5	4	4	5
163	4	5	3	5	4
164	1	2	1	3	4
165	5	1	2	3	4
166	4	5	5	5	5
167	4	5	4	4	5
168	5	4	4	5	4
169	5	4	5	4	5
170	3	4	3	5	4
171	1	1	2	2	3
172	3	4	2	3	4
173	1	1	2	1	2
174	4	4	5	4	5
175	1	2	1	1	2
176	4	5	4	4	5
177	1	2	1	3	4
178	4	5	5	3	4

179	1	2	3	1	2
180	4	5	5	5	4
181	4	5	4	3	4
182	1	2	1	3	4
183	3	4	5	4	5
184	5	4	4	3	4
185	4	5	4	5	5
186	4	5	5	4	5
187	4	4	5	4	5
188	3	2	1	1	2
189	3	4	4	4	5
190	4	5	5	4	5
191	2	1	1	3	4
192	1	2	1	1	2
193	2	3	3	1	2
194	1	1	2	1	2
195	1	1	2	3	4
196	5	4	5	4	5
197	2	3	2	2	3
198	5	4	4	4	5
199	3	3	2	1	2
200	3	3	4	4	5

7. Lampiran Jawaban Brand Awareness (X2)

Lampiran I. 10 Jawaban Brand Awareness

No	ba1	ba2	ba3	ba4
1	2	1	3	4
2	3	4	5	4
3	2	1	1	2
4	4	3	4	5
5	4	3	5	4
6	1	2	1	2
7	5	4	4	5
8	3	2	1	2
9	1	2	1	2
10	2	1	2	3

11	3	5	4	5
12	1	3	2	3
13	4	5	4	5
14	2	3	1	2
15	5	5	4	5
16	1	2	1	2
17	5	4	5	4
18	1	2	2	3
19	5	4	4	5
20	2	1	3	4
21	1	2	3	4
22	2	3	1	2
23	3	1	2	3
24	4	5	4	5
25	1	2	3	4
26	5	4	5	4
27	3	1	2	3
28	4	3	5	4
29	2	1	2	3
30	3	5	5	4
31	3	4	4	5
32	4	5	5	4
33	5	4	3	4
34	2	1	3	4
35	5	5	5	4
36	3	4	5	5
37	5	4	4	5
38	3	1	3	4
39	2	1	1	2
40	5	4	3	4
41	1	1	2	3
42	3	1	1	2
43	3	2	1	2
44	1	3	2	3
45	1	2	3	4
46	4	5	4	5
47	3	2	2	3
48	5	4	4	5
49	3	1	2	3
50	3	4	4	5
51	4	4	4	5
52	3	3	1	2
53	1	2	2	3
54	3	1	2	3
55	3	4	3	4

56	1	2	3	4
57	4	4	5	4
58	5	4	5	5
59	4	3	4	5
60	4	4	4	5
61	2	1	3	4
62	4	4	4	5
63	4	4	5	5
64	2	3	1	2
65	1	2	3	4
66	5	5	5	4
67	4	5	4	5
68	2	2	1	2
69	4	4	4	5
70	3	4	5	4
71	2	1	3	4
72	2	3	3	4
73	5	3	4	5
74	2	3	3	4
75	5	4	3	4
76	4	5	4	5
77	1	2	1	2
78	5	3	4	5
79	3	5	4	5
80	5	4	5	5
81	3	2	2	3
82	2	2	1	2
83	3	1	2	3
84	4	5	4	5
85	5	4	4	5
86	2	1	2	3
87	4	3	5	4
88	2	2	3	4
89	2	3	1	2
90	5	3	4	5
91	4	5	5	4
92	5	4	3	4
93	4	5	4	5
94	3	2	1	2
95	5	4	3	4
96	1	2	3	4
97	3	3	4	5
98	1	2	3	4
99	4	5	4	5
100	1	2	3	4

101	4	4	4	5
102	3	3	1	2
103	1	2	2	3
104	3	1	2	3
105	3	4	3	4
106	1	2	3	4
107	4	4	5	5
108	5	4	5	4
109	4	3	4	5
110	4	4	4	5
111	2	1	3	4
112	4	4	4	5
113	4	4	5	4
114	2	3	1	2
115	1	2	3	4
116	5	5	5	4
117	4	5	4	5
118	2	2	1	2
119	4	4	4	5
120	3	4	5	4
121	2	1	3	4
122	2	3	3	4
123	5	3	4	5
124	2	3	3	4
125	5	4	3	4
126	4	5	4	5
127	1	2	1	2
128	5	3	4	5
129	3	5	4	5
130	5	4	5	5
131	3	2	2	3
132	2	2	1	2
133	3	1	2	3
134	4	5	4	5
135	5	4	4	5
136	2	1	2	3
137	4	3	5	4
138	2	2	3	4
139	2	3	1	2
140	5	3	4	5
141	4	5	5	5
142	5	4	3	4
143	4	5	4	5
144	3	2	1	2
145	5	4	3	4

146	1	2	3	4
147	3	3	4	5
148	1	2	3	4
149	4	5	4	5
150	1	2	3	4
151	2	1	3	4
152	3	4	5	5
153	2	1	1	2
154	4	3	4	5
155	4	3	5	5
156	1	2	1	2
157	5	4	4	5
158	3	2	1	2
159	1	2	1	2
160	2	1	2	3
161	3	5	4	5
162	1	3	2	3
163	4	5	4	5
164	2	3	1	2
165	5	5	4	5
166	1	2	1	2
167	5	4	5	4
168	1	2	2	3
169	5	4	4	5
170	2	1	3	4
171	1	2	3	4
172	2	3	1	2
173	3	1	2	3
174	4	5	4	5
175	1	2	3	4
176	5	4	5	4
177	3	1	2	3
178	4	3	5	5
179	2	1	2	3
180	3	5	5	4
181	3	4	4	5
182	4	5	5	5
183	5	4	3	4
184	2	1	3	4
185	5	5	5	4
186	3	4	5	4
187	5	4	4	5
188	3	1	3	4
189	2	1	1	2
190	5	4	3	4

191	1	1	2	3
192	3	1	1	2
193	3	2	1	2
194	1	3	2	3
195	1	2	3	4
196	4	5	4	5
197	3	2	2	3
198	5	4	4	5
199	3	1	2	3
200	3	4	4	5

8. Lampiran Jawaban Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran I. 11 Jawaban Keputusan Pembelian

No	kp1	kp2	kp3	kp4	kp5	kp6	kp7	kp8
1	4	2	5	4	5	3	4	5
2	3	2	1	2	2	1	2	1
3	3	5	4	3	4	5	5	4
4	2	1	3	2	1	1	2	2
5	3	3	1	2	2	3	4	5
6	4	5	4	5	5	4	5	4
7	1	3	1	1	2	3	4	5
8	1	2	3	1	2	3	4	5
9	4	5	4	4	4	4	5	5
10	3	1	2	3	1	2	3	1
11	3	3	2	1	3	2	3	2
12	4	4	5	5	4	3	4	5
13	1	2	3	1	2	1	2	3
14	2	2	1	3	2	1	2	2
15	5	4	4	5	4	5	4	5
16	2	1	1	2	3	1	2	1
17	1	3	2	1	2	1	2	1
18	2	1	3	2	1	3	4	5
19	1	2	3	2	1	3	4	5
20	2	2	3	1	2	1	2	2
21	4	5	4	3	4	4	5	4
22	2	1	3	2	1	2	3	1
23	4	4	5	3	3	5	3	4
24	5	4	5	4	3	4	5	3
25	5	4	4	5	4	4	5	4
26	1	3	2	1	2	1	2	1
27	5	4	3	4	5	5	4	5
28	3	4	5	3	4	4	5	4
29	1	2	3	1	2	1	2	2
30	4	4	4	5	4	4	5	4

31	4	4	4	3	4	5	5	5
32	1	2	2	1	3	2	3	2
33	1	2	3	1	2	1	2	1
34	1	2	1	3	3	1	2	3
35	4	5	4	5	5	5	4	5
36	1	2	2	1	2	1	2	2
37	5	4	5	5	4	4	5	4
38	2	1	3	2	1	1	2	3
39	3	1	3	1	1	2	3	2
40	4	5	4	5	4	5	3	4
41	2	1	3	3	2	1	2	2
42	3	3	2	1	2	1	2	3
43	5	5	5	5	5	5	3	4
44	1	1	2	2	1	1	2	2
45	4	3	4	3	3	5	5	4
46	4	5	5	4	4	5	4	3
47	4	4	4	3	4	3	4	4
48	4	4	3	5	4	4	5	5
49	1	2	3	1	2	1	2	2
50	3	3	4	4	5	4	5	4
51	4	5	5	4	4	3	4	5
52	2	2	1	1	2	2	3	2
53	2	3	1	2	3	1	2	2
54	1	2	3	3	1	2	3	2
55	3	5	4	3	5	3	4	5
56	1	3	2	3	2	1	2	1
57	4	5	5	4	3	4	5	5
58	5	1	2	2	2	1	2	1
59	3	1	2	3	2	1	2	1
60	4	4	4	5	4	4	5	4
61	1	3	2	1	2	1	2	2
62	4	4	4	4	4	4	5	5
63	5	4	5	3	5	4	5	4
64	2	1	3	2	1	1	2	2
65	2	1	3	3	2	1	2	3
66	5	5	4	5	5	5	3	4
67	5	3	5	4	5	4	5	4
68	2	3	1	2	2	2	3	1
69	5	4	4	3	4	4	5	5
70	4	5	3	4	4	4	5	4
71	3	1	3	2	2	1	2	2
72	2	1	1	2	3	3	4	5
73	3	2	1	3	2	1	2	3
74	1	2	3	3	2	1	2	1
75	5	4	5	5	3	4	5	5

76	4	5	4	5	4	3	3	3
77	3	1	2	1	3	2	3	2
78	2	1	3	1	2	1	2	3
79	4	5	4	5	5	4	5	4
80	5	4	5	3	5	4	5	4
81	3	2	1	3	2	1	2	1
82	1	3	1	2	3	2	3	4
83	3	2	1	2	4	3	4	5
84	3	4	5	4	3	4	5	5
85	4	4	3	4	5	4	5	4
86	1	2	1	3	3	2	3	1
87	5	3	4	3	5	4	5	5
88	1	3	2	3	1	2	3	2
89	3	1	2	3	3	1	2	2
90	3	4	5	3	4	5	4	5
91	5	4	5	4	4	5	3	4
92	3	2	3	2	1	1	2	3
93	3	4	5	4	5	4	5	5
94	3	2	2	3	2	1	2	2
95	4	4	5	5	5	4	5	4
96	1	2	3	1	2	3	1	2
97	5	5	3	3	4	4	5	3
98	1	2	3	3	2	1	2	1
99	5	5	4	5	5	4	5	4
100	2	2	2	3	1	2	3	1
101	4	5	5	4	4	3	4	5
102	2	2	1	1	2	2	3	2
103	2	3	1	2	3	1	2	1
104	1	2	3	3	1	2	3	4
105	3	5	4	3	5	3	4	5
106	1	3	2	3	2	1	2	3
107	4	5	5	4	3	4	5	4
108	5	1	2	2	2	1	2	3
109	3	1	2	3	2	1	2	2
110	4	4	4	4	4	4	5	4
111	1	3	2	1	2	1	2	1
112	4	4	4	4	4	4	5	4
113	5	4	5	3	5	4	5	5
114	2	1	3	2	1	1	2	1
115	2	1	3	3	2	1	2	2
116	5	5	5	5	5	5	5	4
117	5	3	5	4	5	4	5	5
118	2	3	1	2	2	2	3	2
119	5	4	4	3	4	4	5	5
120	4	5	3	4	4	4	5	4

121	3	1	3	2	2	1	2	2
122	2	1	1	2	3	3	4	5
123	3	2	1	3	2	1	2	2
124	1	2	3	3	2	1	2	1
125	5	4	5	5	3	4	5	4
126	4	5	4	5	4	5	4	5
127	3	1	2	1	3	2	3	2
128	2	1	3	1	2	1	2	1
129	4	5	4	5	5	4	5	5
130	5	4	5	3	5	4	5	5
131	3	2	1	3	2	1	2	1
132	1	3	1	2	3	2	3	2
133	3	2	1	2	2	3	3	3
134	3	4	5	4	3	4	5	4
135	4	4	3	4	5	4	5	5
136	1	2	1	3	3	2	3	3
137	5	3	4	3	5	4	5	5
138	1	3	2	3	1	2	3	1
139	3	1	2	3	3	1	2	2
140	3	4	5	3	4	5	5	4
141	5	4	5	4	4	5	5	5
142	3	2	3	2	1	1	2	1
143	3	4	5	4	5	4	5	4
144	3	2	2	3	2	1	2	2
145	4	4	5	5	5	4	5	5
146	1	2	3	1	2	3	4	5
147	5	5	3	3	4	4	5	4
148	1	2	3	3	2	1	2	2
149	5	5	4	5	5	4	5	4
150	2	2	2	3	1	2	3	1
151	4	2	5	4	5	3	4	5
152	3	2	1	2	2	1	2	1
153	3	5	4	3	4	5	4	5
154	2	1	3	2	1	1	2	2
155	3	3	1	2	2	3	4	5
156	4	5	4	5	5	4	5	4
157	1	3	1	1	2	3	4	5
158	1	2	3	1	2	3	4	5
159	4	5	4	4	4	4	5	5
160	3	1	2	3	1	2	3	1
161	1	3	2	1	3	2	3	2
162	4	4	5	5	4	3	4	5
163	1	2	3	1	2	1	2	2
164	2	2	1	3	2	1	2	1
165	5	4	4	5	4	5	4	5

166	2	1	1	2	3	1	2	2
167	1	3	2	1	2	1	2	1
168	2	1	3	2	1	3	4	5
169	1	2	3	2	1	3	4	5
170	2	2	3	1	2	1	2	3
171	4	5	4	3	4	4	5	4
172	2	1	3	2	1	2	3	3
173	4	4	5	3	3	5	4	5
174	5	4	5	4	3	4	5	4
175	5	4	4	5	4	4	5	5
176	1	3	2	1	2	1	2	1
177	5	4	3	4	5	5	3	4
178	3	4	5	3	4	4	5	4
179	1	2	3	1	2	1	2	3
180	4	4	4	5	4	4	5	4
181	4	4	4	3	4	5	4	5
182	1	2	2	1	3	2	3	4
183	1	2	3	1	2	1	2	2
184	1	2	1	3	3	1	2	3
185	4	5	4	5	5	5	3	4
186	1	2	2	1	2	1	2	3
187	5	4	5	5	4	4	5	4
188	2	1	3	2	1	1	2	3
189	3	1	3	1	1	2	3	4
190	4	5	4	5	4	5	3	4
191	2	1	3	3	2	1	2	2
192	3	3	2	1	2	1	2	1
193	5	5	5	5	5	5	4	5
194	1	1	2	2	1	1	2	1
195	4	3	4	3	3	5	5	4
196	4	5	5	4	4	5	4	5
197	4	4	4	3	4	3	4	5
198	4	4	3	5	4	4	5	5
199	1	2	3	1	2	1	2	1
200	3	3	4	4	5	4	5	4

9. Lampiran Artikel Ilmiah

Lampiran I. 12 LOA Artikel Ilmiah (Enrichment: Journal of Management)



LETTER OF ACCEPTANCE

Secret Code: 2540-EJM

Dear Author(s),
Hegel Wahyudi, Widi Astuti

Warm Greatings!

it's a great pleasure to inform you the, after the peer review proses, your article entitled "**Content marketing and brand awareness as predictors of local streetwear purchase decisions on social media**" has been **ACCEPTED** and considered for publication in **Enrichment : Journal of Management** in Volume 16 Issue 4 October (2026).

Thank you for Submitting your work to this journal. We hope you Submit your articles in future.

Warm regards,



Editor,

denyjol
Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Indonesia
denyjolly@gmail.com

Enrichment : Journal of Management

Institute of Computer Science (IOCS)

Add: Romeby Lestari Housing Complex Blok C, No C14 Deliserdang, North Sumatra, Indonesia