

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN *SOMETHINC* PADA MAHASISWA (Studi Mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Semester Gasal Tahun Angkatan 2019 – 2020)

I. Data Responden :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :

II. Petunjuk

1. Beri tanda ceklis (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia
2. Ada lima alternative jawaban yang disiapkan, dimana kelima alternative tersebut dikembangkan atas dasar kategori dalam Skala Likert yaitu :
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Jawaban yang saudara berikan tidak satupun yang di anggap salah dan tetap dijamin kerahasiaanya.
4. Ceklist penelitian ini dimanfaatkan untuk kepentingan penulisan skripsi bukan untuk kepentingan yang lain.
5. Terima kasih atas jawaban yang saudara berikan.

Variabel	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
Kualitas Produk	<i>Performance / kinerja</i>	SS	S	N	TS	STS
	1. Saya merasakan kenyamanan dalam beraktifitas setelah					

(X1)	menggunakan produk kosmetik <i>Somethinc</i> .					
	2. Pemakaian produk kosmetik <i>Somethinc</i> dapat memancarkan rona wajah lembap berkilau yang sehat.					
	Reliability / Keandalan					
	1. Kualitas produk kosmetik <i>Somethinc</i> dapat diandalkan dalam menampilkan fisik yang terlihat lebih baik.					
	2. Kualitas produk <i>Somethinc</i> yang saya gunakan saat ini dapat mampu menandingi merek produk kecantikan internasional					
	Durability / Daya tahan					
	1. Produk kosmetik <i>Somethinc</i> dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk					
	2. Jangka waktu kadaluwarsa produk kosmetik <i>Somethinc</i> relatif lama sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu lama.					
	Estetika					
	1. Kemasan produk kosmetik <i>Somethinc</i> selain praktis untuk dibawa berpergian namun juga terlihat modis dan elegan.					
	2. Produk kosmetik <i>Somethinc</i> memiliki desain logo yang mudah diingat sebagai identitas dari <i>Somethinc</i> .					

Persepsi Harga (X2)	Keterjangkauan persepsi harga	SS	S	N	TS	STS	
	1. Produk kosmetik <i>Somethinc</i> memiliki harga yang terjangkau.						
	2. Harga produk kosmetik <i>Somethinc</i> sesuai dengan kebutuhan saya.						
	Kesesuaian persepsi harga dengan kualitas produk						
	1. Produk kosmetik <i>Somethinc</i> memiliki harga terjangkau dengan kemasan yang terlihat mahal.						
	2. Harga dari produk kosmetik <i>Somethinc</i> sesuai dengan kualitas yang diberikan.						
	Daya saing persepsi harga						
	1. Saya merasa harga produk kosmetik <i>Somethinc</i> dapat bersaing dengan produk kosmetik merek lain.						
	2. Produk kosmetik <i>Somethinc</i> sering mengadakan potongan harga atau discount untuk setiap pembelian.						
	Kesesuaian persepsi harga dengan manfaat						
	1. Saya merasa nilai yang saya peroleh dari pemakaian produk <i>Somethinc</i> yang saya gunakan saat ini sebanding dengan uang yang saya keluarkan.						
	2. Saya merasa harga produk <i>Somethinc</i> sesuai dengan manfaat yang dirasakan.						

Promosi (X3)	<i>Advertising / Periklanan</i>	SS	S	N	TS	STS	
	1. Iklan produk kosmetik <i>Somethinc</i> mampu tersebar secara meluas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang produk kosmetik <i>Somethinc</i> .						
	2. Iklan yang disampaikan mampu memberikan saya keyakinan terhadap kualitas produk kosmetik <i>Somethinc</i> .						
	<i>Personal selling / Penjualan Pribadi</i>						
	1. Tenaga penjualan <i>Somethinc</i> efektif dalam membantu memecahkan masalah pelanggan.						
	2. Tenaga penjual <i>Somethinc</i> mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kosmetik <i>Somethinc</i> .						
	<i>Sales promotion / Promosi Penjualan</i>						
	1. Adanya bonus dan diskon ketika pembelian setiap produk kosmetik <i>Somethinc</i> membuat saya tertarik untuk membeli.						
	2. Promosi yang ditawarkan perusahaan Kosmetik <i>Somethinc</i> mampu membujuk saya untuk membeli produk kosmetik <i>Somethinc</i> .						
	<i>Public relations / Hubungan Masyarakat</i>						
	1. Setiap pertanyaan konsumen dilayani dengan sabar dan ramah oleh tenaga penjual produk kosmetik <i>Somethinc</i> .						
	<i>Direct and Digital</i>						
	1. Iklan produk kosmetik <i>Somethinc</i> melalui media cetak maupun elektronik lebih efektif, karena lebih mudah ditemui.						

Keputusan Pembelian (Y)	<i>Need Recognition / Pengenalan Kebutuhan</i>	SS	S	N	TS	STS	
	1. Saya membeli produk kosmetik <i>Somethinc</i> setelah mendapatkan informasi produk yang sesuai dengan kebutuhan.						
	2. Saya membeli produk kosmetik <i>Somethinc</i> karena terpengaruh hasil pemakaian konsumen lain.						
	<i>Information Search / Pencarian Informasi</i>						
	1. Saya memutuskan membeli produk kosmetik <i>Somethinc</i> setelah mendapatkan rekomendasi dari teman/orang lain.						
	2. Saya memutuskan membeli produk kosmetik <i>Somethinc</i> setelah mengetahui informasi lengkap dari akun Instagram <i>Somethinc</i> .						
	<i>Evaluation of Alternatives / Evaluasi Alternatif</i>						
	1. Produk kosmetik <i>Somethinc</i> cocok sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan alat kecantikan.						
	2. Produk kosmetik <i>Somethinc</i> menjadi alternatif utama bagi saya karena memiliki kualitas yang sesuai dengan yang saya inginkan.						
	<i>Purchase Decision / Keputusan Pembelian</i>						
	1. Saya memutuskan untuk membeli						

	produk kosmetik <i>Somethinc</i> karena persepsi kualitasnya yang tinggi.					
	2. Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian saya pada produk kosmetik <i>Somethinc</i> .					
<i>Post-Purchase Behavior / Perilaku Pasca Pembelian</i>						
	1. Saya merasa puas setelah menggunakan produk kosmetik <i>Somethinc</i> .					
	2. Saya akan merekomendasikan produk kosmetik <i>Somethinc</i> kepada orang lain yang membutuhkan.					

Lampiran 2 Data Tabulasi

Responden	KUALITAS PRODUK								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1
1	5	5	5	5	4	5	5	5	39
2	4	5	4	4	5	5	5	5	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	4	4	4	4	4	4	34
6	5	5	4	4	4	4	4	4	34
7	4	4	4	4	4	5	4	4	33
8	5	5	4	4	4	4	4	4	34
9	5	5	4	4	5	5	5	5	38
10	5	5	4	4	5	5	5	5	38
11	5	5	4	4	5	5	5	5	38
12	5	5	4	4	5	5	5	5	38
13	4	4	5	4	4	4	5	5	35
14	4	4	4	4	4	5	4	4	33
15	4	4	4	4	5	5	4	4	34
16	4	4	4	4	4	5	4	4	33
17	4	4	4	4	4	5	4	4	33
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	4	5	5	5	5	5	39
20	4	4	5	4	4	4	5	5	35
21	5	5	4	5	4	4	4	4	35
22	5	5	4	4	5	5	4	4	36
23	4	4	5	4	4	4	5	5	35
24	4	4	5	4	4	4	5	5	35
25	4	4	5	4	4	4	5	5	35
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	5	4	4	4	4	4	4	34
28	5	5	4	4	4	4	4	4	34
29	5	5	4	4	5	5	5	5	38
30	4	5	4	4	5	5	5	5	37

31	4	4	4	4	4	5	4	4	33
32	5	5	4	4	5	4	5	5	37
33	4	5	5	5	5	4	4	5	37
34	5	4	5	5	5	5	4	4	37
35	5	5	4	5	5	5	5	5	39
36	5	4	5	4	5	5	4	5	37
37	4	5	5	5	4	5	5	4	37
38	5	5	4	4	4	4	4	4	34
39	4	4	5	4	4	4	5	5	35
40	4	4	5	5	4	4	4	5	35
41	5	4	4	4	5	4	4	4	34
42	4	4	4	4	5	4	5	5	35
43	5	5	5	4	5	5	4	5	38
44	4	4	5	4	4	4	5	5	35
45	4	4	5	5	4	5	4	5	36
46	4	4	4	4	4	5	4	4	33
47	5	5	4	4	4	4	4	4	34
48	4	4	5	4	5	4	5	5	36
49	5	5	4	5	5	5	5	5	39
50	5	5	4	4	4	4	4	4	34
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	4	4	3	4	4	4	31
56	4	4	4	4	3	4	4	4	31
57	3	3	4	3	3	5	3	5	29
58	4	4	4	4	3	4	4	4	31
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	3	3	4	3	2	2	2	2	21

65	2	4	4	4	4	2	4	4	28
66	3	3	4	3	2	2	2	2	21
67	4	3	3	3	3	3	3	3	25
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	4	5	5	5	4	4	5	4	36
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	4	5	4	5	5	5	5	38
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	4	4	4	4	3	4	4	4	31
78	4	4	4	4	3	4	4	4	31
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	3	3	4	3	3	5	3	5	29
82	5	5	5	4	3	2	5	4	33
83	4	4	5	4	3	5	4	3	32
84	3	4	4	4	4	3	5	4	31
85	4	5	5	5	4	4	5	4	36
86	4	4	4	4	3	4	4	3	30
87	5	4	3	4	5	2	3	4	30
88	4	4	4	4	3	4	4	4	31
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	4	5	4	4	4	3	4	3	31
91	4	4	5	4	3	2	3	4	29
92	5	4	3	4	4	5	4	3	32
Mean	4.34	4.37	4.33	4.20	4.17	4.27	4.32	4.34	34.33

Responden	PERSEPSI HARGA								
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TX2
1	4	5	5	5	4	4	4	4	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	3	5	4	2	3	27
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	5	5	5	39
6	3	5	3	5	5	5	5	5	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	4	4	4	3	3	4	4	30
9	4	5	5	5	5	3	4	4	35
10	3	4	4	3	3	2	3	3	25
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	4	3	3	3	4	5	5	32
15	4	3	4	4	4	4	4	4	31
16	5	5	5	5	5	5	4	5	39
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	2	2	4	5	4	4	4	4	29
21	5	5	4	5	5	4	5	5	38
22	1	3	1	4	3	3	3	3	21
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	4	4	4	5	5	34
25	3	3	3	3	4	4	3	3	26
26	4	4	4	4	5	4	5	5	35
27	4	5	5	5	4	5	5	4	37
28	3	3	3	3	4	2	4	4	26
29	3	3	2	4	3	4	2	3	24
30	5	3	3	3	3	3	3	4	27
31	3	3	2	3	3	2	2	3	21
32	2	3	3	4	4	4	3	3	26

33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	3	3	3	3	4	3	3	3	25
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	3	4	3	4	4	4	4	4	30
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	3	3	4	4	4	2	4	4	28
39	3	3	3	3	1	2	1	3	19
40	3	3	3	3	3	3	3	3	24
41	2	3	3	5	5	3	5	3	29
42	5	5	4	5	5	5	5	5	39
43	3	3	3	3	4	3	3	3	25
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	3	4	4	4	4	4	4	4	31
46	3	4	4	4	4	4	4	4	31
47	3	3	3	3	3	4	4	4	27
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	3	3	3	3	3	3	3	4	25
50	2	2	2	2	2	2	2	2	16
51	4	4	3	3	3	3	3	3	26
52	1	1	1	1	1	1	1	1	8
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	3	4	3	4	3	3	3	27
55	4	4	4	4	4	4	4	5	33
56	3	3	2	2	2	2	2	2	18
57	4	4	3	3	3	3	3	4	27
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	3	5	4	5	5	5	5	5	37
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	3	3	3	4	4	4	3	4	28
62	4	3	3	4	4	3	4	4	29
63	4	3	4	3	3	4	4	4	29
64	4	4	4	5	3	4	4	5	33
65	5	4	3	5	4	5	3	3	32
66	2	1	2	2	1	2	1	2	13

67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	5	5	4	5	5	5	4	5	38
69	4	5	4	4	4	5	4	5	35
70	4	5	4	4	4	4	5	4	34
71	4	4	4	3	3	3	4	4	29
72	4	3	4	2	3	2	3	2	23
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	3	3	3	4	3	4	2	3	25
77	5	5	5	4	5	4	5	4	37
78	4	4	4	3	3	3	3	3	27
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	3	4	3	4	4	4	4	4	30
82	3	3	3	3	4	3	3	3	25
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	4	4	4	4	4	3	4	4	31
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	5	5	5	5	5	5	5	4	39
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Mean	3.83	3.93	3.80	3.98	3.96	3.85	3.88	3.98	31.21

Responden	PROMOSI								
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TX3
1	4	5	4	5	4	5	5	4	36
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	5	3	3	4	4	5	5	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	39
6	5	5	3	3	5	3	3	5	32
7	3	3	3	3	4	4	4	4	28
8	3	4	5	5	4	4	4	3	32
9	5	5	5	5	4	3	3	5	35
10	5	3	3	4	5	3	4	5	32
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	4	4	3	4	5	4	4	33
15	3	4	4	4	4	4	5	4	32
16	5	5	4	5	5	5	5	5	39
17	4	3	3	3	3	3	4	4	27
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	4	4	4	4	5	3	34
21	5	5	5	5	5	5	5	4	39
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	5	5	3	4	4	4	4	5	34
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	4	4	3	3	4	4	4	4	30
26	5	4	4	4	4	5	5	4	35
27	5	4	5	4	3	4	2	4	31
28	5	5	4	5	5	4	3	5	36
29	2	4	4	3	3	4	3	4	27
30	4	4	4	2	3	3	3	4	27
31	1	2	2	2	2	2	2	3	16
32	2	3	4	4	3	4	4	4	28

33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	3	3	4	4	3	4	4	29
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	5	3	4	4	4	4	5	33
37	4	4	4	4	5	4	4	4	33
38	5	4	3	5	5	5	3	4	34
39	3	3	3	2	1	1	3	3	19
40	3	3	3	3	3	3	3	3	24
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	4	5	5	5	5	5	5	5	39
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	3	4	4	4	4	4	4	4	31
50	2	2	2	2	2	2	2	2	16
51	3	3	3	3	3	3	3	3	24
52	1	1	1	1	1	1	1	1	8
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
55	5	4	5	4	5	4	5	4	36
56	2	2	2	2	2	2	2	2	16
57	3	3	3	4	3	4	3	3	26
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	5	5	3	3	5	5	5	5	36
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	4	4	4	5	4	4	4	34
62	3	4	4	3	4	3	3	3	27
63	4	4	4	4	4	4	3	4	31
64	5	4	3	4	4	5	4	4	33
65	5	4	5	4	5	3	4	5	35
66	1	1	1	1	3	4	5	3	19

67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	5	5	4	5	4	4	3	4	34
70	4	4	4	4	4	4	5	4	33
71	4	4	3	3	3	3	4	4	28
72	2	2	2	2	2	2	2	2	16
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	3	4	2	3	2	4	3	3	24
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	3	4	3	4	4	3	4	4	29
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	5	4	4	4	4	4	4	33
82	2	3	2	2	4	4	3	3	23
83	2	4	3	3	3	4	4	3	26
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	4	4	4	4	5	5	4	4	34
86	3	4	4	4	4	4	4	4	31
87	4	4	3	3	5	4	5	5	33
88	4	4	3	2	5	4	5	4	31
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	4	4	4	3	5	4	4	4	32
91	4	5	4	5	4	3	4	4	33
92	5	4	5	4	5	4	5	5	37
Mean	3.97	4.03	3.78	3.83	4.02	3.95	3.99	4.04	31.61

Responden	KEPUTUSAN PEMBELIAN										
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	TY
1	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
8	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	42
9	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5	43
10	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	45
15	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
21	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
26	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	43
27	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	45
28	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	36
29	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
30	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
31	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	23

32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	37
37	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
38	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
39	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	28
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	34
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	37
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
52	1	1	1	1	5	5	5	5	3	3	30
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	33
55	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
57	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	33
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	46
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	38
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
63	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
64	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	39
65	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	43

66	1	4	2	1	2	3	2	2	1	4	22
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
69	5	5	4	4	3	3	3	4	5	4	40
70	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	45
71	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	33
77	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	42
78	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	36
79	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	34
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	37
84	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	39
85	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
86	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	37
87	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	44
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
Mean	4.08	4.00	3.93	4.01	3.88	3.87	3.99	3.97	4.00	3.99	39.72

Lampiran 3 Uji Validitas

Kualitas Produk (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.724**	.126	.466**	.592**	.417**	.415**	.344**	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.233	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.2	Pearson Correlation	.724**	1	.241*	.625**	.600**	.339**	.614**	.398**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.3	Pearson Correlation	.126	.241*	1	.558**	.240*	.223*	.499**	.506**	.540**
	Sig. (2-tailed)	.233	.021		.000	.021	.033	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.4	Pearson Correlation	.466**	.625**	.558**	1	.561**	.420**	.604**	.463**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.5	Pearson Correlation	.592**	.600**	.240*	.561**	1	.552**	.647**	.677**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.021	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.6	Pearson Correlation	.417**	.339**	.223*	.420**	.552**	1	.480**	.545**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.033	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.7	Pearson Correlation	.415**	.614**	.499**	.604**	.647**	.480**	1	.716**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.8	Pearson Correlation	.344**	.398**	.506**	.463**	.677**	.545**	.716**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TX1	Pearson Correlation	.688**	.752**	.540**	.766**	.838**	.703**	.838**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Persepsi Harga (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.779**	.786**	.572**	.595**	.654**	.659**	.714**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X2.2	Pearson Correlation	.779**	1	.802**	.776**	.771**	.780**	.787**	.796**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X2.3	Pearson Correlation	.786**	.802**	1	.718**	.724**	.684**	.778**	.738**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X2.4	Pearson Correlation	.572**	.776**	.718**	1	.815**	.830**	.776**	.790**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X2.5	Pearson Correlation	.595**	.771**	.724**	.815**	1	.774**	.812**	.736**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X2.6	Pearson Correlation	.654**	.780**	.684**	.830**	.774**	1	.737**	.790**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X2.7	Pearson Correlation	.659**	.787**	.778**	.776**	.812**	.737**	1	.856**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X2.8	Pearson Correlation	.714**	.796**	.738**	.790**	.736**	.790**	.856**	1	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TX2	Pearson Correlation	.814**	.917**	.881**	.886**	.881**	.883**	.907**	.906**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

Promosi (X3)

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.807**	.693**	.716**	.773**	.628**	.587**	.800**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X3.2	Pearson Correlation	.807**	1	.750**	.787**	.740**	.709**	.634**	.803**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X3.3	Pearson Correlation	.693**	.750**	1	.823**	.681**	.628**	.581**	.677**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X3.4	Pearson Correlation	.716**	.787**	.823**	1	.708**	.699**	.569**	.698**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X3.5	Pearson Correlation	.773**	.740**	.681**	.708**	1	.765**	.741**	.823**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X3.6	Pearson Correlation	.628**	.709**	.628**	.699**	.765**	1	.757**	.678**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X3.7	Pearson Correlation	.587**	.634**	.581**	.569**	.741**	.757**	1	.708**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X3.8	Pearson Correlation	.800**	.803**	.677**	.698**	.823**	.678**	.708**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TX3	Pearson Correlation	.872**	.900**	.845**	.870**	.899**	.844**	.801**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations												
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	TY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.772*	.762*	.825*	.593*	.536*	.660*	.617*	.763*	.601*	.841*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.2	Pearson Correlation	.772*	1	.834*	.744*	.579*	.603*	.621*	.581*	.730*	.667*	.840*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.3	Pearson Correlation	.762*	.834*	1	.827*	.617*	.613*	.651*	.586*	.745*	.680*	.862*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.4	Pearson Correlation	.825*	.744*	.827*	1	.648*	.661*	.747*	.668*	.788*	.671*	.893*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.5	Pearson Correlation	.593*	.579*	.617*	.648*	1	.778*	.806*	.789*	.748*	.614*	.834*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.6	Pearson Correlation	.536*	.603*	.613*	.661*	.778*	1	.764*	.675*	.732*	.667*	.818*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.7	Pearson Correlation	.660*	.621*	.651*	.747*	.806*	.764*	1	.851*	.774*	.708*	.884*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

Y1.8	Pearson Correlation	.617*	.581*	.586*	.668*	.789*	.675*	.851*	1	.773*	.663*	.838*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.9	Pearson Correlation	.763*	.730*	.745*	.788*	.748*	.732*	.774*	.773*	1	.706*	.908*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y1.10	Pearson Correlation	.601*	.667*	.680*	.671*	.614*	.667*	.708*	.663*	.706*	1	.818*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TY	Pearson Correlation	.841*	.840*	.862*	.893*	.834*	.818*	.884*	.838*	.908*	.818*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	8

Persepsi Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	8

Promosi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.951	8

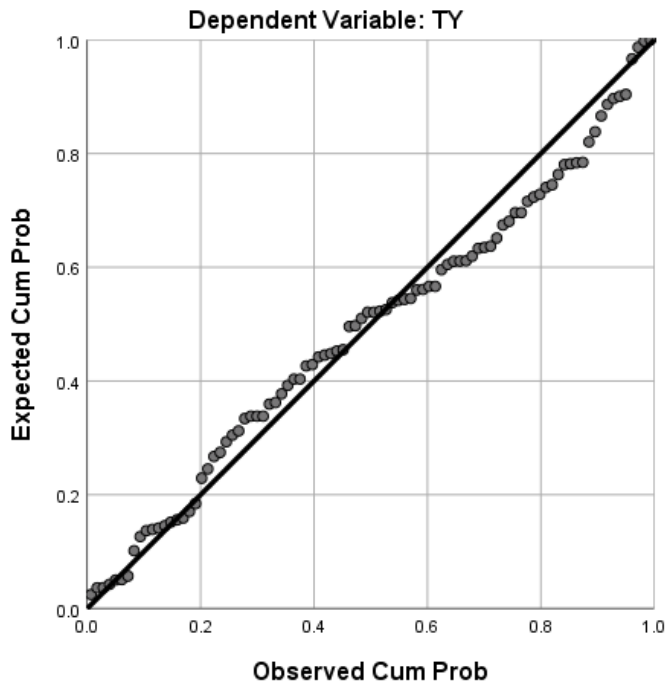
Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.958	10

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



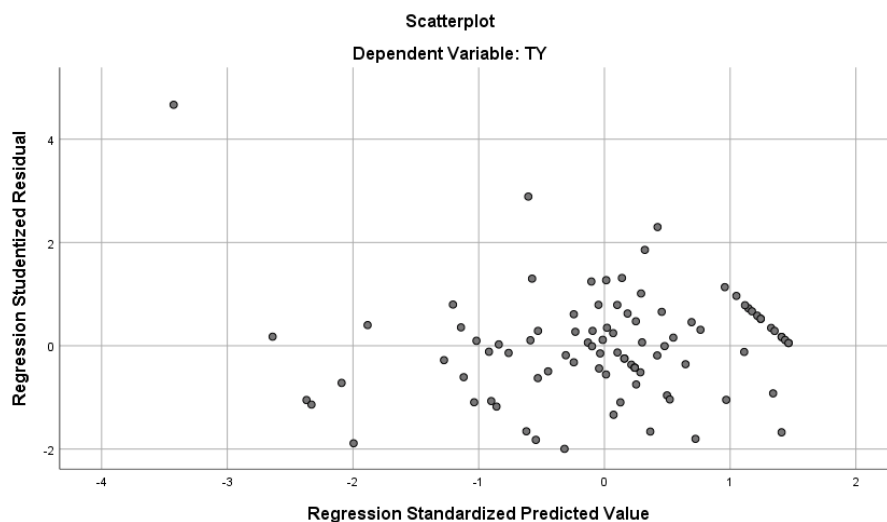
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.25942382
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.060
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 ^c
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.027	3.471		-.008	.994		
	X1	.191	.091	.097	2.106	.038	.975	1.025
	X2	.424	.101	.377	4.205	.000	.258	3.879
	X3	.631	.104	.549	6.098	.000	.256	3.909

a. Dependent Variable: Y

Uji Heterokedastisitas



Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.752	2.275		1.649	.103		
	X1	.054	.059	.094	.917	.362	.975	1.025
	X2	.035	.066	.105	.529	.598	.258	3.879
	X3	-.138	.068	-.407	-2.041	.054	.256	3.909

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 6 Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.027	3.471		-.008	.994		
	X1	.191	.091	.097	2.106	.038	.975	1.025
	X2	.424	.101	.377	4.205	.000	.258	3.879
	X3	.631	.104	.549	6.098	.000	.256	3.909

a. Dependent Variable: Y

Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4337.882	3	1445.961	131.618	.000 ^b
	Residual	966.770	88	10.986		
	Total	5304.652	91			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Lampiran 7
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.027	3.471		-.008	.994		
	X1	.191	.091	.097	2.106	.038	.975	1.025
	X2	.424	.101	.377	4.205	.000	.258	3.879
	X3	.631	.104	.549	6.098	.000	.256	3.909

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 8
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.818	.812	3.315

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 9 Hasil Turnitin

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SOMETHINC PADA MAHASISWA

ORIGINALITY REPORT

19% SIMILARITY INDEX	22% INTERNET SOURCES	12% PUBLICATIONS	17% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	3%
2	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	2%
3	journal.ilinstitute.com Internet Source	1%
4	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	1%
5	nathaniavalencia.wordpress.com Internet Source	1%
6	ojs.stiami.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Warmadewa Student Paper	1%
8	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	1%

Submitted to UIN Raden Intan Lampung



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
BIRO AKADEMIK

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

17 November 2022

Nomor : 326/K/BA/XI/2022
Lampiran : -
Perihal : Balasan Permohonan Data

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 data atas nama Nova Dwi Lestari, NIM 1211900010 Nomor: 16/K/FEB/XI/2022 pada tanggal 16 November 2022. Berikut data Mahasiswa Aktif Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Semester Gasal 2019/2020:

No	Program Studi	Angkatan	
		2019	2020
1	Manajemen	302	325
2	Akuntansi	158	118
3	Ekonomi Pembangunan	175	89
Total		635	532

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

Kepala Biro Akademik,



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

Tembusan Kepada Yth:

1. Nova Dwi Lestari / NIM. 1211900010
2. Arsip

Lampiran 11 Permohonan Ijin Mengadakan Penelitian



YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (SI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (SI)
PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (SI)
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)

TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Ext 140, 141, E-mail: feb@untag-sb.ac.id

Nomor : 16/K/FEB/XI/2022
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian**
Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Kepala Biro Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Dengan hormat,

Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : NOVA DWI LESTARI
N. P. M : 1211900010
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Alamat : Dukuh Setro IX No. 11 Surabaya
Telp. /HP. 085648264764

Guna melakukan penelitian pada :

MAHASIWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTAG SURABAYA
untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul
"PENGARUH KUALITAS PRODUK PERSEPSI, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SEMOTHINC PADA MAHASIWA UNTAG 1945 SURABAYA"

Dengan Tujuan,


Meminta data total Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya angkatan 2019-2020.

Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 16 NoPember 2022



Lampiran 12 Kartu Bimbingan




UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, E-mail: info@untag-sby.ac.id

SEMESTER
Gasal / Genap
2022 / 2023

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

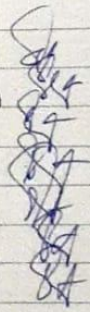


Nama Mahasiswa / NBI : **Nova Dwi L / 1211900010**

Nama Pembimbing : **Drs. Ec. Sigit S. MM**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Produk Kecantikan Something Pada Mahasiswa**

Mulai Program Skripsi : Semester **7** Thn. Ak. **2019** Selesai Bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	Selasa 27-09-22	Judul	Bimbingan Perihal Judul	
2.	Selasa 11-10-22	Latar Belakang	Bimbingan Perihal Latar Belakang	
3.	Selasa 15-11-22	Bab III	Bimbingan Bab III	
4	Rabu 16-11-22	Bab III	TTD Lembar Pengesahan	
5	Selasa 07-02-23	Revisi	Revisi Sempro	
6	Kamis 25-05-23	Bab IV	Bimbingan Bab IV	
7	Senin 5-06-23	Bab V	Revisi dan Acc Skripsi	

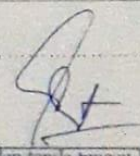
Perpanjangan I _____

Semester _____

Th Ak _____

Paraf Kajar _____

Surabaya, _____



(Nama dan tanda tangan Pembimbing)
Sigit Sigit