

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *LIFESTYLE*, *VIRAL MARKETING*, DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING KECAMATAN TARIK KABUPATEN SIDOARJO JAWA TIMUR

Kepada : responden yang terhormat

Kuesioner ini ialah sebuah pernyataan untuk mengumpulkan data skripsi. Dalam hal pengumpulan data untuk kepentingan penelitian, maka dimohon untuk kesediaannya dalam mengisi kuesioner dibawah ini. Semua informasi akan dirahasiakan guna untuk kepentingan akademis.

Atas kesanggupan waktu dan perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN :

Mohon Beri Tanda Centang atau Ceklist Atas Jawaban Yang Anda Pilih

1. EMAIL

:

(responden mengisi email)

2. PROFIL RESPONDEN

a. NAMA

:

b. JENIS KELAMIN

:

Perempuan Laki-Laki

c. ALAMAT

:

Dusun Tekik

Dusun Umbut Legi

Dusun Buntut Ingas

Dusun Kemuning

Dusun Suko

d. PENGGUNA KOSMETIK HANASUI :

3. PETUNJUK PENGISIAN

Pilih salah satu jawaban yang sudah disediakan pada pernyataan kuesioner. Terdapat 5 (lima) pilihan yang wajib diisi oleh responden, sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

I. *LIFESTYLE* (X1)

No.	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
Indikator Aktivitas						
1.	Saya menggunakan kosmetik Hanasui untuk menunjang aktivitas agar terlihat menarik					
2.	Memakai kosmetik Hanasui meningkatkan rasa percaya diri saya					
3.	Memakai kosmetik Hanasui membuat saya merasa puas					
Indikator Minat						
4.	Menurut saya, kosmetik Hanasui adalah produk yang berkualitas					
Indikator Pendapat						
5.	Saya bangga telah memakai kosmetik Hanasui					

II. *VIRAL MARKETING* (X2)

No.	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
Indikator Pengetahuan Produk						

1.	Kosmetik Hanasui telah memberikan informasi produk melalui akun media sosialnya					
2.	Hanasui menjual berbagai macam jenis produk kosmetik					
Indikator Kejelasan Informasi						
3.	Informasi yang saya lihat tentang produk Hanasui pada akun Shopee @hanasui_official cukup jelas					
4.	Dalam mendapatkan informasi tentang kosmetik Hanasui ada keterlibatan dari kerabat terdekat					
Indikator Membicarakan Produk						
5.	Saya membicarakan hal positif tentang produk Hanasui kepada orang lain					

III. PRICE (X3)

No.	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
Indikator Keterjangkauan Harga						
1.	Harga kosmetik Hanasui terjangkau					
2.	Harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk					
Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa						
3.	Harga kosmetik Hanasui sesuai dengan kualitas produk					
4.	Harga kosmetik Hanasui sesuai					

	dengan hasil yang diinginkan					
Indikator Daya Saing Harga						
5.	Harga kosmetik Hanasui yang dapat bersaing dengan produk lain					
Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
6.	Harga kosmetik Hanasui sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

IV. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No.	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
Indikator Kemantapan Membeli Setelah Mengetahui Informasi Produk						
1.	Sebelum saya melakukan pembelian, saya terlebih dahulu mencari informasi tentang kosmetik Hanasui					
Indikator Memutuskan Membeli Karena Merek Yang Paling Disukai						
2.	Saya memilih kosmetik Hanasui karena kebutuhan setiap harinya untuk menunjang penampilan					
Indikator Membeli Karena Sesuai Dengan Keinginan Dan Kebutuhan						

3.	Sebelum membeli kosmetik Hanasui, terlebih dahulu saya melakukan evaluasi alternatif dengan mencari informasi mengenai kosmetik merek lain sebagai pembandingan					
Indikator Membeli Karena Mendapat Rekomendasi Dari Orang Lain						
4.	Saya memutuskan untuk membeli kosmetik Hanasui melalui ulasan dan rekomendasi dari orang lain					

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

1. Variabel *Lifestyle* (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,604**	,617**	,638**	,584**	,825**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,604**	1	,606**	,680**	,524**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,617**	,606**	1	,657**	,682**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,638**	,680**	,657**	1	,568**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,584**	,524**	,682**	,568**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	,825**	,822**	,851**	,847**	,816**	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).

2. Variabel Viral Marketing (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,670**	,746**	,682**	,654**	,881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,670**	1	,692**	,675**	,541**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,746**	,692**	1	,747**	,433**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,682**	,675**	,747**	1	,533**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,654**	,541**	,433**	,533**	1	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	,881**	,851**	,859**	,877**	,743**	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).

3. Variabel Price (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,579**	,585**	,579**	,464**	,652**	,782**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,579**	1	,520**	1,000**	,684**	,576**	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,585**	,520**	1	,520**	,530**	,599**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,579**	1,000**	,520**	1	,684**	,576**	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,464**	,684**	,530**	,684**	1	,565**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,652**	,576**	,599**	,576**	,565**	1	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	,782**	,878**	,769**	,878**	,801**	,813**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,677**	,539**	,437**	,817**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,677**	1	,667**	,568**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,539**	,667**	1	,684**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,437**	,568**	,684**	1	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,817**	,881**	,850**	,787**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

1. Variabel *Lifestyle* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,887	5

2. Variabel *Viral Marketing* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	5

3. Variabel *Price* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	6

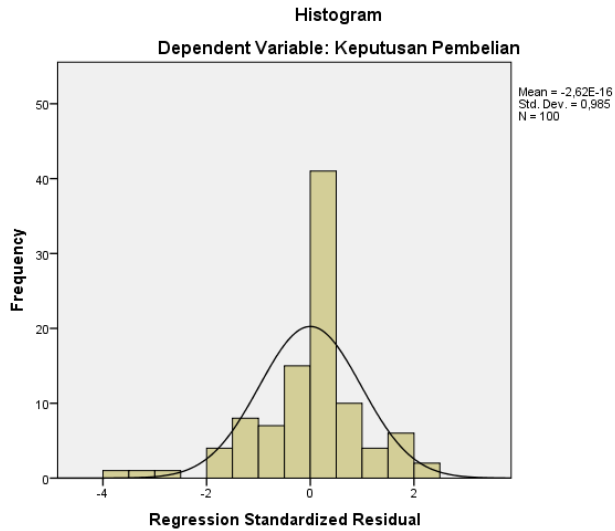
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

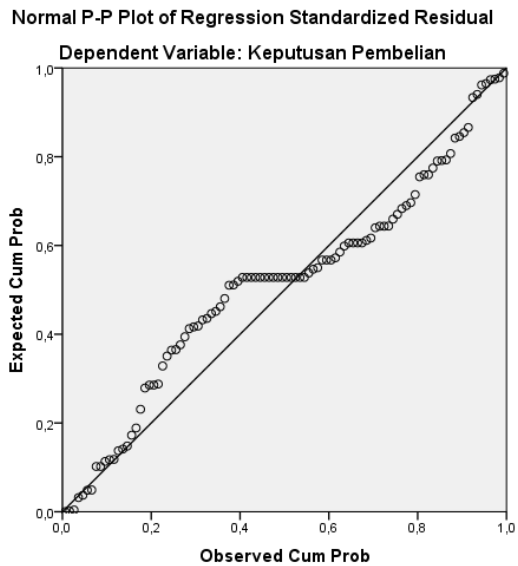
Cronbach's Alpha	N of Items
,850	4

Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Histogram



2. Hasil Uji Normal P-Plot



3. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,60721183
	Absolute	.141
Most Extreme Differences	Positive	.094
	Negative	-.141
Kolmogorov-Smirnov Z		.985
Asymp. Sig. (2-tailed)		.287

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

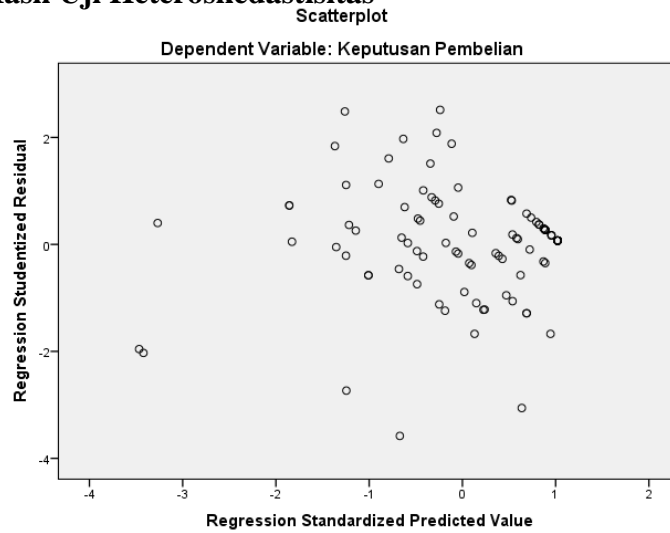
4. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	,243			1,210	,201
Lifestyle	,185	,078	2,375	,020	,408	2,453
Viral Marketing	,406	,070	5,760	,000	,418	2,393
Price	,162	,061	2,654	,009	,468	2,137

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,836 ^a	,698	,689	1,63213	2,211

a. Predictors: (Constant), Price, Viral Marketing, Lifestyle

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,243	1,210		,201	,841
	Lifestyle	,185	,078	,208	2,375	,020
	Viral Marketing	,406	,070	,499	5,760	,000
	Price	,162	,061	,217	2,654	,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,836 ^a	,698	,689	1,63213

a. Predictors: (Constant), Price (X3), Viral Marketing (X2), Lifestyle (X1)

Hasil Uji F (Simultan)


ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	592,060	3	197,353	74,086	,000 ^b
	Residual	255,730	96	2,664		
	Total	847,790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Price (X3), Viral Marketing (X2), Lifestyle (X1)

Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi



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 : Aisyah Yuliana Hasan
 NBI : 1121900122
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Dr. IGN. Anom Maruta, M.M
 Dosen Pembimbing II : Dra. Sri Andayani, M.M

Judul Skripsi : **PENGARUH LIFESTYLE ~~AND~~ VIRAL MARKETING, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING, KABUPATEN SIDOARJO JAWA TIMUR**
dan Price
 KECAMATAN TARIF

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	6/3-23	Dropout Ace lanjut ke Pemb. 2.	<i>[Signature]</i>	
2	8/3	Bab I Perbaiki dan saran.		<i>[Signature]</i>
3	13/3	Bab I ACC ^{BAB II} Perbaiki ^{S. Pustaka.} penulisan.		<i>[Signature]</i>
4	15/3	Bab II ACC		<i>[Signature]</i>
5	20/3	Bab III Perbaiki		<i>[Signature]</i>
6	23/3	Revisi Bab I, latar belakang.	<i>[Signature]</i>	
7	23/3	Bab 2: Revisi, penulisan jurnal	<i>[Signature]</i>	



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

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm

Gedung : F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw. 159. Email : fisip@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
8	24/23 3	Bab I & 2 Ace	Ace	<i>[Signature]</i>
9	29/23 3	Bab IV	Ace	<i>[Signature]</i>
10	29/23 3	Bab III	revisi populasi 2 sampel.	<i>[Signature]</i>
11	29/23 3	Bab III	Ace	<i>[Signature]</i>
12	13/23 4	Bab IV	Perbaikan Ace	<i>[Signature]</i>
13	14/23 4	Bab IV	revisi tabel	<i>[Signature]</i>
14	28/23 4	Bab IV	Ace	<i>[Signature]</i>
15	2/5/23	Bab IV	Ace	<i>[Signature]</i>
16	4/5/23	Bab V	Ace	<i>[Signature]</i>
17	5/5/23	Bab V	revisi kesimpulan	<i>[Signature]</i>
18	11/5/23	Bab V	Ace	<i>[Signature]</i>

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 11-05-2023

Dosen Pembimbing I

[Signature]

Dosen Pembimbing II

[Signature]

Lampiran 7 Surat Keterangan Hasil Uji Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
 Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 222/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 : Aisyah Yuliana Hasan

NBI 1121900122

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, 31 Mei 2023

Kepala Lab. Otoda,

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Aisyah Yuliana Hasan

NIM : 1121900122

Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

~ LBM

~ Daftar Pustaka

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

(Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM)

(Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Aisyah Yuliana Hasan

NIM : 1121900122

Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- Perbaiki Abstrak menjadi 1 sp
- ① Hal Fi → tambahkan pembahasan 4/ ke 3 var tiap : keput pembedan
- ② Penyaji Data → @ upu bany produk Hanasvi & berapa
harganya + viral marketj ex file & lakukan apa
- ③ Saran sruikan dgn variabel / praktiknya .. dan sijat
kareu operasi
- ④ Perbaiki Mumpant peneliti!

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



(Dra. Awin Mulyati, MM)



(Dra. Awin Mulyati, MM)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 9 Hasil Turnitin Publikasi Jurnal

