

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Berkaitan dengan penyelesaian skripsi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang berjudul “**ANALISIS *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA**”. Dengan kerendahan hati saya sebagai peneliti, saya mohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Kesungguhan dalam memberikan jawaban akan sangat bermanfaat dan membantu keberhasilan terhadap penelitian ini. Saya menyadari hal ini akan mengganggu aktivitas atau ketenangan sodara. Atas kesediaan Saudara saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Fitri Oktaviani

I. Identitas Bapak / Ibu / Saudara/i

Kepada YTH. Saudara untuk menjawab setiap pernyataan yang diberikan dengan jujur dan sebenar-benarnya.

Berilah tanda *checklist* (✓) pada pilihan pada kotak yang tersedia di bawah ini.

1. Nama Responden :

2. Usia:

15-22 tahun

29-33 tahun

23-28 tahun

34-39 tahun

3. Berapa kali anda membeli produk kosmetik Emina

1-2 kali

5-6 kali

3-4 kali

≥ 7 kali

II. Petunjuk Pengisian

Pilih salah satu jawaban yang mewakili diri Anda dan memberi tanda (✓). Berikan jawaban terhadap pertanyaan dalam kuesioner ini yang menurut anda sesuai dengan realita dengan memberikan tanda (✓) pada setiap kolom pernyataan yang disediakan. Skor jawaban di bagi menjadi 5 kriteria sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) / berbobot 1
2. Tidak Setuju (TS) / berbobot 2
3. Netral (N) / berbobot 3
4. Setuju (S) / berbobot 4
5. Sangat Setuju (ST) / berbobot 5

1. Pernyataan untuk Variabel *Brand Image* (X1)

Lampiran 1 pernyataan *Brand Image* (X1)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>Brand Personality</i>						
1.	Emina kosmetik selalu melakukan inovasi yang menarik perhatian konsumen					
2.	Saya membeli produk Emina kosmetik karena merek tersebut selalu mendapat respon baik dari para pengguna					
<i>Brand Association</i>						
3.	Saya menggunakan produk Emina kosmetik karena memiliki pilihan produk untuk berbagai macam jenis kulit					
4.	Produk Emina kosmetik mudah di jumpai dimana saja					
<i>Brand Identity</i>						
5.	Emina kosmetik relative lebih murah dari produk pesaing					
6.	Saya mampu mengenali produk Emina kosmetik di antara merek-merek lainnya					
<i>Brand Benefit and Competence</i>						
7.	Kualitas merek Emina kosmetik sesuai dengan fungsinya					
8.	Emina kosmetik mudah diperoleh dimana saja					

<i>Brand Attitude and Behavior</i>						
9.	Produk Emina kosmetik mudah di aplikasikan					
10.	Emina kosmetik memiliki keunikan yang membedakanya dengan produk lain					

2. Pernyataan untuk Variabel Kualitas Produk (X2)

Lampiran 2 pernyataan Kualitas Produk (X2)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Kinerja (<i>performance</i>)						
1.	Emina kosmetik memberikan kualitas yang sesuai dengan yang ditawarkan					
2.	Emina kosmetik menjual produk yang dijamin kualitasnya					
Fiture Produk						
3.	Saya membeli produk Emina kosmetik karena memiliki tampilan yang menarik					
4.	Saya menggunakan produk Emina kosmetik karena memiliki pilihan produk untuk berbagai macam jenis kulit					
Kehandalan						
5.	Produk Emina kosmetik sangat memuaskan					
6.	Produk Emina kosmetik memberikan kenyamanan pada saat digunakan					
Kesesuaian						

7.	Semua Produk Emina kosmetik mudah untuk didapatkan					
8.	Produk Emina kosmetik sesuai dengan dengan apa yang diharapkan					
<i>Durability</i>						
9.	Produk Emina kosmetik tidak mudah rusak					
10.	Kemasan produk Emina kosmetik cenderung kokoh					
<i>Serviceability</i>						
11.	Produk Emina kosmetik mudah untuk di dapatkan dimana saja					
12.	Produk Emina kosmetik mudah untuk digunakan					
<i>Esthetics</i>						
13.	Emina kosmetik memiliki tampilan bentuk maupun warna yang sangat variatif					
14.	Pilihan warna yang di sediakan Emina Kosmetik cukup menarik					
<i>Perceived Quality</i>						
15.	Produk Emina kosmetik cocok pada kulit saya					
16.	Produk Emina kosmetik nyaman digunakan sehari-hari					

3. Pernyataan untuk Variabel Persepsi Harga (X3)

Lampiran 3 pernyataan Persepsi Harga(X3)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga produk Emina kosmetik sesuai dengan daya beli saya					
2.	Harga produk Emina kosmetik sesuai dengan hasil yang diinginkan					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas						
3.	Harga produk Emina kosmetik yang dijual sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
4.	Harga produk Emina kosmetik sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
5.	Produk Emina kosmetik mempunyai daya saing tinggi dengan produk kosmetik lain					
6.	Harga produk Emina kosmetik memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan merek lain					
Harga Sesuai Dengan Kemampuan Atau Daya Saing Harga						
7.	Harga yang ditawarkan Emina kosmetik sesuai dengan manfaat yang ditawarkan					
8.	Harga produk Emina kosmetik dapat bersaing dengan produk lain					

4. Pernyataan Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)

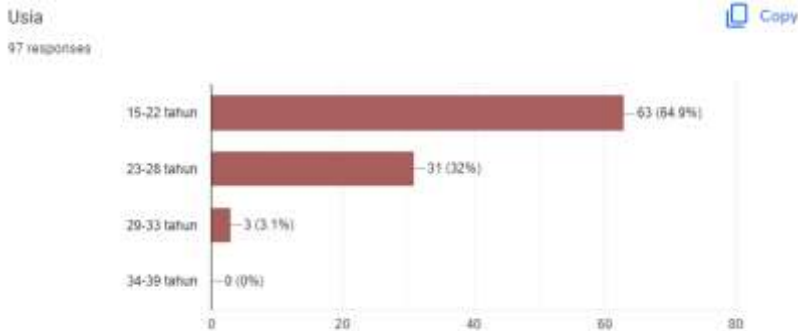
Lampiran 4 pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Pilihan Produk						
1.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk Emina kosmetik karena terdapat berbagai macam pilihan produk sesuai jenis kulit yang saya butuhkan					
2.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk Emina kosmetik karena kualitas produknya bagus					
Pilihan Merek						
3.	Saya merasa Emina kosmetik memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan produknya					
4.	Saya memutuskan membeli produk Emina kosmetik karena mereknya banyak dikenal					
Pilihan Saluran Pembelian						
5.	Saya memutuskan untuk membeli produk Emina kosmetik karena mudah di dapatkan dimana saja					
6.	Saya memutuskan membeli produk Emina kosmetik karena adanya pengalaman dari orang lain					
Jumlah Pembelian						
7.	Saya memutuskan untuk membeli produk Emina kosmetik berulang karena jenis produknya yang beragam					
8.	Emina kosmetik selalu memberi penawaran					

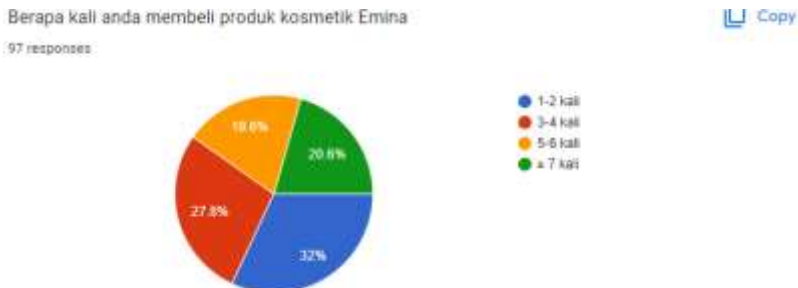
	menarik terkait pembelian produknya					
Waktu Pembelian						
9.	Saya telah melakukan pembelian berulang terhadap produk Emina Kosmetik					
10.	Saya memutuskan membeli produk Emina kosmetik setelah melakukan perbandingan dengan produk lain					

Lampiran Tabulasi Hasil Kuesioner

Lampiran 5 Tabulasi Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia



Lampiran 6 Tabulasi Hasil Kuesioner Berdasarkan Frekuensi Pembelian



Variabel *Brand Image* (X1)**Lampiran 7 Tabulasi Hasil Kuesioner *Brand Image* (X1)**

<i>Brand Image</i> (X1)										
X1.1	X1.2	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.10	Total X1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	43
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	39

4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	38
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	45
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	46
4	4	5	5	5	3	3	5	5	3	42
5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	36
3	2	3	5	4	4	3	4	4	3	35
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32

3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	45
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	44
4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	36
4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	43
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	40
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	46
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	4	3	3	3	5	4	2	3	4	34
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	5	4	4	4	5	5	2	41
4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	44
4	3	3	5	5	5	5	4	4	2	40
4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49

4	5	2	5	5	5	3	4	4	3	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	44
3	3	3	5	5	5	4	5	5	4	42
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	45
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	45

3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37

Variabel Kualitas Produk (X2)

Lampiran 8 Tabulasi Hasil Kuesioner Kualitas Produk (X2)

Kualitas Produk (X2)																
X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X 2. 10	X 2. 11	X 2. 12	X 2. 13	X 2. 14	X 2. 15	X 2. 16	T ot al
3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	75
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	70
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	77
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	79
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	64

4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	58
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	78
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	57
5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	75
4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	60
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	75
3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	54
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	75
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	5	60
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	70
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	68
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	62

Variabel Persepsi Harga (X3)

Lampiran 9 Tabulasi Hasil Kuesioner Persepsi Harga (X3)

Persepsi Harga (X3)								
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	4	3	4	4	4	4	31

4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	5	4	4	4	35
4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	4	5	4	4	4	5	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	5	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	4	4	4	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	5	5	5	5	37
2	3	4	5	5	5	5	5	34
3	3	3	3	4	3	3	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	5	5	4	4	5	4	36
4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	3	3	3	3	4	26
5	4	4	4	5	3	4	5	34
5	5	5	5	4	4	4	4	36

4	4	4	4	4	5	5	5	35
5	4	4	5	5	4	5	5	37
5	5	4	4	3	4	4	4	33
5	4	4	4	4	5	5	5	36
5	4	4	4	5	4	4	5	35
3	4	4	4	3	4	5	5	32
5	5	5	3	5	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	5	5	5	5	36
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	3	3	4	4	4	30
4	4	5	5	5	4	5	5	37
5	5	3	3	4	3	4	5	32
5	4	4	4	4	3	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	3	3	5	5	35
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	4	4	4	5	4	4	5	35
5	4	5	5	4	5	4	5	37

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	45
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	43
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	42
5	4	4	4	5	2	4	4	2	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
5	4	4	3	4	5	3	3	5	4	40
3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	34

4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	36
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	34
3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	32
5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	44
3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	39
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	5	4	3	3	5	5	5	4	41
5	5	3	3	4	3	2	3	4	3	37
5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	37
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	42
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	45
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	43
2	4	4	5	5	1	4	5	5	3	38
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44

5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
4	4	4	5	5	5	3	3	5	4	43
5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	45
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	37
3	4	3	4	5	5	3	4	3	3	38
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44

X1.9	Pearson Correlation	.508**	.379**	.400**	.369**	.376**	.444**	.468**	.754**	1	.511**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.10	Pearson Correlation	.464**	.582**	.466**	.232*	.259*	.516**	.576**	.548**	.511**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.021	.010	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Brand Image	Pearson Correlation	.798**	.794**	.686**	.623**	.634**	.704**	.765**	.767**	.717**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

Lampiran 12 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	Kualitas Produk
X2.1 Pearson Correlation	1	.755**	.521**	.581**	.652**	.552**	.484**	.556**	.284**	.214*	.305**	.422**	.520**	.366**	.414**	.249*	.705**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.003	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.16	Pearson Correlation	.249*	.187	.253*	.135	.369**	.317**	.334**	.347**	.312**	.363**	.491**	.430**	.537**	.412**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.065	.012	.185	.000	.001	.001	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.705**	.716**	.677**	.652**	.760**	.770**	.750**	.770**	.620**	.629**	.640**	.746**	.793**	.668**	.680**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

Lampiran 13 Uji Validitas Persepsi Harga (X3)

Lampiran 13 Uji Validitas Y

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Presepsi Harga
X3.1	Pearson Correlation	1	.598*	.521*	.357*	.327*	.212*	.146	.161	.606**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.036	.151	.113	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.2	Pearson Correlation	.598*	1	.666*	.530*	.240*	.338*	.298*	.236*	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.017	.001	.003	.020	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.3	Pearson Correlation	.521*	.666*	1	.660*	.459*	.510*	.427*	.168	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.098	.000

Y10	Pearson Correlation	.558**	.601**	.581**	.584**	.451**	.671**	.723**	.709**	.689**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.774**	.844**	.825**	.812**	.763**	.725**	.781**	.785**	.753**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

Lampiran 15 Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	10

Lampiran 16 Asumsi Klasik Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.38573780
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.038
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Lampiran 17 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.907	5.956		.992	.324		
Brand Image	.257	.115	.241	2.231	.028	.636	1.572
Kualitas Produk	.178	.066	.259	2.703	.008	.810	1.234
Presepsi Harga	.362	.148	.242	2.456	.016	.764	1.310

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 18 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.323	3.737		.889	.376
Brand Image	.029	.072	.052	.402	.689
Kualitas Produk	.006	.041	.018	.154	.878
Presepsi Harga	-.047	.093	-.059	-.504	.615

a. Dependent Variable: abs_res

Lampiran 19 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.548 ^a	.301	.278		4.455	1.854

a. Predictors: (Constant), Presepsi Harga, Kualitas Produk, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 20 Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.907	5.956		.992	.324		
	Brand Image	.257	.115	.241	2.231	.028	.636	1.572
	Kualitas Produk	.178	.066	.259	2.703	.008	.810	1.234
	Presepsi Harga	.362	.148	.242	2.456	.016	.764	1.310

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 21 Uji Korelasi Parsial

Correlations

		Brand Image	Kualitas Produk	Presepsi Harga	Keputusan Pembelian
Brand Image	Pearson Correlation	1	.415 ^{**}	.469 ^{**}	.462 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.415 ^{**}	1	.077	.378 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.449	.000

	N	98	98	98	98
Presepsi Harga	Pearson Correlation	.469**	.077	1	.376**
	Sig. (2-tailed)	.000	.449		.000
	N	98	98	98	98
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.462**	.378**	.376**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98

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

Lampiran 22 Uji Hipotesis Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	801.714	3	267.238	13.464	.000 ^b
	Residual	1865.766	94	19.849		
	Total	2667.480	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Presepsi Harga, Kualitas Produk, Brand Image

Lampiran 22 Uji Hipotesis Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.907	5.956		.992	.324		
	Brand Image	.257	.115	.241	2.231	.028	.636	1.572
	Kualitas Produk	.178	.066	.259	2.703	.008	.810	1.234
	Presepsi Harga	.362	.148	.242	2.456	.016	.764	1.310

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 23**Koefisien Determinasi R²****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.548 ^a	.301	.278		4.455	1.854

a. Predictors: (Constant), Presepsi Harga, Kualitas Produk, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA DI BANGKALAN

ORIGINALITY REPORT


1 %	18%	11%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1
3	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1
5	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
6	sitedi.uho.ac.id Internet Source	1%
7	kc.umh.ac.id Internet Source	1%
8	stiemuttaqien.ac.id Internet Source	1%

9	Mawar Sharon Kolinug, Lisbeth Mananeke, Jeffry Tampenawas. "PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022	1
10	Publication	
11	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
12	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	1%
13	repository.um-palembang.ac.id Internet Source	1%
14	Submitted to President University Student Paper	1%
15	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
16	repository.uhn.ac.id Internet Source	1%
17	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%


S u	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	1
	Student Paper	
18	Yudi Irawan Abi. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KFC DI KOTA BENGKULU", Managament Insight: Jurnal	1%
	Ilmiah Manajemen, 2020	
	Publication	1%
19	digilib.perbanas.id	1%
	Internet Source	
20	eprints.ums.ac.id	1%
	Internet Source	
21	eprints.uny.ac.id	1%
	Internet Source	
22	typeset.io	<1%
	Internet Source	
22	fani_yr.staff.gunadarma.ac.id	
	Internet Source	
23		



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Rangcar: Jl. Semolowangi 45 Surabaya 60118, Telp: (031) 5925289, E-mail: ...

SEMESTER
Gasal / ~~Genap~~
2022 / 2023

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa / NBI : Firi Oktiani 1211900010

Nama Pembimbing : Dr. Endah Budianti, M.Si

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk ~~Kosmetik~~ ^{Kosmetik} ~~Beauty Care~~ ^{Emina}

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

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL.	KETERANGAN REVISI	
	26/09/2022	Judul	Revisi	fd
	07/10/2022	Judul	Ace	fd
	16/10/2022	Proposal	Revisi	fd
	20/10/2022	Proposal	Ace	fd
	14/11/2022	Bab I, II, III	Revisi	fd
	01/11/2022	Bab I, II, III	Ace	fd
	28/11/2022	Bab N, V.	Revisi	fd
	05/12/2022	Bab N, V	Ace	fd
	10/12/2022	Abstrak	Revisi	fd
	16/12/2022	Abstrak	Ace	fd


Perpanjangan I _____

Semester _____

Th. Ak. _____

Paraf Kajar _____

Sambaya,



Dr. Endah Budianti, M.Si
Pembimbing