

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

ANALISIS KOMPARASI KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST), STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN DAN REPURCHASE INTENTION PADA CLARICE BEAUTY CLINIC DAN LORIS BEAUTY CLINIC DI KOTA SURABAYA

Responden yang terhormat, perkenalkan nama Saya Suci Rohmatun Nisa' dari prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya meminta kesediaan waktunya untuk ikut berpartisipasi dalam mengisi seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner online penelitian ini. Kuesioner ini merupakan alat penelitian yang digunakan untuk menyusun skripsi saya yang berjudul "Analisis Komparasi Kepercayaan Merek (Brand Trust), Store Atmosphere, Kualitas Layanan dan Repurchase Intention pada clarice beauty clinic dan Loris beauty clinic di kota Surabaya" untuk itu diharapkan responden menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini dengan sebenar-benarnya demi membantu peneliti. Atas kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Identitas Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

1. Perempuan
2. Laki-laki

Usia :

1. 15-20 Tahun
2. 21-25 Tahun
3. 26-30 Tahun
4. 31-35 Tahun

Pekerjaan :

1. Pelajar
2. Mahasiswa
3. Pekerja

4. Lainnya

Pendapatan :

1. <500.000
2. ≥500.000 - ≤1.000.000
3. >1.000.000 - <3.000.00
4. >3.000.000

Petunjuk pengisian :

Berikan tanda checklist (√) pada pendapat yang anda anggap sesuai keterangan

- STS = Sangat Tidak Setuju
 TS = Tidak Setuju
 CS = Cukup Setuju
 S = Setuju
 SS = Sangat Setuju

Seluruh pertanyaan pada kuesioner ini harus dijawab

TABEL PERNYATAAN**Kuesioner Clarice Beauty Clinic****1. Kepercayaan Merek (Brand Trust)**

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Kepercayaan Merek (Brand Trust) (X1)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Kredibilitas Merek Saya memilih Clarice beauty clinic karena clinic tersebut mampu mewujudkan apa yang telah dijanjikan					
2	Indikator : Kompetensi Merek Saya memilih Clarice beauty clinic karena dalam kategori sejenis, clinic tersebut adalah yang terbaik					

3	Indikator : Kebaikan Merek Saya memilih Clarice beauty clinic karena clinic tersebut jujur dan bersungguh-sungguh dalam menangani keluhan dari konsumen					
4	Indikator : Reputasi Merek Saya memilih Clarice beauty clinic karena clinic tersebut memiliki keunggulan dalam menciptakan produk kecantikan yang berkualitas					

2. Store Atmosphere

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Store Atmosphere (X2)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Penataan Cahaya Saya memilih Clarice beauty clinic karena penataan cahaya didalam ruangan begitu cocok					
2	Indikator : Musik yang diputar Saya memilih Clarice beauty clinic karena musik yang diputar mampu membuat pikiran rileks					
3	Indikator : Temperatur udara Saya memilih Clarice beauty clinic karena temperatur udara didalam ruangnya pas tidak terlalu panas dan dingin					
4	Indikator : Tata warna ruangan Saya memilih Clarice beauty clinic karena penataan warna pada ruagan pada letak yang					

	tepat					
5	Indikator : Layout dan desain ruangan Saya memilih Clarice beauty clinic karena rancangan atau tata letak ruangnya begitu menarik					
6	Indikator : Aroma didalam ruangan Saya memilih Clarice beauty clinic karena aroma didalam ruangnya menciptakan ketenangan					

3. Kualitas Layanan

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Kulitas Layanan (X2)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Kehandalan Saya memilih Clarice beauty clinic karena proses treatment dilakukan dengan cepat dan tanggap					
2	Indikator : Bukti Fisik Saya memilih clarice beauty clinic karena kebersihaan ruangnya yang sangat terjaga					
3	Indikator : Empati Saya memilih clarice beauty clinic karena clinic memprioritaskan kebutuhan konsumen					
4	Indikator : Daya Tanggap Saya memilih clarice beauty clinic karena pelayanan yang cepat dan tanggap dalam					

	melayani pelanggan					
5	Indikator : Jaminan Saya memilih clarice beauty clinic karena jaminan ketepatan dalam melakukan treatment					

4. Repurchase Intention

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Repurchase Intention (X4)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Kemauan Untuk Membeli (Willingness to buy) Saya memilih clarice beauty clinic untuk melakukan perawatan wajah					
2	Indikator : Tren untuk membeli kembali (Trend to repurchase) Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh clarice beauty clinic					
3	Indikator : Lebih banyak pembelian kembali (More Repurchase) Saya akan membeli semua serangkaian perawatan wajah yang ditawarkan oleh clarice beauty clinic					
4	Indikator : Membeli kembali jenis produk yang sama (Repurchase the same type of product) Saya akan membeli produk yang sama di clarice beauty clinic karena saya merasa puas akan pelayanan dan kualitas produk					

Kuesioner Loris Beauty Clinic

1. Kepercayaan Merek (Brand Trust)

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Kepercayaan Merek (Brand Trust) (X1)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Kredibilitas Merek Saya memilih Loris beauty clinic karena clinic tersebut mampu mewujudkan apa yang telah dijanjikan					
2	Indikator : Kompetensi Merek Saya memilih Loris beauty clinic karena dalam kategori sejenis, clinic tersebut adalah yang terbaik					
3	Indikator : Kebaikan Merek Saya memilih Loris beauty clinic karena clinic tersebut jujur dan bersungguh-sungguh dalam menangani keluhan dari konsumen					
4	Indikator : Reputasi Merek Saya memilih Loris beauty clinic karena clinic tersebut memiliki keunggulan dalam menciptakan produk kecantikan yang berkualitas					

2. Store Atmosphere

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Store Atmosphere (X2)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Penataan Cahaya Saya memilih Loris beauty					

	clinic karena penataan cahaya didalam ruangan begitu cocok					
2	Indikator : Musik yang diputar Saya memilih Loris beauty clinic karena musik yang diputar mampu membuat pikiran rileks					
3	Indikator : Temperatur udara Saya memilih Loris beauty clinic karena temperatur udara didalam ruangnya pas tidak terlalu panas dan dingin					
4	Indikator : Tata warna ruangan Saya memilih Loris beauty clinic karena penataan warna pada ruagan pada letak yang tepat					
5	Indikator : Layout dan desain ruangan Saya memilih Loris beauty clinic karena rancangan atau tata letak ruangnya begitu menarik					
6	Indikator : Aroma didalam ruangan Saya memilih Loris beauty clinic karena aroma didalam ruangnya menciptakan ketenangan					

3. Kualitas Layanan

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Kualitas Layanan (X2)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Kehandalan Saya memilih Loris beauty clinic karena proses treatmen					

	dilakukan dengan cepat dan tanggap					
2	Indikator : Bukti Fisik Saya memilih Loris beauty clinic karena kebersihaan ruangnya yang sangat terjaga					
3	Indikator : Empati Saya memilih Loris beauty clinic karena clinic memprioritaskan kebutuhan konsumen					
4	Indikator : Daya Tanggap Saya memilih Loris beauty clinic karena pelayanan yang cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan					
5	Indikator : Jaminan Saya memilih Loris beauty clinic karena jaminan ketepatan dalam melakukan treatment					

4. Repurchase Intention

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Repurchase Intention (X4)	STS	TS	KS	S	SS
1	Indikator : Kemauan Untuk Membeli (Willingness to buy) Saya memilih Loris beauty clinic untuk melakukan perawatan wajah					
2	Indikator : Tren untuk membeli kembali (Trend to repurchase) Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh Loris beauty clinic					
3	Indikator : Lebih banyak					

	<p>pembelian kembali (More Repurchase) Saya akan membeli semua serangkaian perawatan wajah yang ditawarkan oleh Loris beauty clinic</p>					
4	<p>Indikator : Membeli kembali jenis produk yang sama (Repurchase the same type of product) Saya akan membeli produk yang sama di Loris beauty clinic karena saya merasa puas akan pelayanan dan kualitas produk</p>					

Lampiran 2 Uji Validitas

Variabel		R hitung	R tabel	Kesimpulam
Clarice Beauty Clinic				
Kepercayaa Merek (Brand Trust)	X1.1	0.836	0.284	Valid
	X1.2	0.803	0.284	Valid
	X1.3	0.763	0.284	Valid
	X1.4	0.769	0.284	Valid
Store Atmosphere	X2.1	0.657	0.284	Valid
	X2.2	0.638	0.284	Valid
	X2.3	0.760	0.284	Valid
	X2.4	0.812	0.284	Valid
	X2.5	0.671	0.284	Valid
	X2.6	0.812	0.284	Valid
Kualitas Layanan	X3.1	0.786	0.284	Valid
	X3.2	0.730	0.284	Valid
	X3.3	0.718	0.284	Valid
	X3.4	0.774	0.284	Valid
	X3.5	0.722	0.284	Valid
Repurchase Intention	X4.1	0.633	0.284	Valid
	X4.2	0.698	0.284	Valid

	X4.3	0.601	0.284	Valid
	X4.4	0.761	0.284	Valid
Loris Beauty Clinic				
Kepercayaan Merek (Brand Trust)	X1.1	0.531	0.284	Valid
	X1.2	0.657	0.284	Valid
	X1.3	0.799	0.284	Valid
	X1.4	0.788	0.284	Valid
Store Atmosphere	X2.1	0.836	0.284	Valid
	X2.2	0.792	0.284	Valid
	X2.3	0.792	0.284	Valid
	X2.4	0.707	0.284	Valid
	X2.5	0.727	0.284	Valid
	X2.6	0.618	0.284	Valid
Kualitas Layanan	X3.1	0.777	0.284	Valid
	X3.2	0.799	0.284	Valid
	X3.3	0.700	0.284	Valid
	X3.4	0.431	0.284	Valid
	X3.5	0.793	0.284	Valid
Repurchase Intention	X4.1	0.712	0.284	Valid
	X4.2	0.748	0.284	Valid
	X4.3	0.733	0.284	Valid
	X4.4	0.740	0.284	Valid

Lampiran 3 Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Kesimpulan
Clarice Beauty Clinic			
Kepercayaan Merek (Brand Trust)	0.836	0.60	Reliabel
Store Atmosphere	0.892	0.60	Reliabel
Kualitas Layanan	0.916	0.60	Reliabel
Repurchase Intention	0.772	0.60	Reliabel
Loris Beauty Clinic			
Kepercayaan Merek (Brand Trust)	0.758	0.60	Reliabel

Store Atmosphere	0.912	0.60	Reliabel
Kualitas Layanan	0.821	0.60	Reliabel
Repurchase Intention	0.875	0.60	Reliabel


Lampiran 4 Uji Independent Sampel t Test

Independent Samples Test											
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
Brand Trust (Kepercayaan Merek)	Equal variances assumed	0,636	0,427	-0,085	94	0,933	-0,0417	0,49096	-1,0165	0,93315	
	Equal variances not assumed			-0,085	93,121	0,933	-0,0417	0,49096	-1,0166	0,93327	
Store Atmosphere	Equal variances assumed	0,221	0,640	-1,101	94	0,274	-0,875	0,79475	-2,453	0,703	
	Equal variances not assumed			-1,101	93,898	0,274	-0,875	0,79475	-2,453	0,70302	
Kualitas Layanan	Equal variances assumed	0,023	0,880	-0,231	94	0,818	-0,1458	0,63248	-1,4016	1,10998	
	Equal variances not assumed			-0,231	93,958	0,818	-0,1458	0,63248	-1,4017	1,10998	
Repurchase Intention	Equal variances assumed	0,003	0,959	-0,526	94	0,600	-0,2917	0,55402	-1,3917	0,80836	
	Equal variances not assumed			-0,526	93,503	0,600	-0,2917	0,55402	-1,3918	0,80843	

Lampiran 5 Hasil Uji Group Statistics

Group Statistics					
	Kode	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kepercayaan Merek (Brand Trust)	Loris beauty clinic	48	16,2708	2,28538	0,32987
	Clarice beauty clinic	48	16,3125	2,51934	0,36364
Store Atmosphere	Loris beauty clinic	48	24,1458	3,95716	0,57117
	Clarice beauty clinic	48	25,0208	3,82872	0,55263
Kualitas Layanan	Loris beauty clinic	48	20,9375	3,13122	0,45195
	Clarice beauty clinic	48	21,0833	3,06548	0,44246
Repurchase Intention	Loris beauty clinic	48	15,7292	2,81137	0,40579
	Clarice beauty clinic	48	16,0208	2,6133	0,3772

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 : Suci Rohmatun Nisa'

NBI : 1121900160

Program Studi : Administrasi Niaga

Dosen Pembimbing I : Dr. IGN. Anom Maruta, M.M

Dosen Pembimbing II : Drs. Agung Pujianto, M.M

Judul Skripsi : **ANALISIS KOMPARATIF (PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST), STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA CLARICE BEAUTY CLINIC DAN LORIS BEAUTY CLINIC DI KOTA SURABAYA**

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	6/3-23	fee. Proposal Lampir Bob 1. ke Peny. 2	<i>[Signature]</i>	
2	10/3/23	pastikan uji peparas atau uji beda? atau keduanya?		<i>[Signature]</i>
3	4/5/23	BAB I fee	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	7/5/23	BAB II + form layout & desain ruang perbaiki kerangka pikir & hipotesis gunakan ke kelas buku yg agak baru		<i>[Signature]</i>
5	10/1/23	BAB II fee		<i>[Signature]</i>
		BAB I Revisi latar bel kang	<i>[Signature]</i>	
		BAB I fee	<i>[Signature]</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 : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	8	Bab II Review Mapping Journal	Ju	
2	9	Bab II Ace	Ju	
6a	5	BAB III Rancangan penelitian + interval persepsi Perbaiki: kuesioner		Juw
11	19/5/23	BAB III Ace		Juw
12	-	Bab III Ace	Ju	
13	6/6/23	BAB IV subbab 4.24. - uji keragaman variansi - Masukkan hipotesis variansi		Juw
14	10/6/23	BAB IV subbab 4.24. Zaput 4.21 salah letak, hip variansi uji t & F uji S.S		Juw
15	13/6/23 15/6/23	BAB IV Ace BAB V Ace		Juw
		Bab IV Ace Bab V Review	Ju Ju Ju	
		Bab V Ace		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 15-06-2023

Dosen Pembimbing I,

Juw

Dosen Pembimbing II,

Juw

Lampiran 7 Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Suci Rohmatun Nisa'

NIM : 1121900160

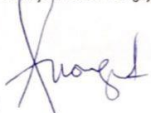
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023


Catatan Perbaikan:

(A large handwritten signature or scribble is present across the lines.)

Surabaya,

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


(Dr. IGN. Anom Maruta, M.M)


Dr. IGN. Anom Maruta, M.M)

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 : Suci Rohmatun Nisa'

NIM : 1121900160

Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- UBM Persamaan antar 2 obyek
- Cupikan dan daftar pustaka
- Referensi dan

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 : Suci Rohmatun Nisa'

NIM : 1121900160


Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023

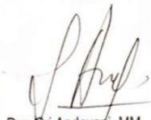
Catatan Perbaikan:

Sumber pustaka dan
daftar pustaka.

Surabaya,

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


(Dra. Sri Andayani, MM)


(Dra. Sri Andayani, MM)

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

Lampir 8 Lembar Turnitin



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

SURAT KETERANGAN

Nomor: 609/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 : Suci Rohmatun Nisa

NBI : 1121900160

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