

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING”

Bersama ini peneliti mohon kesediaan anda untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan kepada anda. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian anda saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. NBI :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Program Studi :
6. Angkatan :

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat saudara, dengan memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut :

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

KUALITAS PRODUK

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Perfomance (kinerja) Saya merasa cocok memakai produk Scarlett Whitening karena kinerja produk memberi efek yang cepat					
2	Durability (daya tahan) Produk Scarlett Whitening dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk					
3	Confomance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi) Produk Scarlett Whitening memiliki vitamin yang dapat menjaga kesehatan kulit					
4	Features (fitur) Produk Scarlett Whitening mempunyai banyak variasi sehingga konsumen bisa memakai sesuai dengan kebutuhan kulit					
5	Reability (reabilitas keandalan) Produk Scarlett Whitening tidak membuat kulit iritasi					
6	Aesthetics (estetika) Kemasan produk Scarlett Whitening enak dipandang					
7	Perceived quality (kesan kualitas) Scarlett Whitening mempunyai citra dan reputasi yang baik dikalangan masyarakat					

8	Serviceability Penjualan produk scarlett whitening memudahkan pelanggan dikarenakan bisa dilakukan melalui e-commerce					
---	---	--	--	--	--	--

PERSEPSI HARGA

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	<p>Daya saing harga</p> <p>Harga produk Scarlett Whitening di official online store di sama ratakan yakni Rp. 65.000 per item memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing</p>					
2	<p>Kesesuaian harga dengan manfaat</p> <p>Harga yang ditawarkan Scarlett Whitening sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produknya</p>					
3	<p>Keterjangkauan harga</p> <p>Harga yang ditawarkan dalam pembelian perpaket lebih terjangkau daripada membeli per item</p>					
4	<p>Harga sesuai dengan kualitas produk</p> <p>Harga yang ditawarkan Scarlett Whitening sesuai kualitas produk yang diberikan</p>					

BRAND IMAGE

NO	PERTANYAAN	STS (1)	TS (1)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Kekuatan Scarlett Whitening memiliki kekuatan merek yang tinggi karena banyak dipromosikan oleh kalangan selebriti atau artis					
2	Keunggulan Scarlett Whitening memiliki keunggulan lain yakni menggunakan artis korea sebagai brand ambassador					
3	Keunikan Scarlett Whitening produk yang unik karena bervariasi mulai ujung rambut hingga ujung kaki					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	<p>Keinginan untuk menggunakan produk</p> <p>Saya ingin menggunakan produk Scarlett karena melihat banyak orang yang cocok dan puas setelah memakai produk Scarlett Whitening</p>					
2	<p>Keinginan untuk membeli produk</p> <p>Saya membeli produk Scarlett Whitening setelah melihat banyak review bagus dari orang lain atau artis</p>					
3	<p>Rekomendasi orang lain</p> <p>Saya memutuskan membeli produk Scarlett Whitening karena rekomendasi atau review dari orang lain</p>					
4	<p>Melakukan pembelian ulang</p> <p>Saya melakukan pembelian ulang produk Scarlett Whitening karena merasa cocok dan puas setelah menggunakan produknya</p>					

Lampiran 2. Tabulasi Data Identitas Responden

NO	Nama	Nbi	PS	Usia	JK
1	Chyntia Anggi Retnani	1211900219	Manajemen	21	Perempuan
2	Linda	1211900220	Manajemen	21	Perempuan
3	Aris budi kusuma	1211900209	Manajemen	22	Laki-laki
4	Fitria Bella Kusuma Wardani	1211900188	Manajemen	22	Perempuan
5	Valerina N.K Wati	1211900182	Manajemen	22	Perempuan
6	Siti Aisah	1211900208	Manajemen	22	Perempuan
7	Annisa Eka Apriliya	1211900176	Manajemen	21	Perempuan
8	Mayrilyn Kayla Dedyanti	1222100111	Akuntansi	19	Perempuan
9	Agma Oktavia	1211900242	Manajemen	22	Perempuan
10	Febri Sukma	1211900224	Manajemen	22	Perempuan
11	Mustika Auliya Salma	1222100058	Akuntansi	20	Perempuan
12	Anggi Setia Ningrum	1212000247	Manajemen	20	Perempuan
13	Archylia Putri Harahap	1611900035	Sastra Inggris	22	Perempuan
14	Nindra Meimayana	1211900233	Manajemen	22	Perempuan
15	Moch.Hafidh Fahrizal	1211900168	Manajemen	21	Laki-laki
16	Tamahdur jahro fajariyyah	1112000057	Ad. Publik	21	Perempuan
17	Rika Meyta	1211900221	Manajemen	22	Perempuan
18	Diana Wulandini	1211900156	Manajemen	21	Perempuan
19	Choiron	1211900063	Manajemen	24	Laki-laki
20	Clarrisa Kurnia Fitriani	1211900134	Manajemen	22	Perempuan
21	anandabudii02@gmail.com	1211900226	Manajemen	22	Perempuan
22	Bayu	1211900204	Manajemen	20	Laki-laki
23	Ridha Salsabila	1211900250	Manajemen	22	Perempuan
24	Aditya Surya Medika	1451900047	Teknik Elektro	23	Laki-laki
25	Santoso nugroho	1431900176	Teknik Sipil	23	Laki-laki
26	Adella Mawarni	1211900187	Manajemen	21	Perempuan
27	Ananda Intan Pratiwi	1111900104	Ad. Publik	22	Perempuan
28	Maydinda Nur M	1151900235	Ilkom	21	Perempuan
29	SL	1511900110	Psikologi	22	Perempuan
30	Rismaul Mukhaiyaroh	1111900183	Ad. Publik	21	Perempuan
31	Ninik Emilia	1211900214	Manajemen	22	Perempuan
32	BIZI BINA TSALSHABILA	1152000210	Ilkom	21	Perempuan
33	Iqbal Rayhan	1211900155	Manajemen	22	Laki-laki
34	Alifia	1121900083	Ad. Bisnis	21	Perempuan
35	Andani	1211900011	Manajemen	24	Perempuan
36	Mutiara Kusuma Wardhani	1212000270	Manajemen	20	Perempuan
37	Putra Aditya A	1461900170	Informatika	22	Laki-laki
38	Revando	1421900173	Teknik Mesin	21	Laki-laki

39	zeinvonda ihza yudho bramantio	1431900174	Teknik sipil	21	Laki-laki
40	Satya Nanda Agung Irawan	1212000184	Manajemen	21	Laki-laki
41	Yusak Ridlo Muhammad	1211900206	Manajemen	20	Laki-laki
42	Melinda	1211900218	Manajemen	20	Perempuan
43	Rizky Dwi Ardiono	1151900323	Ilkom	23	Laki-laki
44	Achmad Farudin Azam	1462000257	Informatika	21	Laki-laki
45	Kallyana Tantri Neezmadevi	1211900259	Manajemen	22	Perempuan
46	Yeni Lestari	1211900138	Manajemen	22	Perempuan
47	Novia	1211900264	Manajemen	22	Perempuan
48	Windy permata	1111900172	Ad. Publik	22	Perempuan
49	Nur Sukmawati	1211900185	Manajemen	20	Perempuan
50	Nadila Dwi Setiawati	1412100080	Teknik Industri	21	Perempuan
51	Oktavia Calera	1211900228	Manajemen	22	Perempuan
52	Iqbal Zubair	1461900273	Informatika	23	Laki-laki
53	Kiky khakiky ghozali	1421900077	Teknik Mesin	22	Laki-laki
54	Mochamad Zidny Fithon	1211900251	Manajemen	23	Laki-laki
55	Imam Rahman Anandito	1211900141	Manajemen	22	Laki-laki
56	Naomi Makatita	1211900064	Manajemen	22	Perempuan
57	Eka Faradila Setiavani	1111900171	Ad. Publik	22	Perempuan
58	Putri Andra Amalia	1211900174	Manajemen	21	Perempuan
59	Isrofa Ayu Murni	1222000016	Akuntansi	23	Perempuan
60	bintang isal ramadhan	1152100194	Ilkom	20	Laki-laki
61	Desta Adelia Putri	1222000108	Akuntansi	21	Perempuan
62	Maharani	1222000032	Akuntansi	23	Perempuan
63	Rizal Achmed Nurfaidzin	1431900120	Teknik Sipil	21	Laki-laki
64	Restu Impiyaningsih	1211900360	Manajemen	22	Perempuan
65	Gilang Moertanto	1311900275	Ilmu Hukum	23	Laki-laki
66	Aida Nur Amalia	1111900116	Ad. Publik	24	Perempuan
67	Alvin	1511900205	Psikologi	22	Laki-laki
68	Anodya Farandy Angesti	1211900098	Manajemen	22	Laki-laki
69	Ravelino	1211900082	Manajemen	22	Laki-laki
70	Alin adilia	1211900164	Manajemen	23	Perempuan
71	Devi widyawati	1211900210	Manajemen	21	Perempuan
72	Zidan novel syamlan	1211900313	Manajemen	21	Laki-laki
73	Elvanza	1211900203	Manajemen	22	Laki-laki
74	Arjun	1211900289	Manajemen	21	Laki-laki
75	Bella	1211900278	Manajemen	22	Perempuan
76	Vegi Burhanudin	1462000258	Informatika	20	Laki-laki
77	Devita Eka Nur Oktavia Sari	1211900047	Manajemen	22	Perempuan
78	Mustika Sari Kaffamawarni	1122000155	Ad. Bisnis	21	Perempuan

79	Ezzania Alfiyanti	1461900185	Informatika	22	Perempuan
80	Rifka	1211800115	Manajemen	23	Perempuan
81	Ahmad Taufiqurrahman asy'ari	1211900364	Manajemen	23	Laki-laki
82	Mamluk Atus Sa'adah	1211900142	Manajemen	22	Perempuan
83	Aldo	1211900345	Manajemen	24	Laki-laki
84	Mahsun yusuf	1411700010	Teknik industry	24	Laki-laki
85	Ari Setyo Wati	1222100107	Akuntansi	20	Perempuan
86	Damar	1211900012	Manajemen	23	Laki-laki
87	Muhammad Fauzi Thohir	1451900095	Teknik Elektro	21	Laki-laki
88	Okta	1211900046	Manajemen	22	Perempuan
89	Yeti Prahesti	1211900192	Manajemen	21	Perempuan
90	Villa Makhtunin	1112000136	Ad. Publik	21	Perempuan
91	Fathur Rosi	1211900212	Manajemen	24	Laki-laki
92	Dwi Indra Lesmana	1212100074	Manajemen	20	Laki-laki
93	Muhammad Luthfi	1212100077	Manajemen	20	Laki-laki
94	Andreas	1112100042	Ad. Publik	21	Laki-laki
95	Muhammad Rizki Aulia Pratama	1212100076	Manajemen	23	Laki-laki
96	Dohan Firdiansyah	1512100050	Psikologi	23	Laki-laki
97	Wisnu jati jaya kusuma	1211900276	Manajemen	23	Laki-laki
98	Muhammad Raul Riegan Inaldo	1211900031	Manajemen	21	Laki-laki
99	Mudakkir	1411800041	Teknik Industri	23	Laki-laki
100	Laura zamzam	1211900227	Manajemen	22	Perempuan

Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Responden

NO	KUALITAS PRODUK (X1)								PERSEPSI HARGA (X2)				BRAND IMAGE (X3)			KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)			
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
3	4	5	5	4	5	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	3
7	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
8	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3
12	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
13	3	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3
14	4	4	4	4	3	5	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
15	3	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4
16	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
17	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
18	2	4	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	5	5	5	2	2	2	1
19	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
22	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
23	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4
24	4	5	4	3	1	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4
25	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
29	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	4	4	2	5
30	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
31	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4
32	2	2	3	5	2	4	4	5	3	2	3	2	4	4	3	3	3	1	2
33	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
34	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3
35	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5

PERCEIVED	Pearson Correlation	.617**	.642**	.624**	.700**	.565**	.693**	1	.695**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SERVICEABILITY	Pearson Correlation	.505**	.721**	.630**	.674**	.424**	.679**	.695**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
QUALITY_AS_PROVIDED	Pearson Correlation	.813**	.880**	.876**	.842**	.763**	.815**	.832**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Persepsi Harga (X2)

Correlations						
		DAYASAING	KESESUAIANX MANFAAT	KETERJANG KAUAN	KESESUAIANX KUALITAS	PERSEPSI_ HARGA
DAYASAING	Pearson Correlation	1	.683**	.597**	.706**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KESESUAIANX MANFAAT	Pearson Correlation	.683**	1	.683**	.810**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KETERJANGKA UAN	Pearson Correlation	.597**	.683**	1	.723**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KESESUAIANX KUALITAS	Pearson Correlation	.706**	.810**	.723**	1	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
PERSEPSI_ GA	Pearson Correlation	.845**	.907**	.846**	.924**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Brand Image (X3)

Correlations					
		KEKUATAN	KEUNGGULAN	KEUNIKAN	BRAND_IMAGE
KEKUATAN	Pearson Correlation	1	.836**	.646**	.918**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
KEUNGGULAN	Pearson Correlation	.836**	1	.704**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
KEUNIKAN	Pearson Correlation	.646**	.704**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
BRAND_IMAGE	Pearson Correlation	.918**	.937**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations						
		MENGGUNA KAN	MEMBELI	REKOMENDASI	REPEATORDER	KEPUTUSAN _PEMBELIAN
MENGGUNA KAN	Pearson Correlation	1	.739**	.701**	.740**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
MEMBELI	Pearson Correlation	.739**	1	.611**	.672**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
REKOMEND ASI	Pearson Correlation	.701**	.611**	1	.608**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
REPEATORD ER	Pearson Correlation	.740**	.672**	.608**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KEPUTUSAN _PEMBELIA N	Pearson Correlation	.914**	.861**	.837**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reabilitas

Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	9

Persepsi Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.837	5

Brand Image (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	4

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.022	.994		2.034	.045		
	KUALITAS_PRODUK	.245	.077	.461	3.183	.002	.159	6.304
	PERSEPSI_HARGA	.660	.122	.650	5.409	.000	.231	4.333
	BRAND_IMAGE	-.393	.150	-.312	-2.619	.010	.235	4.252

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.185	.621		3.521	.001		
	KUALITAS_PRODUK	-.065	.048	-.339	-1.351	.180	.159	6.304
	PERSEPSI_HARGA	-.031	.076	-.084	-.405	.686	.231	4.333
	BRAND_IMAGE	.146	.094	.321	1.557	.123	.235	4.252

a. Dependent Variable: RES_2

Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.022	.994		2.034	.045		
	KUALITAS_PRODUK	.245	.077	.461	3.183	.002	.159	6.304
	PERSEPSI_HARGA	.660	.122	.650	5.409	.000	.231	4.333
	BRAND_IMAGE	-.393	.150	-.312	-2.619	.010	.235	4.252

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Lampiran 7. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.022	.994		2.034	.045		
	KUALITAS_PRODUK	.245	.077	.461	3.183	.002	.159	6.304
	PERSEPSI_HARGA	.660	.122	.650	5.409	.000	.231	4.333
	BRAND_IMAGE	-.393	.150	-.312	-2.619	.010	.235	4.252

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Lampiran 8. Surat Persetujuan melakukan penelitian



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
BIRO AKADEMIK

Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Tlp. (031) 5931800

27 Maret 2023

Nomor : 067/K/BA/III/2023
Lampiran : 1 (berkas)
Perihal : Balasan Permohonan Data Mahasiswa Baru

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Permohonan Ijin untuk Mengadakan Riset Pendahuluan Skripsi atas nama Chyntia Anggi Retnani dengan NIM 1211900219 Nomor: 938/K/FEB /III/2023 pada tanggal 14 Maret 2023. Berikut kami kirimkan jumlah mahasiswa aktif Semester Genap 2022-2023.

Demikian surat balasan kami, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.



Kepala Biro Akademik,

Dwi Harmi Sulistyawati, S.ST.,MT
NPP. 20460.16.0702

Tembusan Kepada Yth:
1. Chyntia Anggi Retnani (1211900219)
2. Arsip

Lampiran 9. Jumlah Mahasiswa Aktif Semester Genap 2022-2023.

JUMLAH DATA MAHASISWA AKTIF SEMESTER GENAP 2022 – 2023

Program Studi	Angkatan							TOTAL
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Administrasi Negara	5	5	24	190	186	187	183	780
Administrasi Niaga		2	10	165	149	119	167	612
Ilmu Komunikasi	12	37	62	284	369	334	442	1540
Manajemen	5	9	19	244	317	324	350	1268
Akuntansi	6	9	7	57	117	146	203	545
Ekonomi Pembangunan	1	2	14	162	87	42	57	365
Ilmu Hukum	5	17	36	135	258	270	311	1032
Teknik Industri	4	5	16	198	176	179	279	857
Teknik Mesin	7	26	38	129	142	111	143	596
Teknik Sipil	8	18	27	137	111	107	138	546
Arsitektur	3	10	14	96	98	103	134	458
Teknik Elektro	1	5	5	89	56	52	92	300
Teknik Informatika	12	25	49	189	223	221	274	993
Psikologi	6	13	35	165	229	327	385	1160
Sastra Inggris	3	8	18	70	71	98	86	354
Sastra Jepang	2		5	33	42	48	36	166
TOTAL	93	210	417	2412	2812	3060	3810	12814

Lampiran 10. Fotocopy Kartu Bimbingan


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

SEMESTER
 Gasal / Genap
 2022, 2023

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI


Nama Mahasiswa / NBI : Chyntia Anggi R / 1211900219 /
 Nama Pembimbing : Dr. Capt. Fausta Ari Barata, MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett whitening. (Studi Kasus Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

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

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	20-02-2023	Judul	ACC	
2.	08-03-2023	Proposal	Revisi	
3.	14-03-2023	Proposal	ACC	
4.	15-05-2023	BAB IV	Revisi	
5.	16-05-2023	BAB IV	ACC	
6.	17-05-2023	BAB V	ACC	

Perpanjangan I _____
 Semester : _____
 Th. Ak. : _____
 Paraf Kajur : _____

Surabaya, 15 Mei 2023

 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 11. Hasil Uji Turnitin Perpustakaan

