

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### “Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan Pembelian *Brand H&M* di Surabaya “

##### A. PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam sejahtera bagi kita semua, Syalom, Oom Swastiastu, Namu Buddhaya, Salam kebajikan. Sehubungan dengan adanya pengumpulan data untuk penelitian ini sebagai syarat menyelesaikan studi S1 dari Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya Bilqis Sylvia Devi memohon dengan hormat ketersediaan anda untuk dapat menjadi partisipan mengisi e-kuesioner. Berikut ini adalah e-kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tugas akhir saya dengan judul “Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan Pembelian *Brand H&M* di Surabaya”. Oleh karena itu, saya mohon kesediaannya untuk menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan yang disediakan dan kuisisioner yang diberikan di bawah ini. Atas ketersediaannya, saya ucapkan terima kasih.

##### B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : Laki - Laki / Perempuan

Usia :

- 15 - 20 Tahun
- 21 - 25 Tahun
- 26 - 30 Tahun
- > 31 Tahun

Pekerjaan :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Wiraswasta
- Lain-Lain

##### C. PERNYATAAN ASPEK YANG DITELITI

Setiap pertanyaan yang anda pilih memiliki kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan keterangan jawaban sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju = 1

TS : Tidak Setuju = 2

KS : Kurang Setuju = 3

- S : Setuju = 4  
 SS : Sangat Setuju = 5

<b><i>Fashion Involvement (X<sub>1</sub>)</i></b>						
NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
<b><i>Product Involvement</i></b>						
1.	Saya membeli produk h&m karena penting untuk <i>fashion</i> saya					
2.	Saya membeli produk h&m karena berkaitan dengan kehidupan <i>fashion</i> saya					
3.	Saya membeli produk h&m karena dapat memberi nilai tambah terhadap <i>fashion</i> saya					
<b><i>Purchase Decision Involvement</i></b>						
4.	Saya mencari informasi mengenai produk h&m sebelum membelinya					
5.	Saya mempertimbangkan produk h&m sebelum membelinya					
6.	Saya tertarik untuk mencoba produk h&m sebelum membelinya					
<b><i>Consumption</i></b>						
7.	Saya akan membayar lebih untuk suatu produk h&m yang memberikan status sosial bagi saya					
8.	Saya tertarik dengan produk pakaian baru h&m yang memberikan status sosial bagi saya					
<b><i>Advertising Involvement</i></b>						
9.	Saya tertarik membeli produk h&m yang tertera pada iklan banner					
10.	Saya tertarik membeli produk h&m yang ada di iklan media massa					

<b><i>Visual Branding (X<sub>2</sub>)</i></b>						
NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
<b><i>Distinctive</i></b>						
1.	Saya memilih produk h&m karena memiliki kualitas yang lebih baik dibanding produk pesaing					
2.	Saya memilih produk h&m karena memiliki lebih banyak diskon dibanding produk pesaing					
<b><i>Memorable</i></b>						
3.	Saya memilih produk h&m karena lebih mengikuti trend dibanding produk pesaing					

<b>Flexible</b>					
4.	Saya memilih produk h&m karena memiliki harga yang lebih terjangkau				
<b>Cohesive</b>					
5.	Saya memilih produk h&m karena variasi produk yang beragam dibanding produk pesaing				

<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>						
NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
<b>Sesuai kebutuhan</b>						
1.	Saya memilih produk h&m karena mudah ditemukan di setiap mall					
<b>Mempunyai Manfaat</b>						
2.	Saya memilih produk h&m karena bermanfaat dalam <i>fashion</i> saya					
<b>Ketepatan Dalam Membeli Produk</b>						
3.	Saya memilih produk h&m karena desainnya sesuai dengan keinginan saya					
<b>Pembelian Berulang</b>						
4.	Saya memilih produk h&m karena merasa nyaman ketika digunakan					

## Lampiran 2 Kartu Bimbingan



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 : Bilqis Sylvia Devi  
 NBI : 1121900011  
 Program Studi : Administrasi Niaga  
 Dosen Pembimbing I : Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P  
 Dosen Pembimbing II : Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M  
 Judul Skripsi : PENGARUH FASHION INVOLVEMENT & VISUAL BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND H&M DI SURABAYA

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	8-3-2023	Proposal Acc & catatan Pab I dit ke Pemb II di	<i>h</i>	
2	9/3-23	Bab I Acc & catatan II Penelitian terdahulu & format		<i>Dr</i>
3	29/3-23	Bab I Format penulisan Bab II Format & raucangan & uji 2		<i>Dr</i>
4	25/5/23	Bab 4 Acc Bab III Revisi sample & instrumen		<i>Dr</i>
5	25-5-23	Bab I Acc Bab II Tambahkan teori & Produk Kuisiner bisa uji: Validitas & Reliabilitas Bab III Acc & catatan	<i>h</i>	
6	13/23 b	Bab II Acc & catatan	<i>h</i>	<i>Dr</i>
7	13-6-23	Bab II, III Acc	<i>h</i>	



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 : fisp@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
8.	13/6'23	Bab III Hasil uji instrumen dipindah ke Bab IV, bab IV belum ada		
9.	13/6'23	regresi & interval Bab V kesimpulan diparagraf & saras		
10.	15/6'23	Bab IV & V Aee & n catatan rekomendasi disempurnakan		
11.	16/6'23	Bab IV & V Aee		
12.	16-6-23	Bab IV & V diperjelas sesuai saran		
13.	16-6-23	Bab IV & V ACC		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 16-6-2023

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

**Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Pengumpulan Kuesioner**

**Variabel Fashion Involvement (X1)**

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total	Rata-Rata
1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35	3.50
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	4.10

3	2	3	3	2	5	5	1	1	2	2	26	2.60
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45	4.50
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43	4.30
6	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	14	1.40
7	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	43	4.30
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
9	4	2	4	3	4	5	3	3	3	3	34	3.40
10	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	34	3.40
11	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	46	4.60
12	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46	4.60
13	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	12	1.20
14	5	3	5	3	5	3	5	5	3	3	40	4.00
15	5	5	5	3	4	4	2	3	4	4	39	3.90
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4.10
17	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	37	3.70
18	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46	4.60
19	3	4	4	2	4	5	3	3	4	4	36	3.60
20	4	3	4	5	4	4	2	2	4	5	37	3.70
21	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34	3.40
22	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43	4.30
23	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	45	4.50
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4.10
25	4	5	4	5	4	4	4	3	3	5	41	4.10
26	3	3	4	4	4	5	4	3	3	5	38	3.80
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
28	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	4.20
29	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	43	4.30
30	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44	4.40
31	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47	4.70
32	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44	4.40
33	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43	4.30
34	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	34	3.40
35	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44	4.40
36	2	3	5	5	5	5	5	5	5	4	44	4.40
37	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	42	4.20
38	5	5	4	5	5	5	4	4	5	1	43	4.30
39	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46	4.60
40	3	3	5	4	3	4	4	5	5	5	41	4.10
41	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	47	4.70
42	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4.90
43	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47	4.70
44	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40	4.00
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
46	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47	4.70



91	1	2	3	3	2	2	1	2	3	3	22	2.20
92	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	20	2.00
93	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	35	3.50
94	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	20	2.00
95	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2.00
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2.00
97	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	21	2.10
98	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	20	2.00
99	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	26	2.60
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
Total	324	323	345	354	371	366	311	316	345	351	3406	340.6
Rata-Rata	3.24	3.23	3.45	3.54	3.71	3.66	3.11	3.16	3.45	3.51	34.06	3.406

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil tabulasi variabel *Fashion Involvement* (X1) di atas, bahwa responden memilih jawaban cukup setuju dengan indikator nilai rata-rata 3,40.

#### Variabel Visual Branding (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-Rata
1	4	5	4	4	4	21	4.20
2	5	5	5	5	5	25	5.00
3	2	4	3	3	3	15	3.00
4	5	5	4	4	5	23	4.60
5	4	4	5	5	4	22	4.40
6	2	2	1	3	1	9	1.80
7	4	5	4	5	5	23	4.60
8	5	4	5	4	4	22	4.40
9	4	4	4	4	4	20	4.00
10	3	3	4	4	4	18	3.60
11	5	5	4	4	5	23	4.60
12	5	4	4	5	5	23	4.60
13	1	2	2	1	1	7	1.40
14	4	5	4	4	4	21	4.20
15	4	3	4	4	4	19	3.80
16	5	5	5	4	4	23	4.60
17	4	4	4	4	5	21	4.20
18	5	5	5	4	5	24	4.80
19	4	4	4	4	4	20	4.00
20	3	4	2	4	5	18	3.60
21	4	4	3	4	4	19	3.80
22	5	5	5	5	5	25	5.00
23	5	5	5	5	5	25	5.00
24	5	5	5	5	5	25	5.00



25	4	5	5	4	4	22	4.40
26	5	5	5	5	5	25	5.00
27	5	5	5	5	5	25	5.00
28	5	4	5	4	5	23	4.60
29	5	5	4	4	5	23	4.60
30	5	3	4	5	5	22	4.40
31	5	5	5	4	4	23	4.60
32	5	5	5	5	5	25	5.00
33	5	5	5	5	5	25	5.00
34	3	4	3	4	4	18	3.60
35	5	5	5	4	4	23	4.60
36	5	5	4	4	5	23	4.60
37	4	5	5	5	5	24	4.80
38	4	5	3	4	5	21	4.20
39	5	3	4	5	5	22	4.40
40	5	4	5	5	5	24	4.80
41	5	5	5	5	5	25	5.00
42	5	5	5	5	5	25	5.00
43	5	5	5	5	5	25	5.00
44	4	4	4	4	4	20	4.00
45	4	4	4	4	4	20	4.00
46	5	5	5	5	5	25	5.00
47	5	5	5	5	3	23	4.60
48	5	5	5	4	5	24	4.80
49	3	3	3	4	3	16	3.20
50	5	4	4	5	5	23	4.60
51	4	4	5	4	4	21	4.20
52	5	5	4	4	3	21	4.20
53	4	4	4	4	4	20	4.00
54	4	5	5	5	5	24	4.80
55	2	2	1	2	2	9	1.80
56	4	4	4	4	4	20	4.00
57	2	2	2	1	3	10	2.00
58	4	3	3	3	3	16	3.20
59	4	5	2	3	2	16	3.20
60	3	3	3	3	2	14	2.80
61	3	3	3	3	2	14	2.80
62	3	3	3	3	3	15	3.00
63	3	3	3	3	3	15	3.00
64	3	3	3	3	3	15	3.00
65	3	3	3	3	3	15	3.00
66	3	3	3	3	3	15	3.00
67	3	4	4	3	3	17	3.40
68	3	3	3	3	3	15	3.00

69	3	3	3	3	3	15	3.00
70	3	3	3	3	3	15	3.00
71	3	4	4	3	4	18	3.60
72	3	3	3	3	3	15	3.00
73	3	3	3	2	3	14	2.80
74	3	3	3	3	3	15	3.00
75	3	3	3	3	3	15	3.00
76	3	3	2	2	2	12	2.40
77	3	3	3	3	3	15	3.00
78	2	3	1	2	3	11	2.20
79	2	3	1	2	3	11	2.20
80	3	4	4	5	5	21	4.20
81	4	4	4	4	4	20	4.00
82	2	2	2	3	3	12	2.40
83	2	3	3	2	1	11	2.20
84	4	5	5	4	5	23	4.60
85	2	2	2	2	2	10	2.00
86	3	2	2	2	2	11	2.20
87	3	3	2	2	1	11	2.20
88	2	2	2	2	2	10	2.00
89	3	3	3	3	3	15	3.00
90	3	3	3	3	3	15	3.00
91	3	3	3	3	3	15	3.00
92	3	3	2	2	2	12	2.40
93	4	5	4	4	5	22	4.40
94	2	2	3	3	3	13	2.60
95	3	2	2	2	3	12	2.40
96	2	2	2	2	2	10	2.00
97	2	3	3	3	2	13	2.60
98	3	3	2	3	2	13	2.60
99	3	3	4	3	3	16	3.20
100	5	5	5	5	5	25	5.00
Total	370	379	361	364	369	1843	368.6
Rata-Rata	3.7	3.79	3.61	3.64	3.69	18.43	3.686

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil tabulasi variabel *Visual Branding* (X2) di atas, bahwa responden memilih jawaban setuju dengan indikator nilai rata-rata 3,68.

#### Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Total	Rata-Rata
1	4	4	3	4	15	3.75
2	5	5	5	5	20	5.00
3	4	2	3	3	12	3.00

4	5	5	5	4	19	4.75
5	5	4	4	5	18	4.50
6	1	1	1	3	6	1.50
7	5	5	5	5	20	5.00
8	5	4	5	4	18	4.50
9	4	4	4	4	16	4.00
10	4	4	4	4	16	4.00
11	5	4	5	5	19	4.75
12	5	5	4	5	19	4.75
13	1	2	1	3	7	1.75
14	5	5	4	5	19	4.75
15	5	5	5	5	20	5.00
16	5	5	4	5	19	4.75
17	4	4	4	4	16	4.00
18	5	5	5	5	20	5.00
19	4	4	4	4	16	4.00
20	5	4	3	5	17	4.25
21	4	3	4	4	15	3.75
22	5	5	5	5	20	5.00
23	5	5	5	5	20	5.00
24	5	5	5	5	20	5.00
25	4	5	5	5	19	4.75
26	5	5	5	5	20	5.00
27	5	5	5	5	20	5.00
28	5	4	5	5	19	4.75
29	5	5	5	5	20	5.00
30	5	5	5	5	20	5.00
31	5	5	4	5	19	4.75
32	5	2	4	5	16	4.00
33	5	5	5	5	20	5.00
34	3	4	4	4	15	3.75
35	5	4	4	5	18	4.50
36	4	5	5	4	18	4.50
37	5	5	5	4	19	4.75
38	4	5	5	4	18	4.50
39	4	5	5	4	18	4.50
40	4	3	3	4	14	3.50
41	4	5	5	4	18	4.50
42	5	5	5	4	19	4.75
43	5	5	5	5	20	5.00
44	4	4	4	4	16	4.00
45	4	4	4	4	16	4.00
46	5	5	5	5	20	5.00
47	5	5	5	4	19	4.75

48	4	5	4	5	18	4.50
49	3	4	4	4	15	3.75
50	5	5	5	5	20	5.00
51	5	5	4	5	19	4.75
52	4	5	5	3	17	4.25
53	4	4	4	4	16	4.00
54	4	5	5	5	19	4.75
55	2	2	1	1	6	1.50
56	4	4	5	5	18	4.50
57	1	1	1	3	6	1.50
58	4	3	4	4	15	3.75
59	2	2	2	4	10	2.50
60	3	3	3	3	12	3.00
61	3	2	3	3	11	2.75
62	3	3	3	3	12	3.00
63	3	3	3	3	12	3.00
64	3	3	3	3	12	3.00
65	3	3	3	3	12	3.00
66	3	3	3	3	12	3.00
67	3	4	3	3	13	3.25
68	3	3	3	3	12	3.00
69	3	3	3	3	12	3.00
70	3	3	3	3	12	3.00
71	3	3	3	4	13	3.25
72	3	3	3	3	12	3.00
73	3	2	2	3	10	2.50
74	2	2	3	3	10	2.50
75	2	2	2	3	9	2.25
76	3	3	3	3	12	3.00
77	3	2	2	3	10	2.50
78	2	2	3	2	9	2.25
79	3	2	3	1	9	2.25
80	3	3	4	4	14	3.50
81	3	4	4	4	15	3.75
82	3	2	3	3	11	2.75
83	2	2	2	3	9	2.25
84	4	5	5	4	18	4.50
85	2	2	3	2	9	2.25
86	3	3	3	3	12	3.00
87	3	3	4	3	13	3.25
88	3	3	3	3	12	3.00
89	2	3	3	3	11	2.75
90	4	3	3	3	13	3.25
91	4	3	3	3	13	3.25

92	2	3	3	3	11	2.75
93	4	5	5	4	18	4.50
94	4	3	4	3	14	3.50
95	3	3	2	3	11	2.75
96	3	3	4	3	13	3.25
97	3	3	3	4	13	3.25
98	3	3	3	3	12	3.00
99	2	2	3	3	10	2.50
100	4	4	4	4	16	4.00
Total	373	368	376	384	1501	375.25
Rata-rata	3.73	3.68	3.76	3.84	15.01	3.7525

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil tabulasi variabel Keputusan Pembelian (Y) di atas, bahwa responden memilih jawaban setuju dengan indikator nilai rata-rata 3,75

## Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Pada SPSS

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	35	35.0	35.0	35.0
	Perempuan	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 31 Tahun	3	3.0	3.0	3.0
	15 - 20 Tahun	8	8.0	8.0	11.0
	21 - 25 Tahun	75	75.0	75.0	86.0
	26 - 30 Tahun	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	38	38.0	38.0	38.0
	Lain-Lain	6	6.0	6.0	44.0
	Mahasiswa	48	48.0	48.0	92.0
	Pelajar	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Hasil Uji Validitas

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.856**	.799**	.653**	.586**	.650**	.773**	.801**	.719**	.686**	.886**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.856**	1	.819**	.647**	.547**	.646**	.727**	.773**	.715**	.652**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.799**	.819**	1	.696**	.648**	.728**	.773**	.827**	.768**	.699**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.653**	.647**	.696**	1	.756**	.660**	.659**	.618**	.762**	.720**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.586**	.547**	.648**	.756**	1	.755**	.520**	.494**	.608**	.521**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.650**	.646**	.728**	.660**	.755**	1	.650**	.624**	.731**	.599**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.773**	.727**	.773**	.659**	.520**	.650**	1	.882**	.748**	.683**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.801**	.773**	.827**	.618**	.494**	.624**	.882**	1	.796**	.664**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.719**	.715**	.768**	.762**	.608**	.731**	.748**	.796**	1	.757**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.686**	.652**	.699**	.720**	.521**	.599**	.683**	.664**	.757**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.886**	.868**	.909**	.838**	.747**	.819**	.873**	.881**	.890**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.819**	.831**	.832**	.793**	.930**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.819**	1	.791**	.774**	.756**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.831**	.791**	1	.834**	.772**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.832**	.774**	.834**	1	.848**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.793**	.756**	.772**	.848**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.930**	.898**	.922**	.933**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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



### Correlations

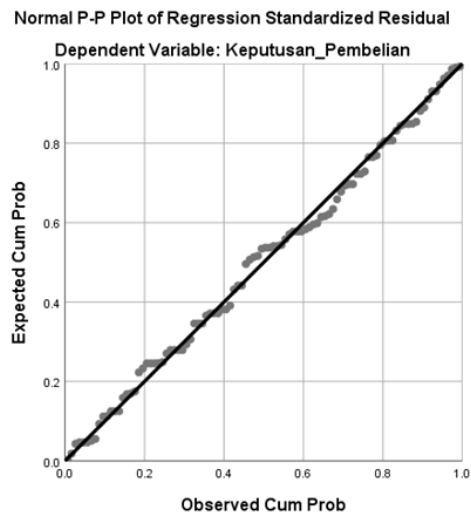
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.817**	.820**	.789**	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.817**	1	.869**	.758**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.820**	.869**	1	.711**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.789**	.758**	.711**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.932**	.941**	.928**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r hitung	Keterangan
Fashion Involvement	0,958	0,60	Hasil Reliabel
Visual Branding	0,953	0,60	Hasil Reliabel
Keputusan Pembelian	0,938	0,60	Hasil Reliabel

## Hasil Uji Normalitas



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.58059444
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

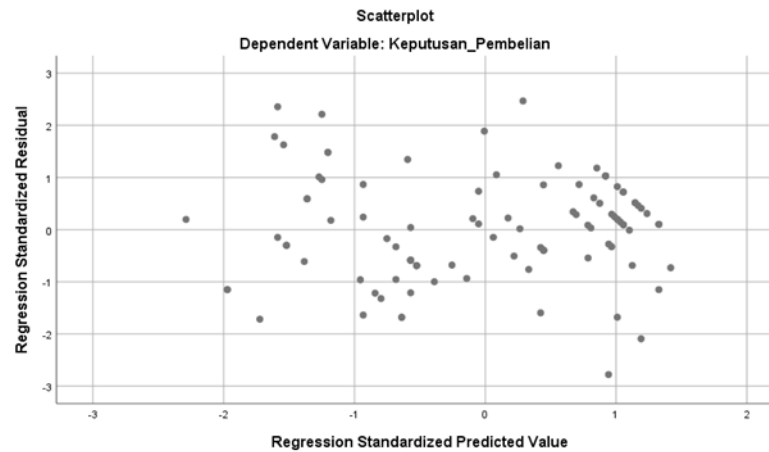
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.840	.607		3.030	.003
	Fashion Involvement	.165	.045	.411	3.650	.000
	Visual Branding	.410	.088	.522	4.636	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Hasil Uji Heteroskedastisitas



## Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.840	.607		3.030	.003		
	Fashion Involvement	.165	.045	.411	3.650	.000	.129	7.735
	Visual Branding	.410	.088	.522	4.636	.000	.129	7.735

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.840	.607		3.030	.003
	Fashion Involvement	.165	.045	.411	3.650	.000
	Visual Branding	.410	.088	.522	4.636	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Hasil Uji-t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.840	.607		3.030	.003
	Fashion Involvement	.165	.045	.411	3.650	.000
	Visual Branding	.410	.088	.522	4.636	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Hasil Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1309.660	2	654.830	256.817	.000 <sup>b</sup>
	Residual	247.330	97	2.550		
	Total	1556.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Visual Branding, Fashion Involvement

## Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 <sup>a</sup>	.841	.838	1.597

a. Predictors: (Constant), Visual Branding, Fashion Involvement

## Residual Statistik

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.6878	20.1663	15.0100	3.63715	100
Std. Predicted Value	-2.288	1.418	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.164	.497	.269	.064	100
Adjusted Predicted Value	6.6669	20.2074	15.0064	3.63858	100
Residual	-4.43714	3.94170	.00000	1.58059	100
Std. Residual	-2.779	2.468	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.822	2.496	.001	1.006	100
Deleted Residual	-4.57734	4.03161	.00358	1.63435	100
Stud. Deleted Residual	-2.931	2.567	.001	1.018	100
Mahal. Distance	.049	8.584	1.980	1.499	100
Cook's Distance	.000	.084	.011	.018	100
Centered Leverage Value	.000	.087	.020	.015	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 5 Hasil Turnitin



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA**

**LABORATORIUM OTODAERAH**

Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

---

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 590/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 : Bilqis Sylvia Devi

NBI 1121900011

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, 17 Juni 2023

Kepala Lab. Otoda,

  
Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP  
A MEMBER OF THE PUBLIC  
UNIVERSITY OF SURABAYA  
SURABAYA









## Lampiran 7 Hasil Turnitin Jurnal

test

---

ORIGINALITY REPORT

---

<b>17%</b>	<b>16%</b>	<b>8%</b>	<b>5%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

<b>1</b>	<b>repository.untag-sby.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>jurnal.untag-sby.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>docs.google.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>library.upnvj.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>ejournal.unhi.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>Submitted to Universitas Pamulang</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>

---

**PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT & VISUAL  
BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BRAND H&M DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**BILOIS SYLVIA DEVI**

**NIM.112190011**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

**SURABAYA**

**2023**


**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**


**Nama** : Bilqis Sylvia Devi  
**NIM** : 1121900011  
**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis  
**Judul** : Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan Pembelian *Brand H&M* di Surabaya

Surabaya, 23 Juni 2023

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.**

**Disetujui Oleh,**  
**Dosen Pembimbing I**

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
**NPP. 20120.87.0103**

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
**NPP. 20120.87.0103**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada 23 Juni 2023.

### DEWAN PENGUJI:

1. **Dra. Ayun Maduwinarti, MP**  
Ketua
2. **Drs. Agung Pujianto, MM**  
Anggota
3. **Drs. Ute Ch. Nasution, MS**  
Anggota



Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
NPP. 20120.87.0130

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bilqis Sylvia Devi  
NBI/NPM : 1121900011  
Prodi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan pembelian *Brand H&M* di Surabaya

Menyatakan:

Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.

1. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
2. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 23 Juni 2023  
Yang membuat pernyataan,



Bilqis Sylvia Devi



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 0315931800 (Ext. 311)  
email: [perpus@untag-sby.ac.id](mailto:perpus@untag-sby.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bilqis Sylvia Devi  
NBI : 1121900011  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :

**“Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan pembelian *Brand H&M* di Surabaya”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 23 Juni 2023

Yang Menyatakan,



**(Bilqis Sylvia Devi)**