

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### KUISIONER PENELITIAN

#### **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKIN CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”**

Perkenalkan nama saya Halimatus Sakdiyah salah satu mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya program studi Manajemen. Dalam rangka menyusun skripsi saya meminta kesediaan teman-teman sekalian untuk mengisi kuesioner penelitian dibawah ini. Informasi yang diberikan akan sangat membantu kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini. Saya selaku peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan teman-teman sekalian.

Petunjuk pengisian:

1. Penelitian ini tentang produk skincare perawatan wajah meliputi krim wajah, serum, dan cleanser.
2. Isilah kuesioner dibawah ini dengan jujur dan benar sesuai dengan kenyataan yang ada.
3. Jawab pernyataan atau pertanyaan yang diajukan dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai.

#### **A. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Usia :
  - 20 – 21 tahun
  - 22 – 23 tahun
  - 23 tahun keatas

#### **B. Kriteria Bobot Penelitian**

Dibawah ini meruPakan pernyataan, berikan respon dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan:

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Kurang Setuju (KS) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

### C. Pernyataan Penelitian

#### 1. Kualitas Produk ( $X_1$ )

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>1.</b>	<b>Fitur (<i>Features</i>)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang memiliki bentuk kemasan yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan pengguna					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang memiliki varian produk yang sesuai dengan kondisi kulit pengguna					
<b>2.</b>	<b>Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care karena manfaat yang dijanjikan					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang efek pemakaiannya terbukti mempengaruhi perbaikan kulit ditinjau dari konsumen sebelumnya					

<b>3.</b>	<b>Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Confermance Quality</i>)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care apabila spesifikasi produknya sudah sesuai dengan apa yang dijanjikan					
	Saya akan membeli produk Skin Care apabila harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang di berikan					
<b>4.</b>	<b>Daya tahan (<i>Durability</i>)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang tahan lama dalam pemakaiannya					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang kemasannya tidak gampang rusak untuk waktu yang lama					
<b>5.</b>	<b>Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang tidak memiliki efek samping ketika digunakan					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang nyaman dipakai pada kulit					
<b>6.</b>	<b>Gaya (<i>Style</i>)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care karena desain kemasan produk yang menarik					

	Saya akan membeli produk Skin Care karena desain bentuk produk yang praktis					
--	---	--	--	--	--	--

## 2. Persepsi Harga ( $X_2$ )

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>1.</b>	<b>Keterjangkauan harga produk dengan produk lainnya</b>					
	saya akan membeli produk Skin Care yang harganya terjangkau untuk dibeli					
	saya akan membeli produk Skin Care yang sesuai dengan kemampuan daya beli saya					
<b>2.</b>	<b>Kesesuaian harga produk atau jasa dengan kualitas produk atau jasa</b>					
	saya akan membeli produk Skin Care yang harganya sesuai dengan kualitas produk yang didapat					
	saya akan membeli produk Skin Care yang harganya sesuai dengan kinerja produk terhadap kulit					
<b>3.</b>	<b>Perbandingan harga dengan harga produk dan jasa lain yang sejenis</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care jika perbandingan harganya					

	tidak jauh berbeda dengan produk Skin Care pesaing					
	Saya akan membeli produk jika harga jual sudah sesuai dengan harga pasar					
<b>4.</b>	<b>Kesesuaian harga atau jasa dengan manfaat yang didapat</b>					
	saya akan membeli produk Skin Care yang harganya sesuai dengan manfaat yang diinginkan ketika memakai produk					
	Saya akan membeli produk Skin Care yang harganya sesuai dengan keandalan Skin Care dalam merawat kulit					
<b>5.</b>	<b>Pembeli produk mendapat aksesoris lainnya</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care jika mendapatkan aksesoris sebagai tambahan produk					
	Saya akan membeli produk Skin Care jika mendapatkan hadiah produk tambahan saat memenuhi suatu persyaratan pembelian					
<b>6.</b>	<b>Memberikan diskon atau potongan harga</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care saat sedang diberlakukan diskon					

	Saya akan membeli produk Skin Care ketika sedang diberlakukan potongan harga					
--	--	--	--	--	--	--

### 3. Citra Merek (X<sub>3</sub>)

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>1.</b>	<b>Citra pembuat (corporate image)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care dengan merek yang reputasinya sudah dikenal baik oleh masyarakat					
	Saya akan membeli produk Skin Care dengan merek yang sudah terpercaya dikalangan masyarakat					
<b>2.</b>	<b>Citra Produk (Product Image)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care dengan merek yang sudah terjamin aman untuk digunakan					
	Saya akan membeli produk Skin Care dengan merek yang selalu memberikan inovasi baru terhadap produk Skin Care yang dijual					
<b>3.</b>	<b>Citra Pemakai (User Image)</b>					
	Saya akan membeli produk Skin Care dengan merek yang dapat meningkatkan rasa percaya diri					

	saya ketika memakainya					
	Saya akan membeli produk Skin Care dengan merek yang bernilai tinggi dimata masyarakat					

#### 4. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>1.</b>	<b>Pengenalan Masalah</b>					
	Saya membeli produk Skin Care karena kebutuhan perawatan terhadap kulit saya					
	Saya membeli produk Skin Care karena karena terinspirasi dari teman ketika memakai produk tersebut					
<b>2.</b>	<b>Pencarian Informasi</b>					
	Saya membeli produk Skin Care karena melihat iklan yang ada di sosial media					
	Saya membeli produk Skin Care karena rekomendasi dari orang lain					
<b>3.</b>	<b>Evalusi Alternatif</b>					
	Saya membeli produk Skin Care berdasarkan evaluasi kualitas pada produk tersebut					

	Saya membeli produk Skin Care berdasarkan evaluasi harga dari produk tersebut					
<b>4.</b>	<b>Keputusan Pembelian</b>					
	Saya membeli produk Skin Care berdasarkan merek dari produk tersebut					
	Saya membeli produk skinacre karena sedang ada diskon pada waktu tertentu					





5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	50
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	53
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	48
5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	53
5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	54
4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	49
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	54
3	5	4	5	5	4	3	4	5	5	3	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	51
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	52
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	52
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	49
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	48
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	58
4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	54

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	53
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	52
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	54

Persepsi Harga												TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	53
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	55
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	53
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	53
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
4	4	5	5	3	3	5	5	2	2	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	48
4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	48



4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	53
4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	44
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	5	5	5	4	4	5	4	3	2	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	52
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	53
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	52
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	55
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	53
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	48

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	54
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	58
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	55
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	52
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	45
4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	54
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
5	5	5	5	3	4	5	5	4	3	4	4	52

Citra Merek						TOTAL
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	4	5	4	26
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	3	3	2	22
4	5	5	5	4	5	28

5	4	5	4	5	4	27
4	4	5	5	4	3	25
4	4	5	3	3	4	23
4	4	4	4	5	3	24
5	5	5	4	4	4	27
4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	5	4	27
4	5	5	5	5	2	26
4	4	5	4	4	4	25
5	5	4	4	4	4	26
5	4	5	4	3	3	24
4	5	5	4	5	4	27
5	4	5	5	5	5	29
4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	4	4	4	26
4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	2	4	2	22
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	3	3	26
5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	5	25
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30

4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	4	4	26
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
4	5	4	5	3	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	4	27
5	5	5	4	4	4	27
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	5	4	26
5	5	4	4	4	5	27
4	5	4	5	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	4	3	25





4	3	3	3	4	3	3	3	26
5	3	3	4	4	4	4	5	32
4	5	5	5	5	4	4	5	37
5	3	3	3	4	4	4	5	31
5	3	3	3	4	3	3	2	26
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	3	3	5	5	4	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	2	2	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	5	4	5	5	38
4	3	4	4	4	4	4	4	31
5	4	4	4	3	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	5	4	5	35
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	4	4	4	5	5	4	36
4	5	4	5	5	4	4	4	35
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	4	4	4	5	4	3	3	31
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	5	4	4	5	36
5	5	4	5	4	5	4	5	37
5	4	5	4	4	5	5	5	37

4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	4	5	4	4	36
5	5	4	4	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	3	32

### Lampiran 3 Uji Validitas

#### 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations														
		X0 1	X0 2	X0 3	X0 4	X0 5	X0 6	X0 7	X0 8	X0 9	X1 0	X1 1	X1 2	TO TA L
X0 1	Pearson Correlation	1	,35 4**	,56 1**	,32 8**	,41 1**	,51 5**	,54 8**	,39 9**	,18 1	,21 5	,42 1**	,57 2**	,68 8**
	Sig. (2- tailed)		,00 1	,00 0	,00 3	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,10 9	,05 5	,00 0	,00 0	,00 0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X0 2	Pearson Correlation	,35 4**	1	,53 4**	,70 2**	,59 7**	,57 6**	,37 2**	,36 1**	,47 0**	,53 6**	,05 0	,29 5**	,70 0**
	Sig. (2- tailed)	,00 1		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 1	,00 0	,00 0	,65 8	,00 8	,00 0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X0 3	Pearson Correlation	,56 1**	,53 4**	1	,70 5**	,47 4**	,41 7**	,58 0**	,54 2**	,46 0**	,34 7**	,31 1**	,56 6**	,81 1**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 2	,00 5	,00 0	,00 0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X0 4	Pearson Correlation	,32 8**	,70 2**	,70 5**	1	,46 9**	,44 8**	,45 1**	,43 1**	,51 9**	,48 5**	,07 0	,35 0**	,72 7**
	Sig. (2- tailed)	,00 3	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,53 8	,00 1	,00 0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X0 5	Pearson Correlation	,41 1**	,59 7**	,47 4**	,46 9**	1	,60 8**	,38 0**	,26 8*	,33 4**	,50 9**	,25 7*	,31 1**	,67 4**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 1	,01 6	,00 2	,00 0	,02 1	,00 5	,00 0







X09	Pearson Correlation	,345**	,420**	,244*	,253*	,441**	,494**	,253*	,467**	1	,662**	,417**	,485**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,029	,023	,000	,000	,023	,000		,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X10	Pearson Correlation	,359**	,336**	,160	,138	,424**	,475**	,171	,376**	,662**	1	,563**	,517**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,155	,221	,000	,000	,129	,001	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X11	Pearson Correlation	,305**	,375**	,170	,279*	,368**	,530**	,318**	,337**	,417**	,563**	1	,750**	,678**
	Sig. (2-tailed)	,006	,001	,131	,012	,001	,000	,004	,002	,000	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X12	Pearson Correlation	,200	,469**	,259*	,208	,245*	,469**	,287**	,238*	,485**	,517**	,750**	1	,642**
	Sig. (2-tailed)	,075	,000	,021	,064	,029	,000	,010	,033	,000	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	,619**	,729**	,570**	,661**	,660**	,749**	,612**	,731**	,708**	,672**	,678**	,642**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														



### 3. Uji Validitas Variabel Citra Merek

Correlations								
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	,423**	,299**	,298**	,323**	,370**	,639**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,007	,004	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X02	Pearson Correlation	,423**	1	,184	,429**	,332**	,267*	,618**
	Sig. (2-tailed)	,000		,103	,000	,003	,017	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X03	Pearson Correlation	,299**	,184	1	,226*	,225*	,058	,440**
	Sig. (2-tailed)	,007	,103		,044	,045	,609	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X04	Pearson Correlation	,298**	,429**	,226*	1	,550**	,621**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,044		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X05	Pearson Correlation	,323**	,332**	,225*	,550**	1	,521**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,004	,003	,045	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X06	Pearson Correlation	,370**	,267*	,058	,621**	,521**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,001	,017	,609	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	,639**	,618**	,440**	,797**	,758**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

#### 4. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations										
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	,268*	,251*	,202	,273*	,383**	,258*	,322**	,481**
	Sig. (2-tailed)		,016	,025	,072	,014	,000	,021	,004	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X02	Pearson Correlation	,268*	1	,749**	,605**	,285*	,591**	,504**	,379**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,016		,000	,000	,011	,000	,000	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X03	Pearson Correlation	,251*	,749**	1	,651**	,323**	,614**	,488**	,469**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,025	,000		,000	,004	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X04	Pearson Correlation	,202	,605**	,651**	1	,468**	,685**	,577**	,435**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,072	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X05	Pearson Correlation	,273*	,285*	,323**	,468**	1	,453**	,286*	,307**	,566**
	Sig. (2-tailed)	,014	,011	,004	,000		,000	,010	,006	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X06	Pearson Correlation	,383**	,591**	,614**	,685**	,453**	1	,541**	,572**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X07	Pearson Correlation	,258*	,504**	,488**	,577**	,286*	,541**	1	,581**	,736**

	Sig. (2-tailed)	,021	,000	,000	,000	,010	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X08	Pearson Correlation	,322**	,379**	,469**	,435**	,307**	,572**	,581**	1	,706**
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,000	,000	,006	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TO TA L	Pearson Correlation	,481**	,788**	,814**	,811**	,566**	,838**	,736**	,706**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

**Lampiran 4 Uji Realibilitas****1. Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,886	12

**2. Uji Realibilitas Variabel Citra Merek**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,888	12

**3. Uji Realibilitas Variabel Ccitra Merek**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,761	6

**4. Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,869	8

## Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

**Uji Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji Parsial (t test), Uji Simultan (Uji F)**

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,43890419
Most Extreme Differences	Absolute		,156
	Positive		,097
	Negative		-,156
Test Statistic			,156
Asymp. Sig. (2-tailed)			,000 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,075 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,000
		Upper Bound	,151
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 80 sampled tables with starting seed 303130861.			

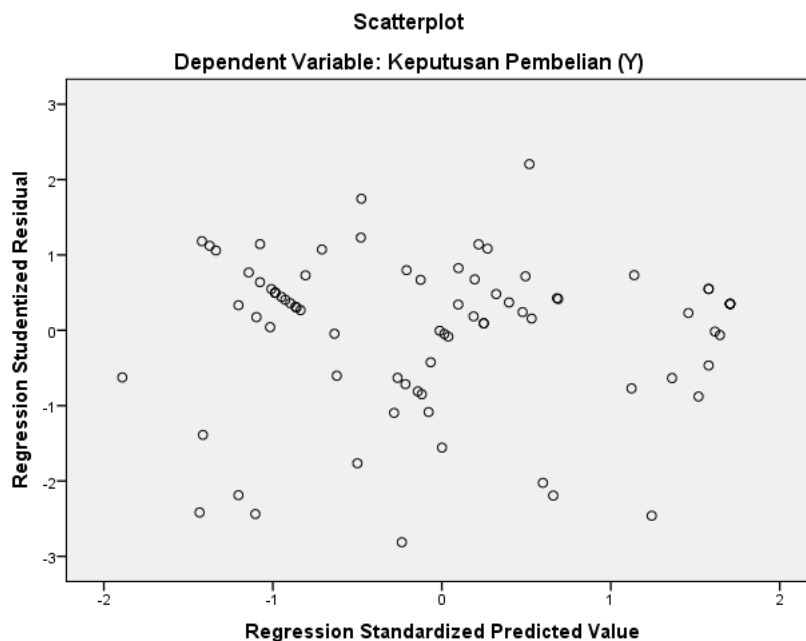
## 2. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,581	2,856		-1,254	,214		
Kualitas Produk (X1)	,185	,073	,238	2,532	,013	,433	2,311
Persepsi Harga (X2)	,391	,078	,509	5,038	,000	,375	2,667
Citra Merek (X3)	,277	,137	,180	2,024	,046	,484	2,065

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### 3. Uji Hetersokedastiitas



### Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,581	2,856		-1,254	,214
	Kualitas Produk (X1)	,185	,073	,238	2,532	,013
	Persepsi Harga (X2)	,391	,078	,509	5,038	,000
	Citra Merek (X3)	,277	,137	,180	2,024	,046

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Lampiran 7 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,842 <sup>a</sup>	,709	,697	2,01590

a. Predictors: (Constant), Citra Merek (X3), Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2)

### Lampiran 8 Uji Hipotesis

#### 4. Uji Parsial (t test)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,581	2,856		-1,254	,214
	Kualitas Produk (X1)	,185	,073	,238	2,532	,013
	Persepsi Harga (X2)	,391	,078	,509	5,038	,000
	Citra Merek (X3)	,277	,137	,180	2,024	,046

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)



### 5. Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	750,947	3	250,316	61,596	,000 <sup>b</sup>
	Residual	308,853	76	4,064		
	Total	1059,800	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Citra Merek (X3), Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2)

### Lampiran 9 Distribusi r Tabel

Tabel r untuk df = 51-80

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.25	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
<b>51</b>	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
<b>52</b>	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
<b>53</b>	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
<b>54</b>	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
<b>55</b>	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
<b>56</b>	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
<b>57</b>	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
<b>58</b>	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
<b>59</b>	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
<b>60</b>	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
<b>61</b>	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
<b>62</b>	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
<b>63</b>	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
<b>64</b>	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
<b>65</b>	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
<b>66</b>	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
<b>67</b>	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
<b>68</b>	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
<b>69</b>	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
<b>70</b>	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
<b>71</b>	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
<b>72</b>	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
<b>73</b>	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
<b>74</b>	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
<b>75</b>	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
<b>76</b>	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
<b>77</b>	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
<b>78</b>	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
<b>79</b>	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
<b>80</b>	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568

### Lampiran 10 Distribusi t Tabel

#### Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr / dr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260

<b>70</b>	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
<b>71</b>	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
<b>72</b>	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
<b>73</b>	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
<b>74</b>	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
<b>75</b>	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
<b>76</b>	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
<b>77</b>	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
<b>78</b>	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
<b>79</b>	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
<b>80</b>	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526


### Lampiran 11 Distrubusi Tabel F

#### Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

Df (N2) n-k df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang N1 df (N1) = k-1									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>46</b>	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04
<b>47</b>	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04
<b>48</b>	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03
<b>49</b>	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03
<b>50</b>	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03
<b>51</b>	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
<b>52</b>	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
<b>53</b>	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
<b>54</b>	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
<b>55</b>	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
<b>56</b>	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
<b>57</b>	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
<b>58</b>	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
<b>59</b>	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00

<b>60</b>	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
<b>61</b>	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
<b>62</b>	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
<b>63</b>	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
<b>64</b>	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
<b>65</b>	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
<b>66</b>	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
<b>67</b>	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
<b>68</b>	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
<b>69</b>	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
<b>70</b>	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
<b>71</b>	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
<b>72</b>	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
<b>73</b>	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
<b>74</b>	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
<b>75</b>	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
<b>76</b>	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
<b>77</b>	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96

Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi



**IUNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus: Jl. Semolowu 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, E-mail: febu@untag-sby.ac.id

**SEMESTER**  
**Gasal / Genap**  
2021 / 2022


**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa / NBI : Halimatus Sakdiah , 1211800081

Nama Pembimbing : Dr. Hanis Susanti, M.M

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian Pada Produk skincare (Studi kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Mulai Program Skripsi : Semester 8 Thn. Ak. Selesai Bimbingan Tanggal .....



No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	Is, II proposal	05/04/22	kegiatan kritis & komp. ris & langkah program pemb. merek & revisi	✍
2	Kamis/14/04/22	III, ke-3000	revisi	✍
3	Senin/18/04/22	I-III, kuesioner	sejalan	✍
4	Jum'at/13/05/22	kuesioner	yang form ace, tiap tat validasi	✍
5	Senin/13/06/22	kuesioner	layak digunakan	✍
6	Selasa/14/06/22	IV	pembahasan, dengan penulisan terdulu	✍
7	Rabu/15/06/22	IV, V	IV tetapi, V aran & suskapan dijabari	✍
8	Kamis/16/06/22	V	sejalan	✍
9	Jum'at/17/06/22	Kesiapan	ujian, naskah final layak	✍
10	Senin/20/06/22	Sejalan	untuk ujian skripsi	✍


Perpanjangan I \_\_\_\_\_

Semester \_\_\_\_\_

Th. Ak. \_\_\_\_\_

Paraf Kajur \_\_\_\_\_

Surabaya, 20 Juni 2022



( Nama dan tanda tangan Pembimbing )

### Lampiran 13 Hasil Turnitin

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKIN CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

#### ORIGINALITY REPORT

<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>19%</b>	<b>11%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>digilib.uinkhas.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>kukabarin.blogspot.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Udayana University</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Ahmad Fauzan, Abdul Rohman. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis &amp; Manajemen, 2020</b> Publication	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>www.scilit.net</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Pasmah Chandra, Wilda Tri Kartika. "Pengaruh Keaktifan Mengikuti Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) Terhadap Hasil Belajar</b>	<b>1%</b>

Pendidikan Agama Islam (PAI) di Bengkulu",  
Edification Journal, 2021  
Publication

7	konsultasiskripsi.com Internet Source	1 %
8	eprints.dinus.ac.id Internet Source	1 %
9	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	1 %
10	repository.um.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.uma.ac.id Internet Source	1 %
12	zebradoc.tips Internet Source	1 %
13	ejournalwiraraja.com Internet Source	1 %
14	eprints.unmas.ac.id Internet Source	1 %
15	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	1 %
16	ejurnal-mapalus-unima.ac.id Internet Source	1 %
17	journals.usm.ac.id Internet Source	1 %



---

18	Submitted to ppmsom Student Paper	1 %
19	Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi, Ni Nyoman Yulianthini. "PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NASABAH ASURANSI SUN LIFE FINANCIAL SINGARAJA", JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan bisnis, Akuntansi, 2022 Publication	1 %
20	acopen.umsida.ac.id Internet Source	1 %
21	ijsrst.com Internet Source	1 %
22	jurnalmahasiswa.umsu.ac.id Internet Source	1 %
23	www.journals.synthesispublication.org Internet Source	1 %

---

Exclude quotes  OnExclude bibliography  OnExclude matches  < 16 words