

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Chen, Y., Lu, Y., Wang, B., & Pan, Z. (2018). School of Management SC. *Information & Management*. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.09.002>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*, 295, 336
- Denniswara, E. P. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP INTENSI MEMBELI ULANG PRODUK MY IDEAS. *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1.
- Dewi, Magdalena, P. D. (n.d.). *Pengaruh word of mouth, tingkat pendapatan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada minat beli ulang konsumen (studi kasus pada produk bandeng juwana elrina semarang)*. 1–19.
- Dhaneswara, A. P., Hidayanto, A. N., & Zhu, Y. (2018). *Vlogging : Trigger to Impulse Buying Behaviors Vlogging : Trigger to Impulse Buying Behaviors*.
- Eliza, R., & Sinaga, M. (2018). *PENGARUH YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI PRODUK ( Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia )*. 63(1), 187–196.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hellier, Philip K, Guesen Gus M, Carr Rodney A, and Rickard John A. 2003. *Customer Repurchase Intention A General Structural Equation Model*. *Journal Of Marketing*, Vol.37, pp:1762-1800
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.
- Kurniasari, I. (2017). *Pengaruh Country Image dan Beauty Vlogger Review terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea*.
- Kusdyah, I. (2012). *KEINGINAN PEMBELIAN ULANG JASA CLINIC KESEHATAN ( STUDI KASUS ERHA CLINIC SURABAYA )*. 7(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.4.25-32>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat. *Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat*.
- Mayasari, D. (2019). The Influence of Fashion Lifestyle, Sales Promotion and Self- image to Impulse Buying Behaviour and Customer Satisfaction. *Journal of World Conference*.
- Mayasari, H., Jaelani, A., & Albar, B. B. (2019). *Pengaruh Self Image Congruity dan Kualitas Pelayanan terhadap Customer*. 2, 48–59.

- McCracken, G. (1989). Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1086/209217>
- Mulyadi, M. (2013). PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Nilawati, W. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang ( Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso )*. 9(1), 74–78.
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*. <https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673191>
- Pemasaran, P. M., Ekonomi, F., & Petra, U. K. (2015). ANALISA PENGARUH SELF IMAGE CONGRUITY , RETAIL SERVICE QUALITY , DAN CUSTOMER PERCEIVED SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI BROADWAY BARBERSHOP SURABAYA. 9(1), 35–42. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.35-42>
- Premayani, W. W., Ayu, I. G., Giantari, K., & Kerti, N. N. (2018). *The Effect Of Self Image Congruity And Functional Congruity To Attitudes And Repurchase Intention*. 20(2), 8–11. <https://doi.org/10.9790/487X-2002070811>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). *Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada rumah kecantikan sifra di pati*. 5, 1–12.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1086/209452>
- Rorong, I. L., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Pengaruh Citra Konsumen dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Viva. *Jurnal EMBA*.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: a critical review. *Journal of Consumer Research*, 9, 287-300.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi. In *Metodelogi Penelitian*.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *TRIKONOMIKA*. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v12i2.479>
- Ugolini, V. V. M. M. (2016). "Does this fit my style? The role of self-congruity in young women's repurchase intention for intimate apparel", *Journal of Fashion Marketing and*

Management: An International Journal, Vol. 20 Iss 4 pp.  
<http://dx.doi.org/10.1108/JFMM-02-2015-0016> *intention for intimate apparel.*

Zhang, Xu, Zhao. (2016). *Online reviews and impulse buying behavior : the role of browsing and impulsiveness.*

Zhou, H., & Gu, Z. (2015). *The Effect of Different Price Presentations on Consumer Impulse Buying Behavior : The Role of Anticipated Regret.* (January), 27–36.

Zhou, L., & Wong, A. (2003). Consumer impulse buying and in-store stimuli in Chinese supermarkets. *Journal of International Consumer Marketing*, 16, 37-53.





**CURRICULUM VITAE**

---

**DATA DIRI**

Nama : Dewi Apriliani  
Tempat, Tanggal lahir : Bangkalan, 09 April 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Dsn. Sabuh, Ds. Tengket,  
Kec. Arosbaya – Bangkalan,  
Madura - Jawa Timur 69151  
Telepon : 083852628825  
Email : [dewiapriliiani199@gmail.com](mailto:dewiapriliiani199@gmail.com)



---

**PENDIDIKAN**

2003-2004 TK Muslimat, Bangkalan, Madura  
2004-2010 SDN Tengket 02, Bangkalan, Madura  
2010-2013 SMPN 01 Arosbaya, Bangkalan, Madura  
2013-2016 SMAN 01 Arosbaya, Bangkalan, Madura  
2016-2020 Universitas Narotama Surabaya, S1 Program Studi Manajemen

---

**PENGALAMAN ORGANISASI**

2017-2018 Divisi Sosial Politik BEM Fakultas Ekonomi Universitas Narotama  
2018-2019 Ketua UKM Narotama Language Club  
2019-2020 PIC Menteri PSDM BEM Universitas Narotama

## Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

### I. IDENTITAS RESPONDEN

Pilih salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda *check list* ( )

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Umur :  <15 Thn                       15-17 Thn  
           :  18-21 Thn                     21 Thn keatas
3. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa       PNS  
               :  Wiraswasta                     Pegawai Swasta  
               :  Lain-lain
4. Pendapatan tiap bulan :  < Rp 500.000               Rp 500.000-Rp 1.500.000  
                                   :  Rp 1.500.001-2.500.000       > Rp 2.500.000

### II. PENGISIAN KUSIONER

- Pilih alternatif jawaban yang paling sesuai menurut diri anda dan berikan tanda checklist ( )
- Jika terjadi kesalahan dalam mengisi, berilah tanda (X) pada jawaban yang salah tersebut.
- Kategori jawaban dalam kuesioner ini dapat dikelompokkan sebagai berikut :  
 SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 CS : Cukup Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<b>Youtube Beauty Vlogger Review</b>						
1.	<i>Beauty vlogger</i> melakukan <i>review</i> produk Emina dengan jujur					
2.	<i>Beauty vlogger</i> dapat diandalkan dalam melakukan <i>review</i> produk Emina					
3.	<i>Beauty vlogger</i> tulus dalam melakukan <i>review</i> produk Emina					
4.	<i>Beauty vlogger</i> dapat dipercaya dalam melakukan <i>review</i> produk Emina					
5.	<i>Beauty vlogger</i> berpengetahuan luas dalam melakukan <i>review</i> produk Emina					
6.	<i>Beauty vlogger</i> mahir dalam melakukan <i>review</i>					

	produk Emina					
7	<i>Beauty vlogger</i> sangat berpengalaman dalam melakukan <i>review</i> produk Emina					
8	<i>Review beauty vlogger</i> akan produk Emina sangat berkualitas					
9	<i>Beauty vlogger</i> ahli dalam melakukan <i>review</i> produk Emina					
<b>Self Congruity</b>						
1.	Citra produk kosmetik merek Emina mencerminkan kepribadian diri saya					
2.	Citra produk kosmetik merek Emina ini sesuai dengan kepribadian yang ingin saya capai dalam diri saya					
3.	Citra produk kosmetik merek Emina membuat orang lain memandang saya sesuai dengan kepribadian diri saya					
4.	Dengan menggunakan produk kosmetik Emina saya ingin bagaimana seharusnya lingkungan melihat diri saya.					
<b>Price Perception</b>						
1.	Harga produk kosmetik Emina terjangkau dan sesuai dengan daya beli saya					
2.	Harga kosmetik Emina sesuai dengan kualitas produknya					
3.	Harga kosmetik Emina dapat bersaing dengan harga produk kosmetik lain					
4.	Harga kosmetik Emina sesuai dengan manfaat yang saya peroleh dari produknya.					
<b>Impulse Buying</b>						

1.	Saya membeli produk kosmetik Emina tanpa perencanaan terlebih dahulu					
2.	Saya membeli produk kosmetik Emina tanpa terfikir akibatnya					
3.	Saya membeli produk kosmetik Emina karena dipengaruhi keadaan emosional					
4.	Saya membeli produk kosmetik Emina karena adanya penawaran yang menarik					
<b>Repurchase Intention</b>						
1.	Saya memiliki kecenderungan untuk membeli lagi produk kosmetik merek Emina					
2.	Dalam membeli produk kosmetik, saya memiliki preferensi utama pada produk kosmetik merek Emina					
3.	Saya akan merekomendasikan produk kosmetik merek Emina kepada orang lain					
4.	Saya selalu mencari informasi mengenai produk kosmetik merek Emina					



**Lampiran 3**  
**Rekapitulasi Karakteristik Responden**

Data Karakteristik Responden

NO	Data Responden			No	Usia	Pekerjaan	Pendapatan
	Usia	Pekerjaan	Pendapatan tiap bulan				
1	3	3	3	22	2	3	1
2	3	1	3	23	2	3	1
3	3	3	1	24	3	3	1
4	3	3	2	25	2	3	1
5	3	1	3	26	3	3	1
6	3	3	2	27	2	3	1
7	3	3	1	28	3	3	1
8	3	3	1	29	3	3	2
9	3	3	1	30	3	3	2
10	3	3	2	31	3	1	2
11	3	3	1	32	3	3	2
12	3	3	2	33	3	3	2
13	3	3	2	34	3	3	2
14	3	3	2	35	3	3	1
15	3	3	1	36	2	3	1
16	3	3	1	37	3	3	2
17	3	3	1	38	2	3	1
18	3	3	1	39	2	3	1
19	2	3	1	40	2	3	1
20	2	3	2	41	2	3	1
21	2	3	1	42	2	3	1
				43	2	3	1

44	3	3	1
45	2	3	1
46	2	3	1
47	3	3	1
48	3	3	2
49	3	3	1
50	3	3	1
51	3	3	1
52	2	3	2
53	3	3	1
54	2	3	1
55	2	3	1
56	2	3	1
57	3	3	2
58	3	3	2
59	2	3	1
60	3	3	1
61	2	3	1
62	3	3	1
63	3	3	1
64	2	3	2
65	2	3	1
66	3	3	1
67	3	3	3
68	3	3	1
69	3	3	1
70	3	3	1
71	3	3	1
72	3	3	1

73	3	3	1
74	3	3	1
75	3	3	1
76	3	3	2
77	3	3	1
78	3	3	1
79	3	3	1
80	3	3	2
81	3	3	1
82	3	1	2
83	3	3	2
84	3	3	1
85	3	1	3
86	3	3	1
87	3	3	2
88	3	3	2
89	3	3	1
90	3	3	1
91	3	3	2
92	3	3	1
93	3	3	1
94	3	3	1
95	3	3	2
96	3	3	1
97	3	3	1
98	3	3	3
99	3	3	2
100	3	3	2

**Lampiran 4**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden**

Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden

No	Youtube Beauty Vlogger Review								Self Congruity				Price Perception				Impulse Buying				Repurchase Intention							
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28
1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	2	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	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	
5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
6	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	5	5	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5	5	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4
11	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4
12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
14	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
15	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	
22	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	5	5	5	5	4	3	3	3	
23	4	4	3	3	3	4	3	3	3	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	
24	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
25	4	4	4	4	2	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
26	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	
29	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	
30	4	4	5	2	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	
31	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
32	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	4	
33	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	
34	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
36	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
37	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	
38	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
39	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	
40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	
41	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4		
42	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	5	
43	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	4	3	3	4	3	4	3	5	
44	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
45	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	

46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4		
48	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4		
49	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	
50	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
52	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
53	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	
54	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	
55	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	
56	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	3	3	3	5	3	4	3	4
57	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
58	4	4	3	2	4	4	3	5	3	4	4	3	5	3	5	4	3	5	3	5	4	3	3	5	4	
59	2	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	5	5	5	3	3	
60	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	
61	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	5	5	5	3	5	5	
64	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4
66	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4
67	4	3	3	4	3	3	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	5	
68	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	2	4	4	2	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3

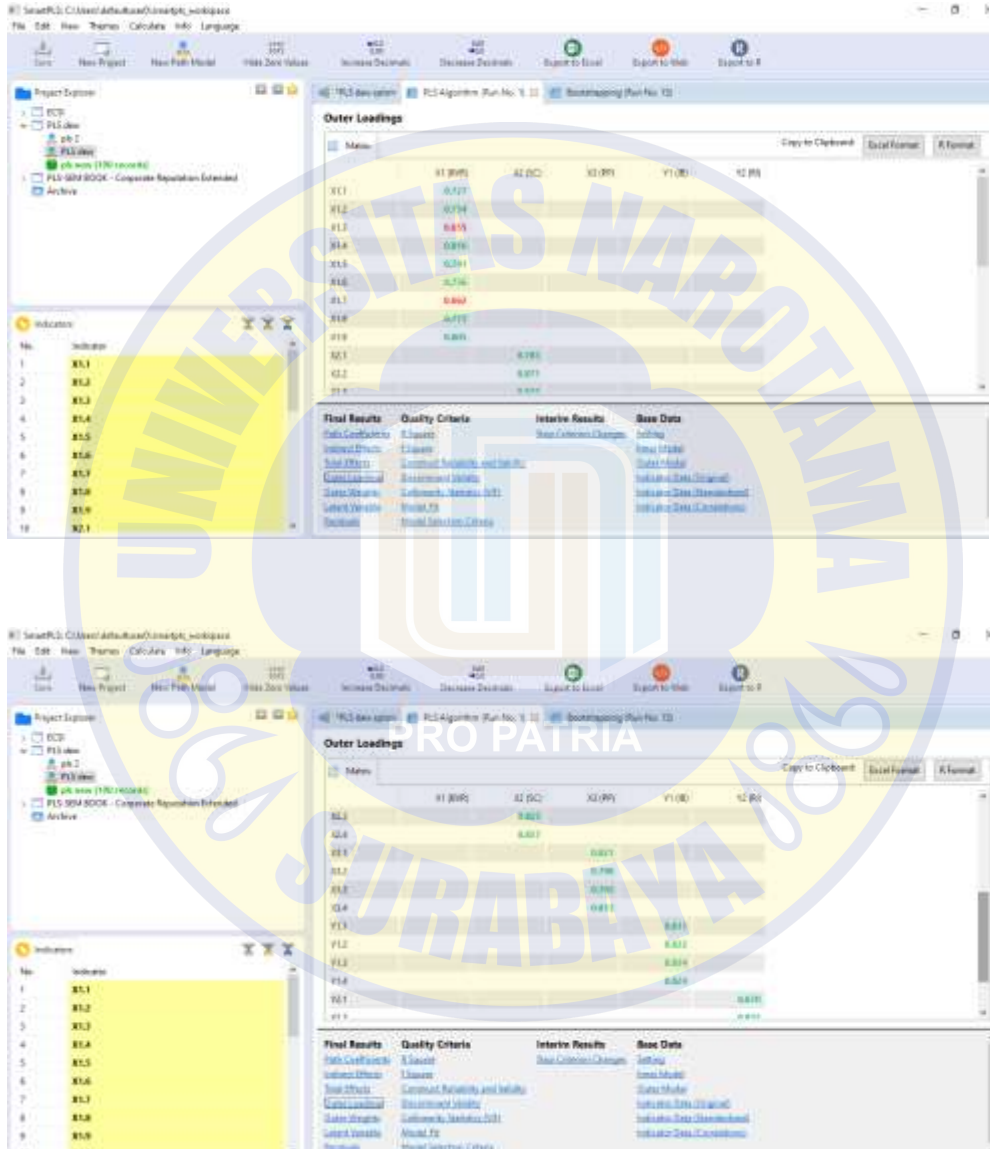
72	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3				
73	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4			
74	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4			
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4		
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4		
77	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4		
78	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
79	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4		
80	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
82	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	
83	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
85	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
86	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
87	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
88	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
89	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
90	4	3	4	2	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	
91	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	
92	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
93	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
94	3	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
95	2	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
96	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	

<b>98</b>	4	3	4	2	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
<b>99</b>	2	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
<b>100</b>	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4

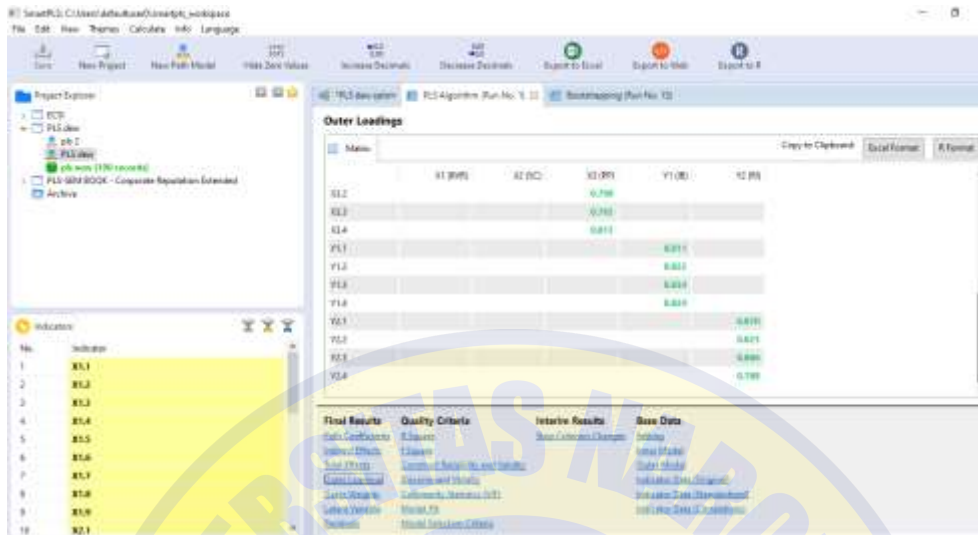


## Lampiran 5 Output Outer Model

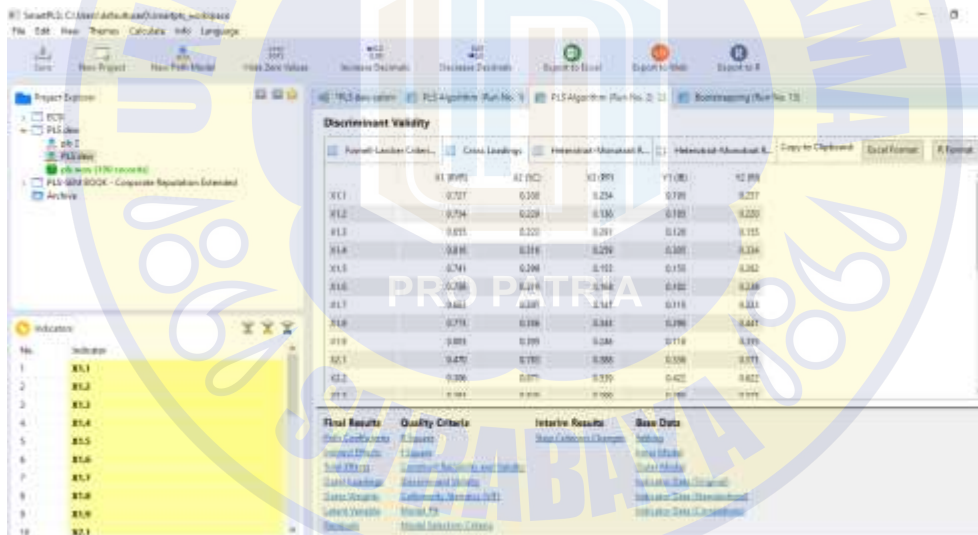
### 1. Hasil Uji Convergent Validity

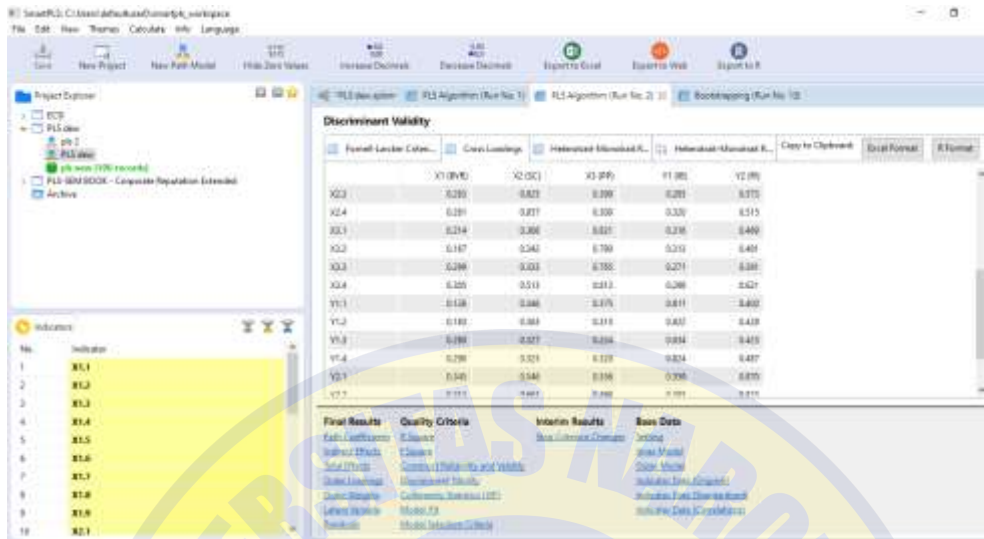






## 2. Hasil Uji Discriminant Validity





### 3. Hasil Uji Reliabilitas dan AVE

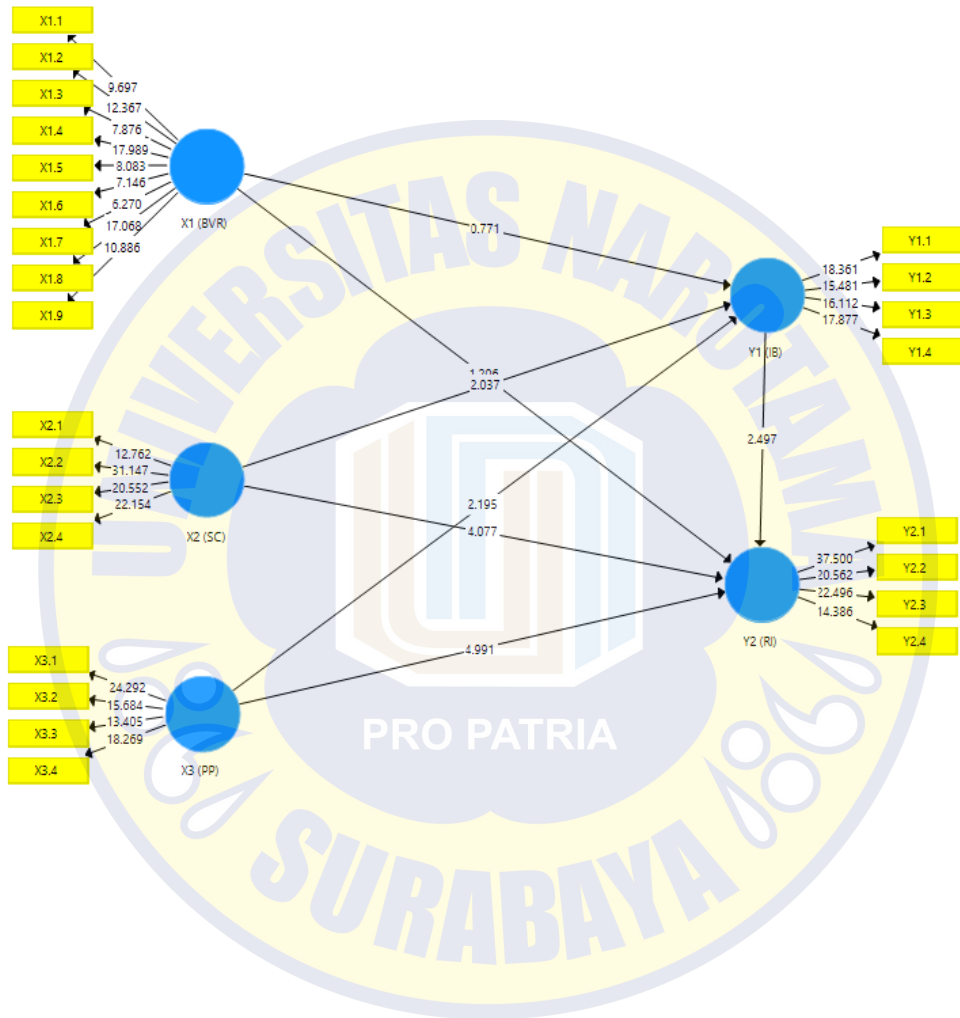
The screenshot shows the 'Construct Reliability and Validity' window in SmartPLS. The main table provides the following data:

Construct	Cronbach's Alpha	$\rho_A$	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1 (BVI)	0.889	0.927	0.917	0.707
X2 (DC)	0.834	0.899	0.901	0.699
X3 (PP)	0.816	0.871	0.875	0.655
X4 (M)	0.891	0.943	0.893	0.607
X5 (R)	0.838	0.901	0.894	0.742

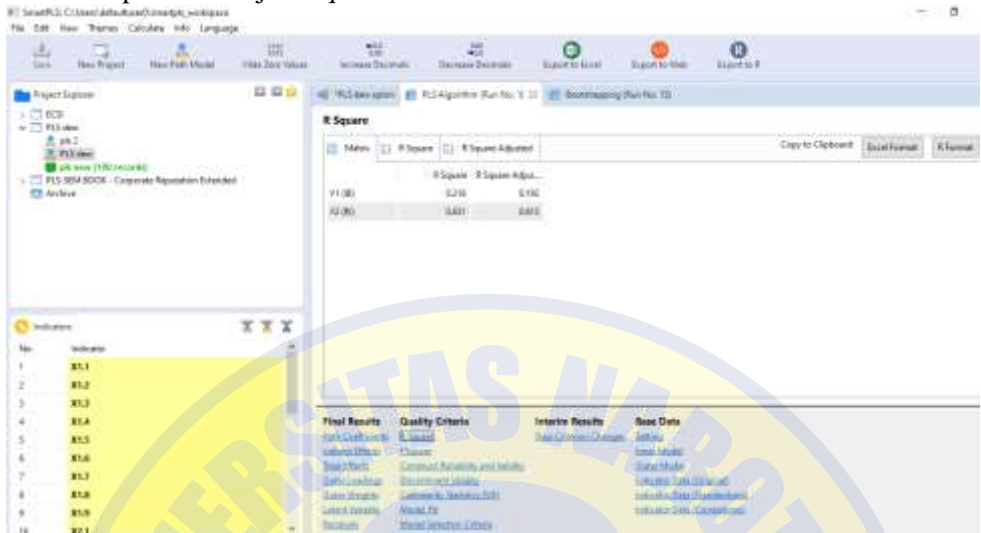
Below the main table, there are sections for 'Final Results', 'Quality Criteria', 'Interim Results', and 'Base Data'. The 'Final Results' section lists various model fit indices such as GFI, NFI, NNFI, CFI, RMSEA, SRMR, and R-squared values for each construct.



1. Output *Bootstrapping*



## 2. Output Hasil Uji R-Square



## 3. Output Hasil Uji Direct Effect



#### 4. Output Hasil Uji *Indirect Effect*

