

## Lampiran 1 kuesioner

### LAMPIRAN

#### KUESIONER PENELITIAN

#### **PERBANDINGAN PROMOSI, HARGA DAN CITRA MEREK ANTARA PRODUK KOSMETIK LIPSTIK WARDAH DAN KOSMETIK LIPSTIK PIXY PADA KONSUMEN WARDAH DAN PIXY DI SURABAYA**

Kepada Yth saudara/i Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Saya Dhebbly Cendekia Atsaaro Hakim (1211800017) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengharapkan kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah alat pengambilan data dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul “PERBANDINGAN PROMOSI, HARGA DAN CITRA MEREK ANTARA PRODUK KOSMETIK LIPSTIK WARDAH DAN KOSMETIK LIPSTIK PIXY PADA KONSUMEN WARDAH DAN PIXY DI SURABAYA”. Untuk kerjasama dan kesediaan dalam meluangkan waktu untuk mengisi angket ini, saya ucapkan terimakasih atas bantuannya.

**DATA RESPONDEN**

Nama :

Usia  17-25 Tahun

26- 30 tahun

31-35 tahun

36-40 tahun

Jenis Klamin  Laki-Laki

Perempuan

Saya mengetahui produk Kosmetik Lipstik Wardah atau Pixy:

Ya

Tidak

Merek produk kosmetik lipstik yang saya pilih untuk mengisi kuesioner:

Wardah

Pixy

**Petunjuk pengisian Kuesioner**

Jawablah masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian saudara. Pilihlah salah satu jawaban dari kesekian kolom alternative jawaban yang sesuai dengan cara memberi tanda centang (v) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan jawaban sebagai berikut:

- |                        |       |     |
|------------------------|-------|-----|
| 1. Sangat Setuju       | (SS)  | = 5 |
| 2. Setuju              | (S)   | = 4 |
| 3. Netral              | (N)   | = 3 |
| 4. Tidak Setuju        | (TS)  | = 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | (STS) | = 1 |

## DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Variabel Promosi (X1)</b>						
1	Pesan Promosi Produk Lipstik Wardah atau Pixy yang di sampaikan menarik.					
2	Produk Lipstik Wardah atau Pixy memiliki informasi promosi yang jelas.					
3	Televisi dan internet lebih menarik digunakan untuk Mempromosikan produk Lipstik Wardah atau Pixy di bandingkan Katalog					
4	Saya memilih Produk Lipstik Wardah atau Pixy karena sering mengadakan beauty class event.					
5	Seringnya Promosi pada Produk Lipstik Wardah atau Pixy menarik minat saya untuk membeli.					
6	Produk Lipstik Wardah atau Pixy menawarkan potongan harga setiap pembelian dalam jangka waktu tertentu.					
<b>Variabel Persepsi Harga (X2)</b>						
1	Harga yang diberikan oleh Produk Lipstik Wardah atau Pixy terjangkau oleh konsumen.					
2	Harga Produk Lipstik Wardah atau Pixy sesuai dengan kemampuan daya beli saya.					
3	Saya merasa Produk Lipstik Wardah atau Pixy memberikan manfaat sesuai dengan uang yang saya keluarkan.					
4	Harga Produk Lipstik Wardah atau Pixy sesuai dengan kebutuhan.					
5	Harga yang diberikan oleh Produk Lipstik Wardah atau Pixy sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.					
6	Harga dan Kualitas Produk Lipstik Wardah atau Pixy mampu bersaing dengan produk lain.					
<b>Variabel Citra Merek (X3)</b>						
1	Produk Lipstik Wardah atau Pixy kompeten dalam pembuatan kosmetik lipstik.					
2	Produk Lipstik Wardah atau Pixy digunakan oleh artis-artis ternama.					
3	Untuk Produk Lipstik, Saya percaya terhadap merek Wardah atau Pixy.					
4	Produk Lipstik Wardah atau Pixy mudah didapatkan dipusat perbelanjaan.					
5	Saya mengetahui bahwa Produk Lipstik Wardah atau Pixy merupakan produk Lipstik yang berbeda dengan produk Lipstik lain yang sejenis.					
6	Produk Lipstik Wardah atau Pixy membuat konsumen ingin membeli kembali produknya.					

## Lampiran 2 Penelitian Terdahulu

### PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Silvi Syahrul Ulyah	Analisis Komparasi Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Café Dejavu Ngagel Surabaya dan Café Rolag Kayoon Surabaya)	1. Persepsi Harga (X1)  2. Lokasi (X2)  3. Keputusan Pembelian (Y)	1. Tidak Dapat Perbedaan Signifikan antara Persepsi Harga, Lokasi, dan Keputusan Pembelian Antara Café Dejavu Ngagel Surabaya dan Café Rolag Kayoon Surabaya.
2	Wan Dela Oktaver (2019)	Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Antara Smart Phone Xiaomi Redmi 5A Dengan Samsung J2 Pro (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2014-2016)	1. Kualitas Produk (X1)  2. Citra Merek (X2)  3. Harga (X3)	1. Terdapat Perbedaan Tidak Signifikan antara kualitas Produk Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.  2. Terdapat Perbedaan Signifikan antara Citra Merek dari Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.  3. Terdapat Perbedaan Signifikan antara Harga dari Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.
3	Andre Pratama, Jantje L. Sepang dan Hendra N. Tawas (2018)	Analisis Perbandingan Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Pada Pembeli Pakaian Di Giordano dan Polo (Studi Kasus Di Manado Town Square)	1. Diferensiasi Produk (X1)  2. Citra Merek (X2)	1. Terdapat Perbedaan Signifikan pada Variabel Diferensiasi Produk Antara Giordano dan Polo  2. Terdapat Perbedaan Signifikan pada Variabel Citra Merek antara

				Giordano dan Polo
4	Siti Nuromah, Oktori Kiswati, Aditya Yudha Prima dan Dewi Maharani Purbasari (2021)	Analisis Perbandingan Citra Merek Produk Kosmetik Dalam Negeri dan Luar Negeri (Studi Kasus Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Bogor)	1. Citra Merek (X1)	1. Tidak dapat perbedaan Signifikan Citra merek antara produk kosmetik dalam negeri dengan luar negeri.
5	Yosua Hendy Kussoy, Bode Lumanaw dan Michael Ch.Raintung (2021)	Analisis Perbandingan Strategi Promosi, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel Dan Tri di Kecamatan Motoling Timur	1.Strategi Promosi (X1)  2.Kualitas Layanan (X2)  3.Kepuasan Pelanggan (X3)	1. Terdapat Perbedaan Signifikan Strategi Promosi Kartu Telkomsel dan Tri di Kecamatan Motoling Timur.  2.Terdapat Perbedaan Signifikan Kualitas Layanan Kartu Telkomsel dan Tri di Kecamatan Motoling Timur.  3. Terdapat Perbedaan Signifikan Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel dan Tri di Kecamatan Motoling Timur.
6	Mayumi Itsuwa Candra Septia  (2021)	Analisis Komparatif pengaruh Harga dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo Di Gresik)	1.Harga (X1)  2.Ragam Produk (X2)	1. Terdapat Perbedaan Signifikan Harga Terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo di Gresik.  2.Terdapat Perbedaan Signifikan ragam produk Terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo di Gresik.
7	Nic Arantika Labia, Jantjie L.Sepang dan Yunita Mandagie	Analisis Perbedaan Kualitas Merek, Promosi dan Persepsi Konsumen Pada Pengguna Kartu	1.Kualitas Merek (X1)  2.Promosi (X2)	1. Terdapat Perbedaan Signifikan Ekuitas Merek pada pengguna Kartu

	(2020)	Seluler Tri dan Indosat	3.Persepsi Konsumen (X3)	Seluler Tri dan Indosat. 2.Terdapat Perbedaan Signifikan Promosi pada pengguna Kartu Seluler Tri dan Indosat. 3.Tidak terdapat perbedaan persepsi Konsumen pada kartu Tri dengan Indosat.
--	--------	-------------------------	--------------------------	---

### Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

#### Data Responden

Nama	Usia	Jenis Klamın	Mengetahui produk Kosmetik Lipstik Wardah atau Pixy	Merek produk Kosmetik yang di pilih untuk mengisi kuesioner
Desi	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Gendis	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Della Vitasari	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Nifta Ardilia Putri	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Fitri Ayu	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Ayu Puspitasari	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Sesil	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Prasmesari dwi	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Atika Nurvitasari	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Indah Tri Hapsari	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Fitriah ulfa	31-35 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Mega putri	31-35 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Fitria Nur Cahyani	17-25	Perempuan	Ya	Wardah

	tahun			
Eka	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Wati	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Shinta khusumawati	31-35 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Yuyun Nilawatul Pratiwi	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Ayu Wulandari	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Kholifatul najwa	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Munfarida	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Lita	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
TRI CAHYANINGSIH	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Mulaiqotur R	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Mellya	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Putri agisni Rizki	31-35 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Hanna	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Jasmine	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Pia	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Fida	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Lailatul Azizah	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Nayla Aksari Rizki	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Mrihayuni putri	36-40 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Cantika Ayu	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Wahyuni anjar	36-40 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Vii	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Kim Hyun Ji	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah

Zia Huzila	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Rita	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Ayu Fitri	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Luna aulia	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
PUTERI ROSMAWATI	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Rima Rahmawati	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Mitha	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Tika Nandhini	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Nurul solicha	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Purwanti	31-35 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Vega Maharani	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Fidela Hannah	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Gusti Nadia Widianti	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Laily Nur Khanifah	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Zahrotun Lailatul Muzizatin	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Fara	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Caca	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Tiya	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Nya	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Aisyah	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Rika	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
INDAH DAMAYANTI	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Ulfah	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Mellynda	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy



Ayu ningtyas	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Urbach Fadila Rohma	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Fitri	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Dannys	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Lafitatul Astinah	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Dela kusniya	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Dina	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Aliya	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Mutiara Andini	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Sofi	31-35 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Olivia	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Rachela.P	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
rikha setyo	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Jessica	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Gita	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Dinda aprianti	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Fanny	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Agma Oktavia	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Hilda Ayu	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Anisa Uimadul Bilad	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Febby ayu	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Seren Tri Hapsari	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Arni	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Rahma	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah

Dwi Putri	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Mahesa	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Sofia	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Dian	31-35 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Agnes	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Sri Harianti	36-40 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Anggie	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Saras	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Ningsih	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Agustina	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Novia	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Silvy	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Renny	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Dewi	26-30 tahun	Perempuan	Ya	Pixy
Audrey	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Wardah
Ratna	17-25 tahun	Perempuan	Ya	Pixy

## Lampiran 4. Hasil Kuesioner

### Lipstik Wardah

#### Tabulasi Variabel Promosi dan Persepsi Harga

X1 = Promosi							X2= Persepsi Harga						
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Total_X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	Total_X2
5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	3	4	5	25
4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	5	4	5	27
5	5	4	2	2	2	20	5	5	4	2	2	2	20
3	4	5	4	3	4	23	4	3	4	4	5	5	25
4	5	5	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	3	24
4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	25
2	2	2	5	5	4	20	2	2	2	4	5	5	20
4	4	4	4	5	5	26	5	5	4	3	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	5	27
4	4	5	4	3	2	22	4	4	5	4	3	2	22
4	5	5	4	5	2	25	5	5	5	4	4	2	25
3	4	4	4	5	4	24	5	5	5	3	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30	2	3	4	3	3	4	19
2	3	5	3	3	4	20	4	5	3	5	5	4	26
4	5	5	3	2	2	21	3	4	3	5	5	5	25
3	5	5	4	5	4	26	3	4	3	3	5	5	23
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	5	27
5	5	2	2	5	3	22	4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	4	4	5	27	5	5	5	3	4	3	25
4	4	5	5	3	4	25	3	4	3	3	5	5	23
3	4	5	2	4	2	20	5	5	3	3	3	4	23
3	3	5	5	5	5	26	5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	4	3	4	23	5	5	5	3	4	4	26
3	3	5	2	3	3	19	5	5	5	4	4	4	27
3	4	5	4	3	4	23	4	4	3	5	5	5	26
5	5	4	4	3	4	25	4	5	5	5	5	5	29

3	3	4	2	2	2	16	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	3	23
3	3	4	2	2	2	16	4	4	4	4	4	2	22
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29
4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	4	2	22
4	4	4	3	5	3	23	3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	5	5	26
5	5	4	4	3	4	25	3	4	4	4	5	5	25
4	4	4	3	4	4	23	2	4	4	4	4	4	22
4	4	3	4	3	4	22	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	5	5	5	27
4	3	4	5	5	5	26	4	4	2	4	4	4	22
4	5	4	4	5	5	27	4	3	2	4	4	4	21
3	3	5	2	3	3	19	4	2	2	4	4	4	20
3	4	5	4	4	3	23	4	4	2	5	5	5	25
5	5	4	4	3	4	25	5	4	4	4	3	3	23
3	4	4	4	5	4	24	5	4	4	4	3	3	23
3	4	5	3	4	4	23	5	4	4	3	3	3	22
5	5	5	5	4	3	27	5	5	5	4	4	4	27
5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	4	4	4	26
3	4	5	3	4	4	23	3	3	4	4	4	5	23

### Tabulasi Variabel Citra Merek

X3= Citra Merek						
X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	Total_X3
3	4	3	5	3	4	22
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	4	20
4	5	4	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	25
4	3	3	3	4	3	20
3	4	5	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	5	3	3	22
4	5	4	5	3	4	25
4	3	4	5	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	3	4	4	4	25
3	3	3	3	4	4	20
5	4	3	3	3	3	21
5	5	4	4	4	4	26
4	4	3	4	4	4	23
4	5	3	4	4	4	24
5	3	4	4	2	4	22
4	4	5	5	3	4	25
5	5	4	4	5	4	27
3	4	4	4	4	4	23
4	3	3	3	3	3	19
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	5	4	4	25
2	2	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	2	2	3	3	16

5	4	5	5	5	5	29
3	4	4	4	4	4	23
2	3	3	2	3	3	16
5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	5	4	4	25
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	5	5	4	26
5	5	4	4	5	4	27
3	5	4	5	3	5	25
3	5	4	5	3	5	25
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	4	3	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	3	23

### Lipstik Pixy

### Tabulasi Variabel Promosi dan Persepsi Harga

X1= Promosi							X2= Harga						
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Total_X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	Total_X2
4	3	5	5	3	5	25	3	3	4	3	3	3	19
5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	3	3	3	21
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	3	19	5	4	5	5	4	5	28
4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	4	25
3	4	3	4	3	3	20	3	3	3	4	3	4	20
5	5	4	4	4	5	27	5	5	5	4	4	4	27
3	3	3	4	4	4	21	4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	4	3	23
5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	3	5	4	24	2	2	3	3	3	3	16
4	4	5	5	5	5	28	4	3	5	5	5	5	27
5	4	4	4	4	4	25	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	4	4	27
5	3	3	4	3	3	21	5	5	5	4	5	5	29
5	4	3	4	3	3	22	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	5	26
5	5	4	4	4	5	27	4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	4	4	5	28	4	4	4	3	3	4	22
5	5	4	4	4	3	25	5	5	5	5	5	5	30
4	4	2	2	3	3	18	3	3	3	3	4	4	20
3	3	3	3	4	4	20	3	3	5	4	5	4	24
4	4	5	5	5	4	27	3	3	3	3	4	4	20
5	5	5	5	4	4	28	4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	4	4	20
5	5	4	4	4	4	26	4	5	5	3	3	3	23
5	5	4	4	5	4	27	4	4	4	3	4	5	24
5	5	4	5	5	5	29	3	3	3	4	5	5	23
4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	3	3	2	2	3	3	16
5	3	3	4	4	4	23	5	4	5	5	5	5	29
4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	4	5	29	5	4	4	4	5	5	27
5	4	3	4	4	3	23	4	4	4	4	3	4	23
5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	5	25	4	3	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	3	24	5	5	5	3	4	4	26
4	4	4	4	5	5	26	3	3	4	5	5	5	25
4	3	5	5	5	5	27	3	4	4	3	5	5	24
5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	4	4	4	26
3	3	4	4	4	4	22	5	5	5	5	4	4	28
5	5	3	3	4	4	24	4	4	3	3	4	4	22
4	3	3	3	3	4	20	4	5	4	4	4	3	24
5	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	5	5	27

5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	5	4	4	27	5	3	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

**Tabulasi Variabel Citra Merek**

X3= Citra Merek						
X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	Total_X3
5	3	3	5	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	4	20
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	3	5	4	25
3	3	3	3	3	4	19
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	3	4	4	23
5	5	4	4	4	4	26
4	5	5	5	4	4	27
5	4	4	4	4	4	25
3	3	3	4	4	4	21
3	4	4	4	4	3	22
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	3	3	4	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	27
2	2	3	3	4	5	19
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	4	27
4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	25



3	3	3	4	4	4	21
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	5	25
5	5	4	5	4	4	27
4	4	4	5	5	5	27
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	5	5	5	27
3	3	3	4	5	5	23
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	5	27
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	3	4	4	23
3	3	3	2	2	3	16
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24

### Lampiran 5. Karakteristik Responden

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	72	72.0	72.0	72.0
	26-30 tahun	18	18.0	18.0	90.0
	31-35 tahun	7	7.0	7.0	97.0
	36-40 tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Jenis Klamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	100	100.0	100.0	100.0

**Mengetahui Produk Kosmetik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0

**Merek Produk Kosmetik Yang dipilih**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wardah	50	50.0	50.0	50.0
	Pixy	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 6. Uji Validitas****Lipstik Wardah****Promosi (X1)****Correlations**

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6
X1_1	Pearson Correlation	1	.716**	-.022	.318*	.159	.268
	Sig. (2-tailed)		.000	.877	.024	.270	.060
	N	50	50	50	50	50	50
X1_2	Pearson Correlation	.716**	1	.171	.225	.194	.129
	Sig. (2-tailed)	.000		.235	.116	.176	.373
	N	50	50	50	50	50	50
X1_3	Pearson Correlation	-.022	.171	1	.124	-.016	.045

	Sig. (2-tailed)	.877	.235		.392	.914	.757
	N	50	50	50	50	50	50
X1_4	Pearson Correlation	.318*	.225	.124	1	.538**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.024	.116	.392		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1_5	Pearson Correlation	.159	.194	-.016	.538**	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	.270	.176	.914	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1_6	Pearson Correlation	.268	.129	.045	.692**	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	.060	.373	.757	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50
Total_X1	Pearson Correlation	.623**	.597**	.294*	.798**	.686**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.038	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

### Persepsi Harga (X2)

#### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6
X2_1	Pearson Correlation	1	.664**	.467**	.051	-.222	-.196
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.727	.121	.173
	N	50	50	50	50	50	50
X2_2	Pearson Correlation	.664**	1	.627**	.118	.005	-.020
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.416	.974	.892
	N	50	50	50	50	50	50
X2_3	Pearson Correlation	.467**	.627**	1	.059	-.043	-.104
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.685	.764	.474

	N	50	50	50	50	50	50
X2_4	Pearson Correlation	.051	.118	.059	1	.608**	.358*
	Sig. (2-tailed)	.727	.416	.685		.000	.011
	N	50	50	50	50	50	50
X2_5	Pearson Correlation	-.222	.005	-.043	.608**	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.121	.974	.764	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2_6	Pearson Correlation	-.196	-.020	-.104	.358*	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.173	.892	.474	.011	.000	
	N	50	50	50	50	50	50
Total_X2	Pearson Correlation	.512**	.690**	.592**	.610**	.553**	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

### Citra Merek (X3)

#### Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6
X3_1	Pearson Correlation	1	.568**	.520**	.356*	.544**	.391**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.011	.000	.005
	N	50	50	50	50	50	50
X3_2	Pearson Correlation	.568**	1	.516**	.547**	.546**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3_3	Pearson Correlation	.520**	.516**	1	.682**	.590**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3_4	Pearson Correlation	.356*	.547**	.682**	1	.392**	.696**
	Sig. (2-tailed)						
	N	50	50	50	50	50	50

	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000		.005	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3_5	Pearson Correlation	.544**	.546**	.590**	.392**	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3_6	Pearson Correlation	.391**	.635**	.708**	.696**	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50
Total_X3	Pearson Correlation	.725**	.806**	.844**	.771**	.766**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

### Lipstik Pixy

### Promosi (X1)

#### Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6
X1_1	Pearson Correlation	1	.691**	.354*	.421**	.249	.210
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.002	.081	.143
	N	50	50	50	50	50	50
X1_2	Pearson Correlation	.691**	1	.460**	.426**	.447**	.314*
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.002	.001	.026
	N	50	50	50	50	50	50
X1_3	Pearson Correlation	.354*	.460**	1	.787**	.577**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.012	.001		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1_4	Pearson Correlation	.421**	.426**	.787**	1	.510**	.522**

	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1_5	Pearson Correlation	.249	.447**	.577**	.510**	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.081	.001	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1_6	Pearson Correlation	.210	.314*	.575**	.522**	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.143	.026	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50
Total_X1	Pearson Correlation	.629**	.723**	.858**	.794**	.698**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

### Persepsi Harga (X2)

#### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6
X2_1	Pearson Correlation	1	.751**	.614**	.460**	.271	.298*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.057	.035
	N	50	50	50	50	50	50
X2_2	Pearson Correlation	.751**	1	.659**	.376**	.244	.216
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.087	.131
	N	50	50	50	50	50	50
X2_3	Pearson Correlation	.614**	.659**	1	.650**	.468**	.425**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.002
	N	50	50	50	50	50	50
X2_4	Pearson Correlation	.460**	.376**	.650**	1	.688**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.001	.007	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

X2_5	Pearson Correlation	.271	.244	.468**	.688**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.057	.087	.001	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2_6	Pearson Correlation	.298*	.216	.425**	.644**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.035	.131	.002	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50
Total_X2	Pearson Correlation	.744**	.712**	.834**	.832**	.749**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

### Citra Merek (X3)

#### Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6
X3_1	Pearson Correlation	1	.757**	.620**	.575**	.283*	.152
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.046	.291
	N	50	50	50	50	50	50
X3_2	Pearson Correlation	.757**	1	.766**	.546**	.450**	.264
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.064
	N	50	50	50	50	50	50
X3_3	Pearson Correlation	.620**	.766**	1	.653**	.614**	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3_4	Pearson Correlation	.575**	.546**	.653**	1	.596**	.469**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50
X3_5	Pearson Correlation	.283*	.450**	.614**	.596**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.046	.001	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50

N		50	50	50	50	50	50
X3_6	Pearson Correlation	.152	.264	.504**	.469**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.291	.064	.000	.001	.000	
N		50	50	50	50	50	50
Total_X3	Pearson Correlation	.743**	.820**	.886**	.828**	.770**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		50	50	50	50	50	50

## Lampiran 7. Uji Reabilitas

### Lipstik Wardah

#### Variabel Promosi

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	6

#### Variabel Persepsi Harga

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.608	6

#### Variabel Citra Merek

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	6



## Lipstik Pixy

### Variabel Promosi

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	6

### Variabel Persepsi Harga

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	6

### Variabel Citra Merek

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	6

## Lampiran 8. Uji Normalitas

## Lipstik Wardah

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Promosi Lipstik Wardah	Harga Lipstik Wardah	Citra Merek Wardah
N		50	50	50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	24.34	24.80	24.66
	Std. Deviation	3.462	2.928	3.740
Most Extreme Differences	Absolute	.116	.111	.109
	Positive	.081	.111	.084
	Negative	-.116	-.107	-.109
Test Statistic		.116	.111	.109

Asymp. Sig. (2-tailed)	.092 <sup>c</sup>	.173 <sup>c</sup>	.196 <sup>c</sup>
------------------------	-------------------	-------------------	-------------------

## Lipstik Pixy

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Promosi Lipstik Pixy	Harga Lipstik Pixy	Citra Merek Lipstik Pixy
N		50	50	50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	25.58	24.72	24.68
	Std. Deviation	3.233	3.592	3.407
Most Extreme Differences	Absolute	.093	.117	.112
	Positive	.086	.071	.068
	Negative	-.093	-.117	-.112
Test Statistic		.093	.117	.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.083 <sup>c</sup>	.159 <sup>c</sup>

## Lampiran 9. Uji Homogenitas

### Variabel Promosi

#### Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Promosi	Based on Mean	.308	1	98	.580
	Based on Median	.832	1	98	.364
	Based on Median and with adjusted df	.832	1	94.455	.364
	Based on trimmed mean	.587	1	98	.446

## Variabel Persepsi Harga

## Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
PersepsiHarga	Based on Mean	.810	1	98	.370
	Based on Median	.801	1	98	.373
	Based on Median and with adjusted df	.801	1	94.082	.373
	Based on trimmed mean	.849	1	98	.359

## Variabel Citra Merek

## Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
CitraMerek	Based on Mean	2.300	1	98	.133
	Based on Median	2.499	1	98	.117
	Based on Median and with adjusted df	2.499	1	97.369	.117
	Based on trimmed mean	2.639	1	98	.107

## Lampiran 10. Uji Independent T-Test

## Uji Beda Promosi

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	std. Error Difference	95% Confidence Interval Of the Difference	
									Lower	Upper
Promosi	Equal variances assumed	.308	.580	-2.442	98	.016	-1.660	0.680	-3.009	-.311
	Equal variances not assumed			-2.442	97.513	.016	-1.660	0.680	-3.009	-.311


### Uji Bada Persepsi Harga

		Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	T	Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	std. Error Difference	95% Confidence Interval Of the Difference	
									Lower	Upper
Persepsi Harga	Equal variances assumed	.810	.370	-.662	98	.510	-.420	.634	-1.679	.839
	Equal variances not assumed			-.662	95.563	.510	-.420	.634	-1.680	.840


### Uji Bada Citra Merek

		Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	T	Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	std. Error Difference	95% Confidence Interval Of the Difference	
									Lower	Upper
Citra Merek	Equal variances assumed	2.300	.133	-2.655	98	.009	-1.700	.640	-2.971	-.429
	Equal variances not assumed			-2.655	96.249	.009	-1.700	.640	-2.971	-.429

## Lampiran11. Kartu Bimbingan Skripsi


**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp. (031) 5925289, 081216781170 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

**SEMESTER**  
 Gasal / Genap : \_\_\_\_\_











**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**


Nama Mahasiswa / NBI : Dheby cendekia Atsaaro HAM 121800017

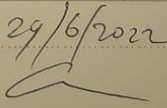
Nama Pembimbing : DRS. Ec. Rudy Santoso, MM

Judul Skripsi : PERBANDINGAN PROMOSI, HARGA DAN CITRA MEREK ANTARA PRODUK KOSMETIK LIPSTIK WARDAH DAN KOSMETIK LIPSTIK PIXY PADA KONSUMEN WARDAH DAN PIXY SURABAYA

Mulai Program Skripsi : Semester \_\_\_\_\_ Thn. Ak. \_\_\_\_\_ Selesai Bimbingan Tanggal \_\_\_\_\_

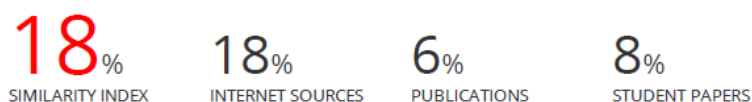
No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	23/3/2022		Konsultasi judul	
2	4/5/2022		judul Ace	
3	10/4/2022	proposal	revisi proposal	
4	13/4/2022	I, II, III	proposal Ace	
5	16/4/2022		revisi Kuesioner	
6	5/6/2022		Kuesioner OK	
7	14/6/2022	IV, V	Revisi	
8	17/6/2022	IV, V	Revisi	
9	21/6/2022	IV + V	Revisi	
10	29/6/2022	IV + V	Ace	

Perpanjangan I : \_\_\_\_\_  
 Semester : \_\_\_\_\_  
 Th. Ak. : \_\_\_\_\_  
 Paraf Kajur : \_\_\_\_\_

Surabaya, 29/6/2022  
  
 ( Nama dan tanda tangan Pembimbing )

PERBANDINGAN PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK ANTARA PRODUK KOSMETIK LIPSTIK WARDAH DAN KOSMETIK LIPSTIK PIXY PADA KONSUMEN WARDAH DAN PIXY DI SURABAYA

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>uit.e-journal.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>digilib.uinsby.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Zulma Zulma. "Pengaruh Kesegaran Jasmani melalui Senam Sribu pada Siswa Kelas V SD N 21 Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman", JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 2017</b> Publication	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Jakarta</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>repository.stei.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>ojs.cahayamandalika.com</b> Internet Source	<b>1%</b>

lppm.abi.ac.id

7	Internet Source	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
9	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	1%
10	www.coursehero.com Internet Source	1%
11	creatormedia.my.id Internet Source	1%
12	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 29 words

Exclude bibliography  On