

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

"Pengaruh *Influencer Marketing* Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman (Studi Kasus Street Boba X @keanuagl Kota Surabaya Tahun 2022)"

A. Kriteria Responden

Dalam pengisian kuesioner ini memiliki karakteristik tersendiri untuk responden sebagai berikut:

- 1) Responden yang menjadi konsumen Street Boba yang pernah membeli di outlet/cabang wilayah Surabaya
- 2) Responden yang pernah membeli produk minuman Street Boba x @keanuagl

B. Petunjuk Pengisian

Dalam memudahkan responden untuk mengisi pernyataan ini, maka peneliti memberikan petunjuk pengisian sebagai berikut:

- 1) Setiap butir pernyataan wajib dijawab 1 kali.
- 2) Pengisian butir pernyataan sesuai dengan pengalaman individu dari responden.
- 3) Setiap butir pernyataan menggunakan skor 1-5 dengan penjelasan jawaban sebagai berikut:

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

C. Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : Remaja Awal (12-16 tahun)

Remaja Akhir (17-25 tahun)

Dewasa Awal (26-35 tahun)

Dewasa Akhir (36-45 tahun)

Pekerjaan : Pelajar//Mahasiswa

Pegawai Negeri

Pegawai Swasta

Tidak Bekerja

Lainnya

Pendapatan : < 500.000

500.000 – 1.000.000

1.000.000 – 2.000.000

2.000.000 – 3.000.000

> 3.000.000

Saya pernah membeli Street Boba X @keanuagl pada outlet Street Boba Surabaya:

(Minimal jawaban 1)

<input type="checkbox"/>	Street Boba Tunjungan
<input type="checkbox"/>	Street Boba Merr
<input type="checkbox"/>	Street Boba Royal Plaza Surabaya
<input type="checkbox"/>	Street Boba Moestopo Surabaya
<input type="checkbox"/>	Street Boba Universitas Petra
<input type="checkbox"/>	Street Boba Loop Graha Family
<input type="checkbox"/>	Street Boba San Antonio
<input type="checkbox"/>	Street Boba G Walk Citraland

D. Daftar Pernyataan

Peneliti telah menyediakan daftar pernyataan untuk dijawab oleh responden, setiap bulir pernyataan dapat diisi dengan 1 kotak. Penelitian ini murni bersifat akademis, terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya,

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Variabel <i>Influencer Marketing</i>						
1	<i>Reliability</i> (Relabilitas)	Produk minuman yang direview atau direkomendasikan influencer (Keanu) sesuai dengan apa yang saya rasakan saat membeli produk street boba x @keanuagl				
2	<i>Knowledge</i> (Pengetahuan)	Influencer (Keanu) memiliki pengetahuan bagaimana mendeskripsikan cita rasa pada produk street boba x @keanuagl				
3	<i>Helpfulness</i> (Kegunaan)	Promosi yang dilakukan influencer (Keanu) membantu saya untuk mengetahui produk baru dan promo dari Street Boba x @keanuagl				
4	<i>Confidence</i> (Kepercayaan)	Influencer (Keanu) memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mempromosikan produk Street Boba x @keanuagl				
5	<i>Articulation</i> (Artikulasi)	Pesan yang disampaikan influencer (Keanu) pada saat mereview produk Street Boba x @keanuagl dapat tersampaikan dengan jelas				

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Variabel Variasi Produk						
6	Ukuran	Terdapat berbagai ukuran yang disediakan Street Boba x @keanuagl sesuai dengan keinginan konsumen				
7	Harga	Harga untuk produk Street Boba x @keanuagl cukup terjangkau dari varian rasa lainnya				
8	Tampilan	Menurut saya model kemasan dan tampilan pada produk Street Boba x @keanuagl menarik				
9	Ketersediaan Produk	Produk Street Boba x @keanuagl tidak tersedia setiap saat, karena merupakan season variasi menu (seasonal)				
Variabel Keputusan Pembelian						
10	Kemantapan pada sebuah produk	Saya melakukan pembelian produk Street Boba x @keanuagl karena harga, produk dan kualitas rasa sesuai dengan apa yang saya harapkan				
11	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya melakukan pembelian produk Street Boba x @keanuagl karena sudah terbiasa dengan rasa minumannya				
12	Kecepatan dalam membeli sebuah produk	Saya langsung membeli produk Street Boba x @keanuagl saat ada/tidak ada promo tanpa pertimbangan				

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel jawaban responden Variabel *Influencer Marketing* (X1)

No Responden	Pernyataan					Total skor	Rata-rata skor
	1	2	3	4	5		
1	3	4	5	5	5	22	4,40
2	4	4	5	4	4	21	4,20
3	4	5	4	5	4	22	4,40
4	4	4	4	4	3	19	3,80
5	4	5	4	3	4	20	4,00
6	4	3	5	4	4	20	4,00
7	5	5	5	5	5	25	5,00
8	4	4	5	5	4	22	4,40
9	4	5	4	5	4	22	4,40
10	4	4	4	5	3	20	4,00
11	3	3	3	4	3	16	3,20
12	4	4	3	3	3	17	3,40
13	5	5	5	5	5	25	5,00
14	5	5	4	4	4	22	4,40
15	4	4	4	4	4	20	4,00
16	5	4	4	4	4	21	4,20
17	3	4	5	5	4	21	4,20
18	3	3	3	3	3	15	3,00
19	4	3	4	5	5	21	4,20
20	4	4	5	5	5	23	4,60
21	5	5	5	5	4	24	4,80
22	5	4	3	5	4	21	4,20
23	5	4	4	5	5	23	4,60
24	5	4	3	5	3	20	4,00
25	4	4	3	5	5	21	4,20
26	4	4	4	4	3	19	3,80
27	4	4	5	5	5	23	4,60
28	4	5	5	5	5	24	4,80
29	5	4	5	5	5	24	4,80

30	5	5	5	4	5	24	4,80
----	---	---	---	---	---	----	------

Sumber: Olah data kuesioner (Peneliti, 2023)

Tabel jawaban responden Variabel Variasi Produk (X2)

No Responden	Pernyataan				Total skor	Rata-rata skor
	1	2	3	4		
1	5	5	4	5	19	4,75
2	5	5	4	5	19	4,75
3	4	4	4	4	16	4,00
4	3	3	4	4	14	3,50
5	4	3	5	4	16	4,00
6	4	4	5	4	17	4,25
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	5	5	5	20	5,00
9	4	5	4	4	17	4,25
10	4	3	3	4	14	3,50
11	3	4	4	4	15	3,75
12	4	4	4	4	16	4,00
13	5	5	5	5	20	5,00
14	4	4	4	4	16	4,00
15	4	4	4	4	16	4,00
16	4	3	3	4	14	3,50
17	5	5	4	5	19	4,75
18	3	3	3	3	12	3,00
19	5	5	4	5	19	4,75
20	5	4	4	4	17	4,25
21	4	4	4	4	16	4,00
22	4	3	4	4	15	3,75
23	4	5	3	3	15	3,75
24	5	5	4	3	17	4,25
25	4	5	4	4	17	4,25
26	3	3	5	4	15	3,75
27	4	5	4	3	16	4,00

28	4	4	5	4	17	4,25
29	5	4	5	4	18	4,50
30	4	5	4	4	17	4,25

Sumber: Olah data kuesioner (Peneliti, 2023)

Tabel jawaban responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Responden	Pernyataan			Total skor	Rata-rata skor
	1	2	3		
1	5	5	5	15	5,00
2	4	5	4	13	4,33
3	4	4	4	12	4,00
4	3	3	3	9	3,00
5	5	4	4	13	4,33
6	4	4	4	12	4,00
7	4	5	5	14	4,67
8	5	5	4	14	4,67
9	3	4	4	11	3,67
10	4	4	3	11	3,67
11	3	3	3	9	3,00
12	4	4	3	11	3,67
13	4	5	5	14	4,67
14	4	4	4	12	4,00
15	3	4	4	11	3,67
16	4	4	4	12	4,00
17	4	5	4	13	4,33
18	3	3	3	9	3,00
19	4	5	5	14	4,67
20	4	5	5	14	4,67
21	4	4	4	12	4,00
22	3	4	4	11	3,67
23	3	4	5	12	4,00
24	4	5	3	12	4,00
25	4	4	5	13	4,33

26	4	3	3	10	3,33
27	5	4	5	14	4,67
28	5	4	5	14	4,67
29	4	5	5	14	4,67
30	5	4	5	14	4,67

Sumber: Olah data kuesioner (Peneliti, 2023)

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji validitas Variabel *Influencer Marketing* (X1)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TotX1
P1	Pearson Correlation	1	.481**	.107	.228	.281	.586**
	Sig. (2-tailed)		.007	.572	.225	.133	.001
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.481**	1	.333	.195	.297	.650**
	Sig. (2-tailed)	.007		.073	.302	.111	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.107	.333	1	.359	.578**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.572	.073		.051	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.228	.195	.359	1	.521**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.225	.302	.051		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.281	.297	.578**	.521**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.133	.111	.001	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TotX1	Pearson Correlation	.586**	.650**	.717**	.672**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Sumber: Olah data SPSS 20. (Peneliti, 2023)

Hasil Uji validitas Variabel Variasi Produk (X2)

Correlations

		P6	P7	P8	P9	TotX2
P6	Pearson Correlation	1	.632**	.264	.547**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.158	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.632**	1	.150	.310	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.429	.095	.000
	N	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.264	.150	1	.415*	.591**
	Sig. (2-tailed)	.158	.429		.022	.001
	N	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.547**	.310	.415*	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.002	.095	.022		.000
	N	30	30	30	30	30
TotX2	Pearson Correlation	.839**	.757**	.591**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	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).

Sumber: Olah data SPSS 20. (Peneliti, 2023)

Hasil Uji validiats Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		P10	P11	P12	TotY
P10	Pearson Correlation	1	.404*	.408*	.744**
	Sig. (2-tailed)		.027	.025	.000
	N	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	.404*	1	.548**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.027		.002	.000
	N	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	.408*	.548**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.025	.002		.000
	N	30	30	30	30
TotY	Pearson Correlation	.744**	.807**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Sumber: Olah data SPSS 20. (Peneliti, 2023)

Hasil uji Reliabilitas Variabel *Influencer Marketing* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

Sumber: Olah data SPSS 20. (Peneliti, 2023)

Hasil uji Reliabilitas Variabel Variasi Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

Sumber: Olah data SPSS 20. (Peneliti, 2023)

Hasil uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	3

Sumber: Olah data SPSS 20. (Peneliti, 2023)



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

Program Studi ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Catur Iman Safii
NBI : 1121900045
Program Studi : Administrasi Niaga
Dosen Pembimbing I : Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
Dosen Pembimbing II : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman (Studi Kasus Street Boba x @Keanuagl Kota Surabaya Tahun 2022)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	2-3-2023	Proporsi, Acc & Catatan Pab I ke pemb II		
2	8/3-2023	Bab I Acc ds. perbaikan manfaat Praktis		
3	9/3 2023	Bab II : Acc ds. perbaikan teknis penulisan		
4	14-3-2023	Pab I Acc - Pab II Tambahkan Indik teori		
5	16-3-2023	Pab II Acc, & catatan		
6	4/4-2023	Acc Pab III : dengan memasukkan hasil uji validitas		
7	6-4-23	Pab II, III Acc Kuesioner disebarkan Uji Validitas & Reliabilitas 30 resp.		



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

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
8.	14-4-23	Uji Validitas & Reliabilitas Acc Kuesioner BTA & pakai & mengumpulkan data		
9	22/5-23	Bab IV revisi		
10	25/5-23	Bab IV - Acc. Bab V - revisi Rekomendasi		
11	25-5-23	Bab IV Acc & catatas sesuai saran		
12	31/5-23	Bab V → acc ds. perbaikan rekomendasi		
13.	6-6-23	Bab IV Acc Bab V Acc		

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 6-6-2023

Dosen Pembimbing I,

(.....)

Dosen Pembimbing II,

(.....)



SURAT KETERANGAN

Nomor: 257/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Catur Iman Safii

NBI : 1121900045

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%. Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 09 Juni 2023

Kepala Lab. Otoda,



Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

