

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

#### KUISISIONER

#### ANALISIS KOMPARASI WOM, PROMOSI MELALUI INSTAGRAM, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

#### (STUDI KASUS PANDALOVELY DAN AYUCITRA COSMETICS)

Responden yang terhormat, perkenalkan nama Fahrul Latifah dari prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya meminta kesediaan waktunya untuk ikut berpartisipasi dalam mengisi seluruh pernyataan yang ada dalam kuisisioner online penelitian ini. Kuisisioner ini merupakan alat penelitian yang digunakan untuk menyusun skripsi saya yang berjudul “Analisis Komparasi Komparasi Wom, Promosi Melalui Instagram, Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pandalovely Dan Ayucitra Cosmetics)” untuk itu diharapkan responden menjawab pertanyaan dalam kuisisioner 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

Pekerjaan :

1. Pelajar
2. Mahasiswa
3. Pekerja
4. Lainnya

**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 Toko Kosmetik Pandalovely Jombang

**WORD OF MOUTH**

**TOKO KOSMETIK PANDALOVELY JOMBANG**

| <b>Variabel Talkers (Pembicara)</b>   |   |            |           |           |          |           |
|---|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang – orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan Toko Kosmetik Pandalovely |   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b>   | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.  | Konsumen mengetahui toko kosmetik Pandalovely melalui informasi yang diperoleh dari orang – orang sekitar (teman, saudara/kerabat, tetangga, atau endorser) |            |           |           |          |           |

|    |   |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 2. | Pemberi informasi mempunyai pengalaman dan informasi lebih mengenai toko kosmetik Pandalovely |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|

| <b>Variabel <i>Topics</i> (topik)</b>   |  |            |           |           |          |           |
|---|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Berkaitan dengan apa yang dibicarakan oleh Talkers. Topik ini berhubungan dengan apa yang ditawarkan oleh Toko Kosmetik Pandalovely |  |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b>  | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.  | Toko Kosmetik Pandalovely sering memberikan penawaran berupa diskon, harga bundling pada moment tertentu kepada para konsumennya |            |           |           |          |           |
| 2.  | Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Kosmetik Pandalovely  |            |           |           |          |           |

| <b>Variabel <i>Tools</i> (alat)</b>  |                   |            |           |           |          |           |
|--|-------------------|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Merupakan alat penyebaran dari <i>topic dan talkers</i> . Alat ini membuat orang mudah membicarakan atau menularkan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain. |                   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>  | <b>Pernyataan</b> | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 1. | Informasi mengenai Toko Kosmetik Pandalovely mudah didapat melalui media sosial (seperti : instagram, tiktok)  |  |  |  |  |  |
| 2. | Informasi mengenai Toko Kosmetik Pandalovely sering saya dengar saat pertemuan – pertemuan tertentu seperti : perkuliahan, pertemuan keluarga, kumpul komunitas. |  |  |  |  |  |

| <b>Variabel <i>Talking Part</i> (partisipasi)</b>  |  |            |           |           |          |           |
|--|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Perlu adanya orang lain yang ikut serta dalam percakapan agar <i>Word Of Mouth</i> dapat terus berjalan. |  |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>  | <b>Pernyataan</b>  | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.   | Pandalovely sering melakukan tanya jawab melalui sosial medianya, agar konsumen lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan di Toko Kosmetik Pandalovely |            |           |           |          |           |

| <b>Variabel <i>Tracking</i> (pengawasan)</b>                              |                   |            |           |           |          |           |
|---|-------------------|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Suatu tindakan perusahaan untuk mengawasi serta memantau respon konsumen. |                   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b> | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
|   |                   |            |           |           |          |           |

|    |   |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 1. | Toko kosmetik Pandalovely menerima dan terbuka atas kritik dan saran dari para konsumen |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|

**PROMOSI MELALUI INSTAGRAM  
TOKO KOSMETIK PANDALOVELY JOMBANG**

| <b>Jangkauan</b>  |  |            |           |           |          |           |
|---|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Perkiraan jumlah pengguna dalam suatu target lokasi yang berdasarkan pengguna yang masuk. |  |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b>  | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.  | Toko Kosmetik Pandalovely melakukan promosi melalui media sosial instagram agar promosi yang dilakukan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat |            |           |           |          |           |
| 2.  | Promosi dengan konten yang menarik yang dilakukan Toko Kosmetik Pandalovely melalui instagram membuat pengikut instagram Pandalovely mencapai ribuan.  |            |           |           |          |           |

| <b>Kuantitas update di media</b>  |                   |            |           |           |          |           |
|---|-------------------|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Keaktifan pemasar dalam upload promosi atau berbagai informasi di media juga menjadi daya tarik konsumen. |                   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b> | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
|   |                   |            |           |           |          |           |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 1. | Promosi yang dilakukan oleh Toko Kosmetik Pandalovely melalui instagram selalu update dengan produk terbaru. |  |  |  |  |  |
| 2. | Pandalovely melakukan promosi terhadap produk – produknya setiap hari melalui media sosial.                  |  |  |  |  |  |

| <b>Kualitas pesan</b>   |   |            |           |           |          |           |
|---|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Kualitas pesan harus efektif, menarik, unik, kreatif, lengkap dan mudah dipahami. |   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b>   | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.  | Setiap promosi yang dilakukan oleh Pandalovely melalui instagram memiliki informasi yang jelas        |            |           |           |          |           |
| 2.  | Pandalovely melakukan promosi dengan pesan atau kalimat yang selalu menarik, unik dan mudah dipahami. |            |           |           |          |           |

**KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TOKO KOSMETIK PANDALOVELY JOMBANG**

|                                      |
|--------------------------------------|
| <b>Kemantapan pada sebuah produk</b> |
|--------------------------------------|

| Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. |  |     |    |    |   |    |
|---|--|-----|----|----|---|----|
| No  | Pernyataan   | STS | TS | CS | S | SS |
| 1.  | Konsumen memutuskan membeli produk di Pandalovely karena konsumen merasa mantap dengan kebutuhan konsumen. |     |    |    |   |    |

| Kebiasaan dalam membeli produk   |  |     |    |    |   |    |
|--|--|-----|----|----|---|----|
| Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |  |     |    |    |   |    |
| No   | Pernyataan   | STS | TS | CS | S | SS |
| 1.   | Ketika konsumen membutuhkan kosmetik atau skincare yang habis konsumensering melakukan pembelian di Pandalovely karena sudah terbiasa membeli. |     |    |    |   |    |

| Memberikan rekomendasi kepada orang lain   |   |     |    |    |   |    |
|--|---|-----|----|----|---|----|
| Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |   |     |    |    |   |    |
| No   | Pernyataan  | STS | TS | CS | S | SS |
| 1.   | Pelayanan dan kelengkapan produk sudah sesuai dengan harapan konsumen sehingga membuat konsumen ingin |     |    |    |   |    |

|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
|  | merekomendasikan kepada teman atau saudara. |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|

Tabel pernyataan Toko Ayucitra Cosmetics Jombang

**WORD OF MOUTH**

**TOKO AYUCITRA COSMETICS JOMBANG**

| <b>Variabel Talkers (Pembicara)</b>   |   |            |           |           |          |           |
|---|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang – orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan Toko Ayucitra Cosmetics Jombang |   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b>   | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.  | Konsumen mengetahui toko kosmetik Toko Ayucitra Cosmetics Jombang melalui informasi yang diperoleh dari orang – orang sekitar (teman, saudara/kerabat, tetangga, atau endorser) |            |           |           |          |           |
| 2.  | Pemberi informasi mempunyai pengalaman dan informasi lebih mengenai Toko Ayucitra Cosmetics Jombang.  |            |           |           |          |           |

| <b>Variabel Topics (topik)</b>  |  |            |           |           |          |           |
|---|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Berkaitan dengan apa yang dibicarakan oleh Talkers. Topik ini berhubungan dengan apa yang ditawarkan oleh Toko Ayucitra Cosmetics Jombang |  |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b>  | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.  | Toko Ayucitra Cosmetics Jombang sering memberikan penawaran berupa diskon, |            |           |           |          |           |



|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
|    | harga bundling pada moment tertentu kepada para konsumennya                                |  |  |  |  |  |
| 2. | Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Ayucitra Cosmetics Jombang. |  |  |  |  |  |

| <b>Variabel Tools (alat)</b>   |  |     |    |    |   |    |
|--|--|-----|----|----|---|----|
| Merupakan alat penyebaran dari <i>topic dan talkers</i> . Alat ini membuat orang mudah membicarakan atau menularkan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain. |  |     |    |    |   |    |
| No   | Pernyataan   | STS | TS | CS | S | SS |
| 1.   | Informasi mengenai Toko Ayucitra Cosmetics Jombang mudah didapat melalui media sosial (seperti : instagram, tiktok)  |     |    |    |   |    |
| 2.   | Informasi mengenai Toko Ayucitra Cosmetics Jombang sering saya dengar saat pertemuan – pertemuan tertentu seperti : perkuliahan, pertemuan keluarga, kumpul komunitas. |     |    |    |   |    |

| <b>Variabel Talking Part (partisipasi)</b>   |            |     |    |    |   |    |
|--|------------|-----|----|----|---|----|
| Perlu adanya orang lain yang ikut serta dalam percakapan agar <i>Word Of Mouth</i> dapat terus berjalan. |            |     |    |    |   |    |
| No   | Pernyataan | STS | TS | CS | S | SS |
|  |            |     |    |    |   |    |

|    |   |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 1. | Toko Ayucitra Cosmetics Jombang sering melakukan tanya jawab melalui sosial medianya, agar konsumen lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan di Toko Ayucitra Cosmetics Jombang. |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|

| <b>Variabel Tracking (pengawasan)</b>                                     |   |     |    |    |   |    |
|---|---|-----|----|----|---|----|
| Suatu tindakan perusahaan untuk mengawasi serta memantau respon konsumen. |   |     |    |    |   |    |
| No  | Pernyataan  | STS | TS | CS | S | SS |
| 1.  | Toko Ayucitra Cosmetics Jombang menerima dan terbuka atas kritik dan saran dari para konsumen |     |    |    |   |    |

**PROMOSI MELALUI INSTAGRAM  
TOKO AYUCITRA COSMETICS JOMBANG**

| <b>Jangkauan</b>  |            |     |    |    |   |    |
|---|------------|-----|----|----|---|----|
| Perkiraan jumlah pengguna dalam suatu target lokasi yang berdasarkan pengguna yang masuk. |            |     |    |    |   |    |
| No  | Pernyataan | STS | TS | CS | S | SS |

|    |   |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 1. | Toko Ayucitra Cosmetics Jombang melakukan promosi melalui media sosial instagram agar promosi yang dilakukan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat                    |  |  |  |  |  |
| 2. | Promosi dengan konten yang menarik yang dilakukan Toko Ayucitra Cosmetics Jombang melalui instagram membuat pengikut instagram Toko Ayucitra Cosmetics Jombang mencapai ribuan. |  |  |  |  |  |

| <b>Kuantitas update di media</b>  |  |            |           |           |          |           |
|---|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Keaktifan pemasar dalam upload promosi atau berbagai informasi di media juga menjadi daya tarik konsumen. |  |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>   | <b>Pernyataan</b>  | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.  | Promosi yang dilakukan oleh Toko Ayucitra Cosmetics Jombang melalui instagram selalu update dengan produk terbaru. |            |           |           |          |           |
| 2.  | Toko Ayucitra Cosmetics Jombang melakukan promosi terhadap produk – produknya setiap hari melalui media sosial.    |            |           |           |          |           |

| <b>Kualitas pesan</b> |
|-----------------------|
|-----------------------|

| Kualitas pesan harus efektif, menarik, unik, kreatif, lengkap dan mudah dipahami. |   |     |    |    |   |    |
|---|---|-----|----|----|---|----|
| No  | Pernyataan  | STS | TS | CS | S | SS |
| 1.  | Setiap promosi yang dilakukan oleh Toko Ayucitra Cosmetics Jombang melalui instagram memiliki informasi yang jelas        |     |    |    |   |    |
| 2.  | Toko Ayucitra Cosmetics Jombang melakukan promosi dengan pesan atau kalimat yang selalu menarik, unik dan mudah dipahami. |     |    |    |   |    |

**KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TOKO AYUCITRA COSMETICS JOMBANG**

| <b>Kemantapan pada sebuah produk</b>  |  |     |    |    |   |    |
|---|--|-----|----|----|---|----|
| Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. |  |     |    |    |   |    |
| No  | Pernyataan   | STS | TS | CS | S | SS |
| 1.  | Konsumen memutuskan membeli produk di Toko Ayucitra Cosmetics Jombang karena konsumen merasa mantap dengan kebutuhan konsumen. |     |    |    |   |    |

| <b>Kebiasaan dalam membeli produk</b>  |   |            |           |           |          |           |
|--|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>  | <b>Pernyataan</b>   | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.   | Ketika konsumen membutuhkan kosmetik atau skincare yang habis konsumen sering melakukan pembelian di Toko Ayucitra Cosmetics Jombang karena sudah terbiasa membeli. |            |           |           |          |           |

| <b>Memberikan rekomendasi kepada orang lain</b>  |   |            |           |           |          |           |
|--|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |   |            |           |           |          |           |
| <b>No</b>  | <b>Pernyataan</b>   | <b>STS</b> | <b>TS</b> | <b>CS</b> | <b>S</b> | <b>SS</b> |
| 1.   | Pelayanan dan kelengkapan produk sudah sesuai dengan harapan konsumen sehingga membuat konsumen ingin merekomendasikan kepada teman atau saudara. |            |           |           |          |           |

## Lampiran 2 Uji Validitas

| Variabel                          |      | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel</sub> | Kesimpulan |
|-----------------------------------|------|---------------------|--------------------|------------|
| <b>Pandalovely Jombang</b>        |      |                     |                    |            |
| <i>Word of Mouth</i>              | X1.1 | 0,493               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.2 | 0,667               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.3 | 0,643               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.4 | 0,383               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.5 | 0,541               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.6 | 0,684               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.7 | 0,628               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.8 | 0,832               | 0,361              | Valid      |
| Promosi Melalui Instagram         | X2.1 | 0,828               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X2.2 | 0,707               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X2.3 | 0,820               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X2.4 | 0,427               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X2.5 | 0,902               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X2.6 | 0,791               | 0,361              | Valid      |
| Keputusan Pembelian               | X3.1 | 0,851               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X3.2 | 0,843               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X3.3 | 0,877               | 0,361              | Valid      |
| <b>Ayucitra Cosmetics Jombang</b> |      |                     |                    |            |
| <i>Word of Mouth</i>              | X1.1 | 0,428               | 0,361              | Valid      |
|                                   | X1.2 | 0,624               | 0,361              | Valid      |

|                                 |      |       |       |       |
|---------------------------------|------|-------|-------|-------|
|                                 | X1.3 | 0,696 | 0,361 | Valid |
|                                 | X1.4 | 0,741 | 0,361 | Valid |
|                                 | X1.5 | 0,380 | 0,361 | Valid |
|                                 | X1.6 | 0,664 | 0,361 | Valid |
|                                 | X1.7 | 0,703 | 0,361 | Valid |
|                                 | X1.8 | 0,705 | 0,361 | Valid |
| Promosi<br>Melalui<br>Instagram | X2.1 | 0,652 | 0,361 | Valid |
|                                 | X2.2 | 0,715 | 0,361 | Valid |
|                                 | X2.3 | 0,893 | 0,361 | Valid |
|                                 | X2.4 | 0,919 | 0,361 | Valid |
|                                 | X2.5 | 0,810 | 0,361 | Valid |
|                                 | X2.6 | 0,796 | 0,361 | Valid |
| Keputusan<br>Pembelian          | X3.1 | 0,783 | 0,361 | Valid |
|                                 | X3.2 | 0,692 | 0,361 | Valid |
|                                 | X3.3 | 0,712 | 0,361 | Valid |

### Lampiran 3 Uji Reliabilitas

| Variabel                          | Cronbach's Alpha | Kriteria | Kesimpulan |
|-----------------------------------|------------------|----------|------------|
| <b>Pandalovely Jombang</b>        |                  |          |            |
| <i>Word of Mouth</i>              | 0,755            | 0,60     | Reliabel   |
| Promosi Melalui Instagram         | 0,832            | 0,60     | Reliabel   |
| Keputusan Pembelian               | 0,817            | 0,60     | Reliabel   |
| <b>Ayucitra Cosmetics Jombang</b> |                  |          |            |
| <i>Word of Mouth</i>              | 0,766            | 0,60     | Reliabel   |
| Promosi Melalui Instagram         | 0,886            | 0,60     | Reliabel   |
| Keputusan Pembelian               | 0,624            | 0,60     | Reliabel   |



### Lampiran 4 Uji Deskriptif

|                           |             | Descriptives |      |                |            |                                  |             |         |         |
|---------------------------|-------------|--------------|------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|---------|---------|
|                           |             | N            | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean |             | Minimum | Maximum |
|                           |             |              |      |                |            | Lower Bound                      | Upper Bound |         |         |
| Word of mouth             | Pandalovely | 48           | 4.17 | .630           | .091       | 3.98                             | 4.35        | 3       | 5       |
|                           | Ayucitra    | 48           | 3.81 | .982           | .142       | 3.53                             | 4.10        | 1       | 5       |
|                           | Total       | 96           | 3.99 | .840           | .086       | 3.82                             | 4.16        | 1       | 5       |
| Promosi melalui instagram | Pandalovely | 48           | 4.17 | .630           | .091       | 3.98                             | 4.35        | 3       | 5       |
|                           | Ayucitra    | 48           | 3.83 | .930           | .134       | 3.56                             | 4.10        | 1       | 5       |
|                           | Total       | 96           | 4.00 | .808           | .082       | 3.84                             | 4.16        | 1       | 5       |
| Keputusan pembelian       | Pandalovely | 48           | 4.02 | .887           | .128       | 3.76                             | 4.28        | 1       | 5       |
|                           | Ayucitra    | 48           | 3.63 | 1.003          | .145       | 3.33                             | 3.92        | 1       | 5       |
|                           | Total       | 96           | 3.82 | .962           | .098       | 3.63                             | 4.02        | 1       | 5       |

## Lampiran 5 Uji Homogenitas

### Test of Homogeneity of Variances

|                           |                                      | Levene Statistic | df1 | df2    | Sig. |
|---------------------------|--------------------------------------|------------------|-----|--------|------|
| Word of mouth             | Based on Mean                        | 2.270            | 1   | 94     | .135 |
|                           | Based on Median                      | 1.103            | 1   | 94     | .296 |
|                           | Based on Median and with adjusted df | 1.103            | 1   | 77.386 | .297 |
|                           | Based on trimmed mean                | .962             | 1   | 94     | .329 |
| Promosi melalui instagram | Based on Mean                        | 3.616            | 1   | 94     | .060 |
|                           | Based on Median                      | 2.804            | 1   | 94     | .097 |
|                           | Based on Median and with adjusted df | 2.804            | 1   | 84.681 | .098 |
|                           | Based on trimmed mean                | 2.298            | 1   | 94     | .133 |
| Keputusan pembelian       | Based on Mean                        | 3.563            | 1   | 94     | .062 |
|                           | Based on Median                      | 1.828            | 1   | 94     | .180 |
|                           | Based on Median and with adjusted df | 1.828            | 1   | 93.027 | .180 |
|                           | Based on trimmed mean                | 2.718            | 1   | 94     | .103 |

### Lampiran 6 Uji Independent Sampel t 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 |
| Word of mouth             | Equal variances assumed     | 2.270                                   | .135 | 2.103                        | 94     | .038            | .354            | .168                  | .020                                      | .689  |
|                           | Equal variances not assumed |   |      | 2.103                        | 80.105 | .039            | .354            | .168                  | .019                                      | .689  |
| Promosi melalui instagram | Equal variances assumed     | 3.616                                   | .060 | 2.055                        | 94     | .043            | .333            | .162                  | .011                                      | .655  |
|                           | Equal variances not assumed |   |      | 2.055                        | 82.639 | .043            | .333            | .162                  | .011                                      | .656  |
| Keputusan pembelian       | Equal variances assumed     | 7.893                                   | .062 | 2.049                        | 94     | .043            | .396            | .193                  | .012                                      | .779  |
|                           | Equal variances not assumed |   |      | 2.049                        | 92.623 | .043            | .396            | .193                  | .012                                      | .780  |

## Lampiran 7 Scan 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 : Fahrul Latifah  
 NBI : 1121900179  
 Program Studi : Administrasi Niaga  
 Dosen Pembimbing I : Drs. Agung Pujianto, M.M  
 Dosen Pembimbing II : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M

Judul Skripsi : **PENGARUH WORD OF MOUTH DAN PROMOSI MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PANDALOVELY JOMBANG**  
*Komparasi:*  
 ANALISIS KOMPARASI WOM, PROMOSI MELALUI INSTAGRAM, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PANDALOVELY & AYUCITRA COSMETICS

| No | Tanggal | Saran/Perbaikan  | Pembimbing         |                    |
|----|---------|--|--------------------|--------------------|
|    |         |  | Paraf Dospem 1     | Paraf Dospem 2     |
| 1  | 15/8/22 | Belum ada masalah?<br>Latar belakang & metode<br>"Coba uji komparasi"            | <i>[Signature]</i> |                    |
|    | 29/8/22 | belum ada masalah<br>Latar belakang & metode                                     | <i>[Signature]</i> |                    |
|    | 30/8/22 | ambil data yang penelitian<br>"pengaruh & komparasi, fokus yg<br>"coba uji"      | <i>[Signature]</i> |                    |
|    | 5/9-23  | Jelaskan yg ada di tabel yg. WOM   |                    | <i>[Signature]</i> |
|    | 12/4-23 | Bab I Acc ds. menambahkan<br>hasil pra survey di Latar<br>belakang permasalahan. |                    | <i>[Signature]</i> |
|    | 13/4-23 | Bab I Acc.   |                    | <i>[Signature]</i> |
|    | 17/4/23 | BAB I Acc<br>Metode Ruminasi & Tujuan  | <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](mailto:fisip@untag-sby.ac.id)

**KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

| NO. | TANGGAL | MATERI   | CATATAN DOSEN PEMBIMBING  | TANDA TANGAN       |
|-----|---------|--|---|--------------------|
|     | 5/5-23  | Acc → ds. pertukaran hub. antar variabel atau hipotesis (Bab II) |   | <i>[Signature]</i> |
|     | 6/5/23  | BAB II dif. konsep & operasi                                     | kejelasan di Cardex teori                                       | <i>[Signature]</i> |
|     | 11/5-23 | Bab III → Acc  |   | <i>[Signature]</i> |
|     | 12/5/23 | BAB III  | di f operasional  | <i>[Signature]</i> |
|     | 16/5/23 | BAB III  | kef. pembekim }<br>di f operasional blh<br>operasi Cardex teori | <i>[Signature]</i> |
|     | 17/5/23 | BAB III  | <i>[Signature]</i>  | <i>[Signature]</i> |
|     | 19/5/23 | BAB III  | populasi & interval   | <i>[Signature]</i> |
|     | 24/5/23 | BAB III  | <i>[Signature]</i>  | <i>[Signature]</i> |
|     | 25/5/23 | kuisioner  | uji coba  | <i>[Signature]</i> |
|     | 29/6-23 | Bab IV   | lanjutan analisa  | <i>[Signature]</i> |
|     | 15/6-23 | Bab IV   | Acc   | <i>[Signature]</i> |
|     | 17/6/23 | BAB IV   | gubuk tabel, tabel 4.19   | <i>[Signature]</i> |
|     | 20/8/23 | BAB IV   | uji beda? uji hipotesis   | <i>[Signature]</i> |
|     | 22/6-23 | Bab V  | rekomendasi   | <i>[Signature]</i> |
|     |         | BAB V  | daftar pustaka  | <i>[Signature]</i> |

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

*[Signature]*

*[Signature]*

## Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas 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. Semolowatu No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931808

### SURAT KETERANGAN Nomor: 688/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 : Fahrul Latifah  
NBI : 1121900179

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, 24 Juni 2023  
Kepala Lab. Otoda,

  
Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

## Lampiran 9 Lembar Revisi Skripsi

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Fahrul Latifah

NIM : 1121900179

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 3 Juli 2023

Catatan Perbaikan:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

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

( *Receipt* ) ( *Receipt* )

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



### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

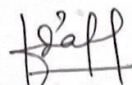
Nama : Fahrul Latifah  
NIM : 1121900179  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 3 Juli 2023

Catatan Perbaikan:

- ① Abstrak
- ② Daftar isi + tabel
- ③ Kutipan cavi, penulis asli
- ④ Referensi
- ⑤ Daftar pustaka
- ⑥ Format penulisan

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaiki, Revisi dari Dosen Penguji 2,

(  )

(   
Ni Made Ika Pratiwi )

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



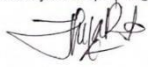
**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**


Nama : Fahrul Latifah  
NIM : 1121900179  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 3 Juli 2023

Catatan Perbaikan:

- 1) Abstrak di perbaiki, penulisan 1 sp.
- 2) Daftar tabel & paragraf, tiap sumber jaskanya 2 spzi, kelanjutan dr 1 sumber penulisan 1 spzi
- 3) hal 54, perbaiki penulisan

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3.

  
( Awin Mulyati )

  
( Awin M. )

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