

LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian

KUESIONER

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SOMETHINC*

Assalammu'alaikum Wr,Wb

Saya Alfiani Mauluda N mahasiswi dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ingin meminta kesediaan waktu saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan digital marketing terhadap keputusan pembelian pada produk Somethinc. Kuesioner ini dibutuhkan untuk memenuhi tugas akhir pada program sarjana, maka dari itu saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Terima kasih saya ucapkan atas kesediaan saudara/i dalam meluangkan waktu dan mengisi kuesioner ini. Demi kelancaran saya akan merahasiakan jawaban kuesioner saudara/i dan saya meminta maaf apabila menyita waktu saudara/i

Wasslammu'alaikum Wr,Wb

Kontak Peneliti:

Alfiani Mauluda N

alfi12nrm@gmail.com (email)

alfi.nrm (Line)

A. Identitas responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 12-18tahun 19-24tahun 25-30tahun

Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa Pekerja

Pendapatan : <Rp.1.000.000
 Rp.1.000.000-Rp.2.000.000
 >Rp.2.000.000

Petunjuk pengisian

Pada skala 1-5 pilihlah pilihan yang sesuai dengan pendapat saudara dengan memberi tanda \surd (centang). Setiap respon hanya mendapatkan 1 (satu) kali kesempatan untuk menjawab, adapun skala yang dimaksud :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

B. Atribut Produk (X_1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Merek						
1.	Saya menyadari atau familier terhadap produk Somethinc					
2.	Produk <i>Somethinc</i> memberikan manfaat bagi penggunaanya					
3.	Saya akan melakukan pembelian ulang pada produk Somethinc					

Kualitas Produk					
4.	Produk <i>somethinc</i> menggunakan kemasan pipet tetes sehingga mudah untuk digunakan				
5.	Produk <i>somethinc</i> terkenal mencerahkan dan melembabkan kulit wajah				
6.	Masa Kadaluarsa produk <i>Somethinc</i> sangat lama				
Desain					
7.	Kemasan produk <i>Somethinc</i> mengikuti perkembangan trend				
Harga					
8.	Harga produk <i>Somethinc</i> terjangkau				
9.	Harga produk <i>Somethinc</i> dapat bersaing dengan produk sejenis yang lain				
10.	Harga produk <i>Somethinc</i> sesuai dengan kualitas produk				

C. Digital Marketing (X₂)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Aksesibilitas						
1.	Saya dapat mengakses informasi dan layanan yang saya inginkan melalui akun resmi <i>Somethinc</i>					
Interaktivitas						
2.	Saya mudah menghubungi <i>customer service/marketing</i> pada aplikasi jual beli <i>online</i>					
Kepercayaan						
3.	Iklan pada produk <i>Somethinc</i> sesuai dengan kualitas produk					
Informative						
4.	Akun resmi <i>Somethinc</i> memberikan informasi yang lengkap					

D. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Pilihan Produk						
1.	Saya membeli produk <i>somethinc</i> karena nyaman					

	digunakan					
Pilihan penyalur						
2.	Produk <i>somehinc</i> dijual di <i>online market</i> dan mudah didapat					
Pilihan merek						
3.	Saya membeli produk <i>Somehinc</i> karena memberikan efek pada kulit saya					
Waktu pembelian						
4.	Saya membeli produk <i>Somehinc</i> saat promo/potongan harga					
Jumlah pembelian						
5.	Saya membeli produk <i>somehinc</i> sesuai kebutuhan					

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_4	Pears on Corre lation	.541**	.508**	.554**	1	.735**	.470**	.253	.245	-.040	.505**	.715**
	Sig. (2- tailed)	.002	.004	.002		.000	.009	.178	.191	.832	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_5	Pears on Corre lation	.481**	.602**	.508**	.735**	1	.443*	.263	.480**	.157	.604**	.794**
	Sig. (2- tailed)	.007	.000	.004	.000		.014	.160	.007	.408	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_6	Pears on Corre lation	.226	.466**	.430*	.470**	.443*	1	-.051	.330	.056	.343	.566**
	Sig. (2- tailed)	.229	.009	.018	.009	.014		.789	.075	.770	.063	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_7	Pears on Corre lation	.189	.271	.284	.253	.263	-.051	1	.336	.212	.390*	.501**

Total_X1	Pearson Correlation	.526**	.755**	.796**	.715**	.794**	.566**	.501**	.638**	.416*	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.001	.005	.000	.022	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Digital Marketing (X2)

		Correlations				
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Total_x2
X2_1	Pearson Correlation	1	.347	.411*	.709**	.715**
	Sig. (2-tailed)		.060	.024	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.347	1	.599**	.439*	.777**
	Sig. (2-tailed)	.060		.000	.015	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.411*	.599**	1	.785**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.709**	.439*	.785**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_x2	Pearson Correlation	.715**	.777**	.874**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total Y
Y1	Pearson	1	.304	.826**	.515**	.373*	.840**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.103	.000	.004	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson	.304	1	.258	.717**	.563**	.676**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.103		.169	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson	.826**	.258	1	.400*	.341	.786**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.169		.029	.065	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson	.515**	.717**	.400*	1	.626**	.824**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.029		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson	.373*	.563**	.341	.626**	1	.704**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.042	.001	.065	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson	.840**	.676**	.786**	.824**	.704**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabelitas

Atribut produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	10

Digital Marketing (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	4

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	5

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.142	.354		.402	.689
	Atribut_Produk	.458	.123	.358	3.733	.000
	Digital Marketing	.524	.106	.475	4.957	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 5 Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.508	2	12.254	70.170	.000 ^b
	Residual	16.241	93	.175		
	Total	40.750	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Digital_Marketing, Atribut_Produk

Lampiran 6 Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.142	.354		.402	.689
	Atribut_Produk	.458	.123	.358	3.733	.000
	Digital Marketing	.524	.106	.475	4.957	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 7 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.601	.593	.41790

a. Predictors: (Constant), Digital_Marketing, Atribut_Produk

Lampiran 8 Perintah Revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG)
SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.

Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

NBI dan Nama : Alfiani Mauluda N 1121800059
Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan untuk mengadakan Revisi Skripsi sbb :

No	Keterangan Revisi
	Latar belakang, definisi operasional dan rekomendasi

Surabaya, 30/06/2022 9:18:32

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

(Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM)

Dosen Penguji,

(Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG)
SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisp@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

NBI dan Nama : Alfiani Mauluda N 1121800059
Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan untuk mengadakan Revisi Skripsi sbb :

No	Keterangan Revisi
	perbaiki sesuai saran

Surabaya, 30/06/2022 18:25:56

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

(Dra. Sri Andayani, MM)

Dosen Penguji,

(Dra. Sri Andayani, MM)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG)
SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

NBI dan Nama : Alfiani Mauluda N 1121800059
Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan untuk mengadakan Revisi Skripsi sbb :

No	Keterangan Revisi
	Sempurnakan pembahasan, saran dan daftar pustaka

Surabaya, 30/06/2022 13:31:41

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

(Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP)

Dosen Penguji,

(Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP)

6/7-22

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN DIGITAL MARKETING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
SOMETHINC DI SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

18%	17%	8%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.stieykpn.ac.id Internet Source	1%
2	e-journal.unmas.ac.id Internet Source	1%
3	repository.unika.ac.id Internet Source	1%
4	a-research.upi.edu Internet Source	1%
5	ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uniga.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to President University Student Paper	1%
8	repository.uib.ac.id Internet Source	1%

via.library.depaul.edu

9	Internet Source	1%
10	www.jurnal.usahidsolo.ac.id Internet Source	1%
11	jurnal.uns.ac.id Internet Source	1%
12	repository.bakrie.ac.id Internet Source	1%
13	www.publishing-widyagama.ac.id Internet Source	1%
14	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	1%
15	Submitted to Asosiasi Dosen, Pendidik dan Peneliti Indonesia Student Paper	1%
16	Repository.Umsu.Ac.Id Internet Source	1%
17	ejournal.uniska-kediri.ac.id Internet Source	1%
18	www.jurnalmudiraindure.com Internet Source	1%
19	Garuda.Kemdikbud.Go.Id Internet Source	1%

20	Puput Ratnasiwi, Ahmad Idris. "Pengaruh return on assets, total assets turnover dan inventory turnover terhadap perubahan laba", Jurnal Cendekia Keuangan, 2022 Publication	1%
21	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1%
22	digilib.unimed.ac.id Internet Source	1%
23	repository.unismuhpalu.ac.id Internet Source	1%
24	www.theseus.fi Internet Source	1%
25	www.whitecross.co.jp Internet Source	1%

Exclude quotes

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography