

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK SKINCARE LOKAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Kepada Yth.

Saudara/i

Di tempat

Dengan Hormat

Saya Naomi Makatita Mahasiswi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen sedang melaksanakan penelitian mengenai pengaruh digital marketing, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Ulang Produk Skincare Lokal Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Demi tercapainya tujuan penelitian ini saya memohon dengan hormat bantuan dari Saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur, kerahasiaan jawaban Anda akan terjaga dan hanya digunakan untuk keperluan akademis semata. Atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

A. Petunjuk Pengisian :

1. Penelitian ini meliputi produk skincare lokal perawatan wajah yaitu, cleanser, toner, serum wajah, dan krim wajah
2. Isilah kuesioner di bawah ini dengan jujur dan benar sesuai dengan kenyataan.
3. Berilah centang (✓) pada kolom skor yang telah disediakan yang dianggap sesuai

B. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

- L (Laki-laki)
- P (Perempuan)

Usia :

- 19 – 20 Tahun
- 21 – 22 Tahun
- 23 Tahun ke atas

C. Frekuensi membeli produk skincare merek lokal :

- 2 kali
- 3 kali
- 4 kali
- Lebih dari 4 kali

D. Kriteria Bobot Penilaian

Pilihlah salah satu skor menurut pendapat anda dari beberapa pilihan jawaban yang telah disediakan untuk setiap pertanyaan yang diberikan?

Keterangan :

Kuesioner ini menggunakan skala Likert 5 poin

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Netral (N) = 3

- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
Digital Marketing						
Content Marketing						
1	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal apabila melihat konten iklan produk skincare lokal pada media digital seperti media sosial, market place, maupun media digital lainnya yang menarik saya untuk membeli.					
2	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal apabila melihat konten yang mengandung informasi seperti promo, diskon, atau promosi lainnya yang dilakukan perusahaan pada media sosial ataupun media digital lainnya.					
E-promotion						
3	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal setelah mengakses informasi mengenai produk skincare lokal yang saya inginkan di market place, sosial media, dan media digital lainnya.					
4	Saya dengan mudah dapat mengetahui informasi terbaru mengenai produk skincare lokal yang saya inginkan melalui media digital, sehingga dapat lebih meyakinkan saya untuk melakukan pembelian ulang.					
Brand Image						
Kekuatan						
5	Saya akan membeli ulang Produk skincare lokal yang memiliki reputasi yang baik dimasyarakat serta baik juga menurut saya.					
6	Saya akan membeli produk skincare lokal yang mereknya telah saya percayai.					
Kesukaan						
7	Saya akan membeli ulang produk skincare merek lokal memiliki manfaat dan kegunaan sesuai dengan harapan saya.					
8	Saya akan membeli ulang produk skincare merek lokal yang telah memiliki mutu yang tinggi menurut saya.					
Keunikan						

9	Saya akan membeli ulang produk skincare merek lokal yang dapat meningkatkan rasa percaya diri saya					
10	Saya akan membeli ulang produk skincare merek lokal yang mudah saya ingat dan terjamin aman.					
Kualitas Produk						
Ketebalan						
11	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang tidak mudah mencair atau meleleh selama masa penyimpanan.					
12	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang memiliki tekstur yang mudah untuk diaplikasikan.					
Kemudahan menyebar						
13	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang dapat dengan mudah menyebar diatas kulit saat diaplikasikan.					
14	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang teksturnya tidak lengket dan lembut sehingga dapat menyebar merata ke seluruh kulit yang ingin saya aplikasikan					
Mudah menyerap						
15	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang dapat dengan mudah menyerap pada kulit ketika digunakan.					
16	Saya akan membeli skincare lokal yang tidak memerlukan waktu yang lama untuk menyerap pada kulit.					
Residu						
17	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang tidak banyak tersisa ditangan setelah diaplikasikan pada kulit saya.					
18	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang tidak meninggalkan bekas pada kulit saya.					
Keputusan Pembelian Ulang						
Membeli ulang produk yang sama						
19	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang sama yang telah memberikan manfaat dan kegunaan yang sesuai dengan harapan saya.					
20	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal yang sama yang sesuai dengan harapan saya dengan kuantitas yang lebih tinggi					

Membeli ulang produk dengan merek yang sama						
21	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal dengan merek yang sama untuk mencobanya					
22	Saya akan membeli ulang produk skincare lokal dengan merek yang sama karena telah saya percayai.					
Merokemendasikan pada kerabat atau relasi						
23	Saya akan merekomendasikan produk skincare lokal yang saya gunakan pada orang lain untuk mencobanya.					
24	Saya akan merekomendasikan produk skincare lokal dari merek yang sama pada orang lain.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

Tabulasi Variabel X1 (Digital Marketing)						
No.	Responden	P1_X1	P2_X1	P3_X1	P4_X1	Total
1	Res_1	5	5	5	5	20
2	Res_2	5	5	5	5	20
3	Res_3	4	4	4	4	16
4	Res_4	4	4	4	4	16
5	Res_5	5	5	5	5	20
6	Res_6	5	5	5	5	20
7	Res_7	5	5	5	5	20
8	Res_8	4	4	4	5	17
9	Res_9	3	4	4	3	14
10	Res_10	5	5	5	5	20
11	Res_11	3	3	4	4	14
12	Res_12	5	5	3	3	16
13	Res_13	5	4	5	4	18
14	Res_14	2	5	5	5	17
15	Res_15	3	3	4	4	14
16	Res_16	5	5	5	4	19
17	Res_17	3	4	4	5	16
18	Res_18	4	4	4	4	16
19	Res_19	4	4	4	4	16
20	Res_20	3	3	2	4	12
21	Res_21	3	2	4	2	11
22	Res_22	3	3	3	1	10
23	Res_23	3	5	3	2	13
24	Res_24	3	4	4	4	15
25	Res_25	4	4	4	4	16
26	Res_26	4	4	4	4	16
27	Res_27	2	2	4	5	13

28	Res_28	4	5	4	5	18
29	Res_29	3	3	3	3	12
30	Res_30	2	2	2	2	8
31	Res_31	4	4	4	4	16
32	Res_32	4	5	4	5	18
33	Res_33	3	2	3	3	11
34	Res_34	4	5	4	5	18
35	Res_35	5	2	4	4	15
36	Res_36	3	3	3	3	12
37	Res_37	3	5	4	3	15
38	Res_38	3	5	2	2	12
39	Res_39	4	5	4	5	18
40	Res_40	5	4	4	5	18
41	Res_41	5	5	5	5	20
42	Res_42	3	3	3	3	12
43	Res_43	3	3	3	3	12
44	Res_44	4	4	4	4	16
45	Res_45	5	5	5	5	20
46	Res_46	5	5	5	5	20
47	Res_47	3	3	3	3	12
48	Res_48	5	5	5	5	20
49	Res_49	2	2	4	4	12
50	Res_50	3	4	3	3	13
51	Res_51	5	5	5	5	20
52	Res_52	4	5	3	5	17
53	Res_53	4	5	5	5	19
54	Res_54	4	4	4	4	16
55	Res_55	4	5	5	5	19
56	Res_56	5	5	4	5	19
57	Res_57	3	3	3	3	12
58	Res_58	4	4	4	3	15
59	Res_59	5	4	3	4	16
60	Res_60	4	2	3	5	14
61	Res_61	5	5	5	5	20
62	Res_62	3	3	3	3	12
63	Res_63	3	4	4	3	14
64	Res_64	3	4	5	4	16
65	Res_65	3	3	3	3	12
66	Res_66	4	5	4	5	18
67	Res_67	4	4	4	4	16
68	Res_68	4	4	4	4	16
69	Res_69	5	4	5	5	19
70	Res_70	4	4	4	4	16

71	Res_71	4	4	5	4	17
72	Res_72	4	4	5	5	18
73	Res_73	4	5	5	5	19
74	Res_74	5	5	5	4	19
75	Res_75	4	4	5	5	18
76	Res_76	3	4	4	3	14
77	Res_77	4	5	4	5	18
78	Res_78	5	4	4	4	17
79	Res_79	5	5	5	5	20
80	Res_80	4	4	4	4	16
81	Res_81	5	5	5	5	20
82	Res_82	4	4	5	5	18
83	Res_83	5	5	5	5	20
84	Res_84	5	5	5	5	20
85	Res_85	5	5	5	4	19
86	Res_86	5	5	4	4	18
87	Res_87	4	4	5	5	18
88	Res_88	4	4	5	4	17
89	Res_89	5	4	5	5	19
90	Res_90	5	4	4	5	18
91	Res_91	5	4	5	5	19
92	Res_92	5	4	4	5	18
93	Res_93	5	5	4	4	18
94	Res_94	5	4	4	5	18
95	Res_95	5	5	4	5	19
96	Res_96	5	5	4	5	19
97	Res_97	5	5	4	4	18
98	Res_98	5	4	4	5	18
99	Res_99	4	5	4	5	18
100	Res_100	5	5	4	5	19

Tabulasi Variabel X2 (Brand Image)								
No.	Responden	P1_X2	P2_X2	P3_X2	P4_X2	P5_X2	P6_X2	Total
1	Res_1	5	5	5	5	5	5	30
2	Res_2	5	4	5	4	5	5	28
3	Res_3	3	4	4	3	4	3	21
4	Res_4	4	4	4	4	4	4	24
5	Res_5	5	5	5	5	5	5	30
6	Res_6	5	5	5	5	5	5	30
7	Res_7	5	5	5	5	5	5	30
8	Res_8	4	4	4	4	4	4	24
9	Res_9	5	5	5	5	4	5	29
10	Res_10	5	5	5	5	5	5	30

11	Res_11	4	5	4	4	4	3	24
12	Res_12	4	3	3	4	4	4	22
13	Res_13	3	4	3	5	4	5	24
14	Res_14	4	5	5	5	5	4	28
15	Res_15	4	5	5	5	4	3	26
16	Res_16	5	5	5	5	4	4	28
17	Res_17	5	5	5	5	5	5	30
18	Res_18	5	5	5	4	4	5	28
19	Res_19	4	4	5	4	4	4	25
20	Res_20	4	4	4	5	5	4	26
21	Res_21	4	5	5	5	3	4	26
22	Res_22	5	5	4	4	4	3	25
23	Res_23	5	5	5	5	5	5	30
24	Res_24	5	5	5	5	5	5	30
25	Res_25	4	4	4	4	4	4	24
26	Res_26	4	4	4	4	4	4	24
27	Res_27	4	5	5	5	5	5	29
28	Res_28	5	4	4	5	5	4	27
29	Res_29	3	3	3	3	3	3	18
30	Res_30	2	2	2	2	2	2	12
31	Res_31	4	4	4	5	5	5	27
32	Res_32	4	5	5	4	5	4	27
33	Res_33	4	5	5	3	3	3	23
34	Res_34	5	5	5	5	5	5	30
35	Res_35	5	5	5	5	5	5	30
36	Res_36	5	4	4	4	4	4	25
37	Res_37	5	5	5	5	5	5	30
38	Res_38	5	5	5	5	5	4	29
39	Res_39	5	5	5	5	4	5	29
40	Res_40	5	5	4	4	4	3	25
41	Res_41	5	5	5	5	5	5	30
42	Res_42	3	3	3	3	3	3	18
43	Res_43	3	3	3	3	3	3	18
44	Res_44	4	4	4	3	4	5	24
45	Res_45	4	4	4	4	4	4	24
46	Res_46	5	5	5	5	4	5	29
47	Res_47	5	5	5	5	5	5	30
48	Res_48	5	5	5	5	5	5	30
49	Res_49	3	4	5	5	4	4	25
50	Res_50	5	4	3	4	3	4	23
51	Res_51	5	5	5	5	5	5	30
52	Res_52	5	5	5	5	5	5	30
53	Res_53	5	5	4	4	5	5	28

54	Res_54	5	5	5	5	5	5	30
55	Res_55	4	5	4	5	4	3	25
56	Res_56	4	5	5	4	5	4	27
57	Res_57	4	3	4	4	3	3	21
58	Res_58	4	4	4	4	4	3	23
59	Res_59	4	5	3	4	3	4	23
60	Res_60	5	5	5	5	5	4	29
61	Res_61	5	5	5	5	4	4	28
62	Res_62	3	3	3	3	3	3	18
63	Res_63	5	5	4	4	3	4	25
64	Res_64	5	5	4	4	3	3	24
65	Res_65	3	3	3	3	3	3	18
66	Res_66	5	5	5	5	5	5	30
67	Res_67	3	4	3	4	3	4	21
68	Res_68	4	4	4	4	4	4	24
69	Res_69	5	5	4	5	4	5	28
70	Res_70	3	4	4	4	3	3	21
71	Res_71	5	5	5	4	5	4	28
72	Res_72	5	5	5	4	5	4	28
73	Res_73	5	5	5	5	5	5	30
74	Res_74	5	5	5	5	5	5	30
75	Res_75	4	5	5	5	5	5	29
76	Res_76	4	4	4	5	5	5	27
77	Res_77	5	5	4	4	5	4	27
78	Res_78	5	4	4	5	5	5	28
79	Res_79	5	5	5	5	4	4	28
80	Res_80	4	4	4	4	4	4	24
81	Res_81	4	5	4	5	4	5	27
82	Res_82	5	4	4	5	5	5	28
83	Res_83	4	4	4	4	5	5	26
84	Res_84	5	5	5	5	5	5	30
85	Res_85	5	5	5	5	5	5	30
86	Res_86	5	5	5	5	4	4	28
87	Res_87	4	5	5	5	4	5	28
88	Res_88	5	5	4	5	5	4	28
89	Res_89	5	5	4	5	5	4	28
90	Res_90	5	4	5	4	5	4	27
91	Res_91	5	4	4	5	4	5	27
92	Res_92	4	5	5	5	4	5	28
93	Res_93	5	5	5	5	5	5	30
94	Res_94	5	5	5	4	5	5	29
95	Res_95	5	5	5	4	5	5	29
96	Res_96	4	5	5	4	4	4	26

97	Res_97	5	5	5	5	5	5	30
98	Res_98	5	5	4	4	5	5	28
99	Res_99	5	5	5	5	4	5	29
100	Res_100	5	5	5	5	5	5	30

Tabulasi Variabel X3 (Kualitas Produk)										
No .	Responde n	P1_X 3	P2_X 3	P3_X 3	P4_X 3	P5_X 3	P6_X 3	P7_X 3	P8_X 3	Tota l
1	Res_1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	Res_2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	Res_3	4	4	3	4	4	4	3	3	29
4	Res_4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	Res_5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	Res_6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	Res_7	5	5	5	5	5	4	5	5	39
8	Res_8	5	4	4	4	5	4	4	4	34
9	Res_9	5	5	5	5	5	3	3	5	36
10	Res_10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	Res_11	2	4	4	4	5	5	5	5	34
12	Res_12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	Res_13	4	3	5	3	3	4	4	5	31
14	Res_14	3	5	5	5	5	5	2	5	35
15	Res_15	3	3	3	4	4	4	5	5	31
16	Res_16	4	5	4	5	5	5	4	5	37
17	Res_17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	Res_18	4	4	4	5	5	5	5	5	37
19	Res_19	5	4	5	4	5	4	4	4	35
20	Res_20	5	5	2	4	4	3	3	4	30
21	Res_21	3	3	4	4	4	4	3	4	29
22	Res_22	3	2	5	3	4	4	4	4	29
23	Res_23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	Res_24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	Res_25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	Res_26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	Res_27	3	5	5	5	5	5	3	4	35
28	Res_28	4	5	4	5	4	5	5	4	36
29	Res_29	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30	Res_30	2	2	2	2	2	2	2	2	16
31	Res_31	4	4	5	5	4	4	4	4	34
32	Res_32	5	5	5	5	4	5	5	5	39
33	Res_33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	Res_34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	Res_35	5	5	5	5	5	5	4	4	38

36	Res_36	4	4	4	4	4	3	3	3	29
37	Res_37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	Res_38	3	5	5	5	5	5	3	3	34
39	Res_39	3	5	5	5	5	5	5	5	38
40	Res_40	4	3	5	4	5	4	3	5	33
41	Res_41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	Res_42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
43	Res_43	3	3	3	3	3	3	3	3	24
44	Res_44	4	4	4	4	4	4	3	4	31
45	Res_45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	Res_46	4	5	5	5	5	5	5	4	38
47	Res_47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	Res_48	2	2	2	2	3	3	1	1	16
49	Res_49	3	4	3	4	4	4	3	3	28
50	Res_50	5	3	4	3	3	4	3	5	30
51	Res_51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	Res_52	3	4	4	5	5	5	5	5	36
53	Res_53	4	5	4	4	5	4	5	5	36
54	Res_54	4	5	4	5	4	5	4	5	36
55	Res_55	5	5	5	4	5	3	4	4	35
56	Res_56	5	4	5	5	5	4	4	5	37
57	Res_57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	Res_58	3	3	4	4	4	3	3	3	27
59	Res_59	4	3	4	3	4	5	2	2	27
60	Res_60	3	4	4	4	4	5	3	5	32
61	Res_61	4	5	4	5	4	5	5	5	37
62	Res_62	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	Res_63	5	5	4	4	4	5	5	5	37
64	Res_64	2	4	4	4	4	5	4	4	31
65	Res_65	3	3	3	3	3	3	3	3	24
66	Res_66	5	5	5	5	5	5	3	4	37
67	Res_67	3	3	4	3	3	4	4	3	27
68	Res_68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	Res_69	5	4	5	4	4	5	4	5	36
70	Res_70	4	4	4	4	3	3	3	4	29
71	Res_71	4	4	4	4	4	5	5	4	34
72	Res_72	4	4	4	4	4	5	5	5	35
73	Res_73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	Res_74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	Res_75	5	5	5	5	4	4	4	4	36
76	Res_76	4	4	4	4	4	4	3	4	31
77	Res_77	5	5	5	5	5	4	5	5	39
78	Res_78	5	5	5	5	5	4	4	4	37

79	Res_79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	Res_80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	Res_81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	Res_82	5	5	5	4	4	5	4	5	37
83	Res_83	5	5	5	5	5	5	5	4	39
84	Res_84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	Res_85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	Res_86	4	4	4	5	4	4	4	4	33
87	Res_87	4	4	5	5	4	5	5	4	36
88	Res_88	5	5	4	5	5	4	4	5	37
89	Res_89	5	4	5	5	4	5	5	4	37
90	Res_90	5	5	4	5	5	4	5	4	37
91	Res_91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	Res_92	5	4	4	4	5	5	5	4	36
93	Res_93	5	5	5	5	5	5	4	4	38
94	Res_94	5	5	4	5	5	5	4	5	38
95	Res_95	5	4	4	4	5	5	5	5	37
96	Res_96	5	5	5	5	4	5	5	5	39
97	Res_97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	Res_98	5	5	5	5	4	4	4	5	37
99	Res_99	5	5	4	5	5	5	5	4	38
100	Res_100	5	4	5	5	5	4	4	5	37

Tabulasi Variabel Y (Keputusan Pembelian Ulang)								
No.	Responden	P1_Y	P2_Y	P3_Y	P4_Y	P5_Y	P6_Y	Total
1	Res_1	5	5	5	5	5	5	30
2	Res_2	5	4	4	4	4	5	26
3	Res_3	4	3	4	3	4	4	22
4	Res_4	4	4	4	4	4	4	24
5	Res_5	5	5	5	5	5	5	30
6	Res_6	5	5	5	5	5	5	30
7	Res_7	5	5	5	5	5	5	30
8	Res_8	4	4	4	5	5	5	27
9	Res_9	4	3	2	5	4	4	22
10	Res_10	5	5	5	5	5	5	30
11	Res_11	5	4	3	5	5	5	27
12	Res_12	3	4	3	3	3	3	19
13	Res_13	5	4	4	4	3	4	24
14	Res_14	5	5	5	5	5	5	30
15	Res_15	5	3	4	4	3	3	22
16	Res_16	5	3	5	5	4	4	26
17	Res_17	5	5	5	5	5	5	30

18	Res_18	5	3	2	4	5	5	24
19	Res_19	5	4	4	5	4	4	26
20	Res_20	4	2	2	3	4	4	19
21	Res_21	4	4	4	4	4	4	24
22	Res_22	3	5	4	3	4	4	23
23	Res_23	5	5	5	5	4	5	29
24	Res_24	5	5	4	5	4	5	28
25	Res_25	4	4	4	4	4	4	24
26	Res_26	4	4	4	4	3	3	22
27	Res_27	5	4	3	3	3	3	21
28	Res_28	4	4	5	5	5	4	27
29	Res_29	3	3	3	3	3	3	18
30	Res_30	2	2	2	2	2	2	12
31	Res_31	4	4	5	5	5	5	28
32	Res_32	4	4	5	5	5	5	28
33	Res_33	5	5	3	5	4	4	26
34	Res_34	5	5	5	5	5	5	30
35	Res_35	5	5	5	5	2	2	24
36	Res_36	4	4	3	4	4	3	22
37	Res_37	5	5	5	5	5	5	30
38	Res_38	5	5	3	5	5	5	28
39	Res_39	5	5	5	5	4	5	29
40	Res_40	5	5	5	5	4	4	28
41	Res_41	5	5	5	5	5	5	30
42	Res_42	3	3	3	3	3	3	18
43	Res_43	3	3	3	3	3	3	18
44	Res_44	4	4	3	4	4	4	23
45	Res_45	5	5	5	5	5	5	30
46	Res_46	5	5	4	5	5	5	29
47	Res_47	5	5	5	5	5	5	30
48	Res_48	5	5	5	5	4	4	28
49	Res_49	4	4	4	4	3	3	22
50	Res_50	4	4	4	4	3	4	23
51	Res_51	5	5	5	5	3	3	26
52	Res_52	4	5	3	4	5	5	26
53	Res_53	4	4	4	5	4	4	25
54	Res_54	5	4	5	4	5	4	27
55	Res_55	4	5	5	5	5	5	29
56	Res_56	5	4	5	5	4	5	28
57	Res_57	3	3	3	4	3	3	19
58	Res_58	3	4	4	4	3	3	21
59	Res_59	4	3	3	2	4	3	19
60	Res_60	5	5	4	5	3	3	25

61	Res_61	5	4	4	5	5	4	27
62	Res_62	3	3	3	3	3	3	18
63	Res_63	4	4	4	4	5	5	26
64	Res_64	5	5	4	4	3	3	24
65	Res_65	3	3	3	3	3	3	18
66	Res_66	5	5	5	5	5	3	28
67	Res_67	4	3	3	3	3	4	20
68	Res_68	4	4	4	4	4	4	24
69	Res_69	4	5	5	4	5	5	28
70	Res_70	3	4	4	4	4	4	23
71	Res_71	4	4	4	4	5	4	25
72	Res_72	5	4	4	5	4	4	26
73	Res_73	5	5	5	5	4	4	28
74	Res_74	5	4	5	5	5	5	29
75	Res_75	5	5	5	5	5	4	29
76	Res_76	3	3	4	5	5	5	25
77	Res_77	5	5	5	5	5	4	29
78	Res_78	4	5	5	5	5	5	29
79	Res_79	4	4	4	5	5	5	27
80	Res_80	4	4	4	4	4	4	24
81	Res_81	5	4	5	4	4	5	27
82	Res_82	5	5	5	5	5	5	30
83	Res_83	5	5	5	4	4	4	27
84	Res_84	4	4	4	4	5	5	26
85	Res_85	4	4	5	5	5	5	28
86	Res_86	5	4	4	4	4	5	26
87	Res_87	5	5	4	5	4	4	27
88	Res_88	5	4	5	4	4	5	27
89	Res_89	4	5	5	4	5	5	28
90	Res_90	5	5	4	5	5	5	29
91	Res_91	5	5	5	5	5	4	29
92	Res_92	5	5	5	5	4	5	29
93	Res_93	5	5	5	4	4	5	28
94	Res_94	5	5	5	4	5	5	29
95	Res_95	5	5	5	5	5	5	30
96	Res_96	5	5	5	5	5	5	30
97	Res_97	5	5	5	5	5	5	30
98	Res_98	5	5	5	5	5	5	30
99	Res_99	4	5	5	5	4	5	28
100	Res_100	4	5	5	4	5	5	28

Lampiran 3 Analisis Deskripsi Variabel

	N	Mean	Std. Deviation	Variance
P1_X1	100	4,07	,891	,793
P2_X1	100	4,16	,896	,802
P3_X1	100	4,12	,782	,612
P4_X1	100	4,21	,924	,854
P1_X2	100	4,46	,717	,514
P2_X2	100	4,56	,671	,451
P3_X2	100	4,43	,714	,510
P4_X2	100	4,46	,688	,473
P5_X2	100	4,34	,755	,570
P6_X2	100	4,31	,775	,600
P1_X3	100	4,23	,886	,785
P2_X3	100	4,30	,823	,677
P3_X3	100	4,34	,768	,590
P4_X3	100	4,38	,763	,581
P5_X3	100	4,37	,720	,518
P6_X3	100	4,37	,747	,559
P7_X3	100	4,12	,924	,854
P8_X3	100	4,30	,835	,697
P1_Y	100	4,43	,728	,530
P2_Y	100	4,30	,785	,616
P3_Y	100	4,24	,866	,750
P4_Y	100	4,40	,765	,586
P5_Y	100	4,24	,818	,669
P6_Y	100	4,27	,827	,684
Valid N (listwise)	100			

Lampiran 4 Uji Validitas

1) Uji Validitas Variabel Digital Marketing

Correlations						
		P1_X1	P2_X1	P3_X1	P4_X1	Total_X1
P1_X1	Pearson Correlation	1	,594**	,539**	,583**	,834**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P2_X1	Pearson Correlation	,594**	1	,506**	,484**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P3_X1	Pearson Correlation	,539**	,506**	1	,649**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000

	N	100	100	100	100	100
P4_X1	Pearson Correlation	,583**	,484**	,649**	1	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	,834**	,793**	,810**	,834**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

2) Uji Validitas Variabel Brand Image

Correlations								
		P1_X2	P2_X2	P3_X2	P4_X2	P5_X2	P6_X2	Total_X2
P1_X2	Pearson Correlation	1	,698**	,616**	,591**	,623**	,578**	,827**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2_X2	Pearson Correlation	,698**	1	,756**	,639**	,537**	,498**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3_X2	Pearson Correlation	,616**	,756**	1	,621**	,625**	,542**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4_X2	Pearson Correlation	,591**	,639**	,621**	1	,610**	,659**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5_X2	Pearson Correlation	,623**	,537**	,625**	,610**	1	,682**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6_X2	Pearson Correlation	,578**	,498**	,542**	,659**	,682**	1	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	,827**	,825**	,837**	,829**	,829**	,807**	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).

3) Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations										
		P1_X3	P2_X3	P3_X3	P4_X3	P5_X3	P6_X3	P7_X3	P8_X3	Total_X3
P1_X3	Pearson Correlation	1	,667**	,596**	,602**	,562**	,389**	,533**	,561**	,758**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2_X3	Pearson Correlation	,667**	1	,604**	,863**	,732**	,606**	,577**	,618**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3_X3	Pearson Correlation	,596**	,604**	1	,708**	,665**	,605**	,525**	,627**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4_X3	Pearson Correlation	,602**	,863**	,708**	1	,790**	,655**	,623**	,660**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5_X3	Pearson Correlation	,562**	,732**	,665**	,790**	1	,625**	,555**	,603**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6_X3	Pearson Correlation	,389**	,606**	,605**	,655**	,625**	1	,637**	,597**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7_X3	Pearson Correlation	,533**	,577**	,525**	,623**	,555**	,637**	1	,686**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8_X3	Pearson Correlation	,561**	,618**	,627**	,660**	,603**	,597**	,686**	1	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	,758**	,863**	,808**	,896**	,836**	,774**	,794**	,821**	1

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

4) Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang

		Correlations							
		P1_Y	P2_Y	P3_Y	P4_Y	P5_Y	P6_Y	Total_Y	
P1_Y	Pearson Correlation	1	,603**	,523**	,631**	,385**	,426**	,741**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P2_Y	Pearson Correlation	,603**	1	,695**	,639**	,453**	,450**	,808**	
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P3_Y	Pearson Correlation	,523**	,695**	1	,616**	,460**	,473**	,801**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P4_Y	Pearson Correlation	,631**	,639**	,616**	1	,555**	,530**	,833**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P5_Y	Pearson Correlation	,385**	,453**	,460**	,555**	1	,799**	,776**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P6_Y	Pearson Correlation	,426**	,450**	,473**	,530**	,799**	1	,782**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,741**	,808**	,801**	,833**	,776**	,782**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

1) Uji Reliabilitas Variabel Digital Marketing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,820	5

2) Uji Reliabilitas Variabel Brand Image

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,803	7

3) Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,791	9

4) Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,797	7

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

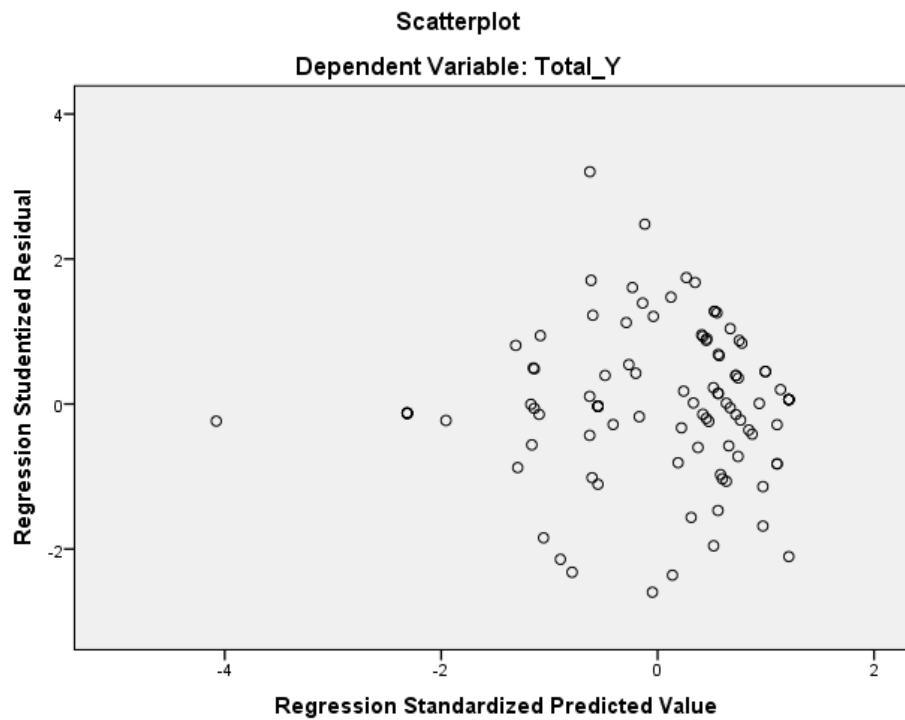
1) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,84404441	
Most Extreme Differences	Absolute	,107	
	Positive	,065	
	Negative	-,107	
Test Statistic			,107
Asymp. Sig. (2-tailed)			,007 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,189 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,179
		Upper Bound	,199
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

2) Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,740	1,464		,505	,614		
	Total_X1	,358	,083	,270	4,319	,000	,632	1,583
	Total_X2	,395	,086	,372	4,604	,000	,378	2,647
	Total_X3	,253	,057	,354	4,442	,000	,390	2,563
a. Dependent Variable: Total_Y								

3) Uji Heteroskedasitas



Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,740	1,464		,505	,614
	Total_X1	,358	,083	,270	4,319	,000
	Total_X2	,395	,086	,372	4,604	,000
	Total_X3	,253	,057	,354	4,442	,000

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 8 Uji koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,873 ^a	,763	,755	1,873

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Lampiran 9 Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,740	1,464		,505	,614
	Total_X1	,358	,083	,270	4,319	,000
	Total_X2	,395	,086	,372	4,604	,000
	Total_X3	,253	,057	,354	4,442	,000

a. Dependent Variable: Total_Y

2) Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1081,911	3	360,637	102,840	,000 ^b
	Residual	336,649	96	3,507		
	Total	1418,560	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Lampiran 10 Distribusi r Tabel

Tabel r untuk df = 60-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876

68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,205	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

Lampiran 11 Distribusi t tabel

Tabel t untuk df = 61 – 100

Rumus penentuan df = N – Jumlah Variabel

pr/df	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,002
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.2293
62	0.67847	1.29536	1.6698	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.6784	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041

66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.6772	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.677	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.1746
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 12 Distribusi F tabel



Tabel F untuk df = 70 - 100

df untuk penyebut (N2) = n - k	df untuk pembilang (N1) = k - 1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
70	3, 98	3, 13	2, 74	2, 50	2, 35	2, 23	2, 14	2, 07	2, 02	1, 97	1, 93	1, 89	1, 86	1, 84	1, 81
71	3, 98	3, 13	2, 73	2, 50	2, 34	2, 23	2, 14	2, 07	2, 01	1, 97	1, 93	1, 89	1, 86	1, 83	1, 81

72	3, 97	3, 12	2, 73	2, 50	2, 34	2, 23	2, 14	2, 07	2, 01	1, 96	1, 92	1, 89	1, 86	1, 83	1, 81
73	3, 97	3, 12	2, 73	2, 50	2, 34	2, 23	2, 14	2, 07	2, 01	1, 96	1, 92	1, 89	1, 86	1, 83	1, 81
74	3, 97	3, 12	2, 73	2, 50	2, 34	2, 22	2, 14	2, 07	2, 01	1, 96	1, 92	1, 89	1, 85	1, 83	1, 80
75	3, 97	3, 12	2, 73	2, 49	2, 34	2, 22	2, 13	2, 06	2, 01	1, 96	1, 92	1, 88	1, 85	1, 83	1, 80
76	3, 97	3, 12	2, 72	2, 49	2, 33	2, 22	2, 13	2, 06	2, 01	1, 96	1, 92	1, 88	1, 85	1, 82	1, 80
77	3, 97	3, 12	2, 72	2, 49	2, 33	2, 22	2, 13	2, 06	2, 00	1, 96	1, 92	1, 88	1, 85	1, 82	1, 80
78	3, 96	3, 11	2, 72	2, 49	2, 33	2, 22	2, 13	2, 06	2, 00	1, 95	1, 91	1, 88	1, 85	1, 82	1, 80
79	3, 96	3, 11	2, 72	2, 49	2, 33	2, 22	2, 13	2, 06	2, 00	1, 95	1, 91	1, 88	1, 85	1, 82	1, 79
80	3, 96	3, 11	2, 72	2, 49	2, 33	2, 21	2, 13	2, 06	2, 00	1, 95	1, 91	1, 88	1, 84	1, 82	1, 79
81	3, 96	3, 11	2, 72	2, 48	2, 33	2, 21	2, 12	2, 05	2, 00	1, 95	1, 91	1, 87	1, 84	1, 82	1, 79
82	3, 96	3, 11	2, 72	2, 48	2, 33	2, 21	2, 12	2, 05	2, 00	1, 95	1, 91	1, 87	1, 84	1, 81	1, 79
83	3, 96	3, 11	2, 71	2, 48	2, 32	2, 21	2, 12	2, 05	1, 99	1, 95	1, 91	1, 87	1, 84	1, 81	1, 79
84	3, 95	3, 11	2, 71	2, 48	2, 32	2, 21	2, 12	2, 05	1, 99	1, 95	1, 90	1, 87	1, 84	1, 81	1, 79
85	3, 95	3, 10	2, 71	2, 48	2, 32	2, 21	2, 12	2, 05	1, 99	1, 94	1, 90	1, 87	1, 84	1, 81	1, 79
86	3, 95	3, 10	2, 71	2, 48	2, 32	2, 21	2, 12	2, 05	1, 99	1, 94	1, 90	1, 87	1, 84	1, 81	1, 78
87	3, 95	3, 10	2, 71	2, 48	2, 32	2, 20	2, 12	2, 05	1, 99	1, 94	1, 90	1, 87	1, 83	1, 81	1, 78
88	3, 95	3, 10	2, 71	2, 48	2, 32	2, 20	2, 12	2, 05	1, 99	1, 94	1, 90	1, 86	1, 83	1, 81	1, 78
89	3, 95	3, 10	2, 71	2, 47	2, 32	2, 20	2, 11	2, 04	1, 99	1, 94	1, 90	1, 86	1, 83	1, 80	1, 78
90	3, 95	3, 10	2, 71	2, 47	2, 32	2, 20	2, 11	2, 04	1, 99	1, 94	1, 90	1, 86	1, 83	1, 80	1, 78
91	3, 95	3, 10	2, 70	2, 47	2, 31	2, 20	2, 11	2, 04	1, 98	1, 94	1, 90	1, 86	1, 83	1, 80	1, 78
92	3, 94	3, 10	2, 70	2, 47	2, 31	2, 20	2, 11	2, 04	1, 98	1, 94	1, 89	1, 86	1, 83	1, 80	1, 78
93	3, 94	3, 09	2, 70	2, 47	2, 31	2, 20	2, 11	2, 04	1, 98	1, 93	1, 89	1, 86	1, 83	1, 80	1, 78
94	3, 94	3, 09	2, 70	2, 47	2, 31	2, 20	2, 11	2, 04	1, 98	1, 93	1, 89	1, 86	1, 83	1, 80	1, 77

95	3, 94	3, 09	2, 70	2, 47	2, 31	2, 20	2, 11	2, 04	1, 98	1, 93	1, 89	1, 86	1, 82	1, 80	1, 77
96	3, 94	3, 09	2, 70	2, 47	2, 31	2, 19	2, 11	2, 04	1, 98	1, 93	1, 89	1, 85	1, 82	1, 80	1, 77
97	3, 94	3, 09	2, 70	2, 47	2, 31	2, 19	2, 11	2, 04	1, 98	1, 93	1, 89	1, 85	1, 82	1, 80	1, 77
98	3, 94	3, 09	2, 70	2, 46	2, 31	2, 19	2, 10	2, 03	1, 98	1, 93	1, 89	1, 85	1, 82	1, 79	1, 77
99	3, 94	3, 09	2, 70	2, 46	2, 31	2, 19	2, 10	2, 03	1, 98	1, 93	1, 89	1, 85	1, 82	1, 79	1, 77
100	3, 94	3, 09	2, 70	2, 46	2, 31	2, 19	2, 10	2, 03	1, 97	1, 93	1, 89	1, 85	1, 82	1, 79	1, 77

Lampiran 13 Surat Permohonan Ijin

	<p style="text-align: center;">YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS</p> <p>PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1) PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1) PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (S1) PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2) PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)</p> <p style="text-align: right;">TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI</p> <p style="text-align: center;">Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Ext 140 , 141, E-mail: feb@untag-sby.ac.id.</p>
Nomor	: 1622/K/FEB/V/2023
Lampiran	: -
Perihal	: Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian
Kepada	: Yth.Kepala Biro Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Jl. Semolowaru No. 45, Surabaya
<p>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 :</p>	
Nama	: NAOMI MAKATITA
N. P. M	: 1211900064
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Alamat	: Jl. Kejawan Gebang Gg. 5 Baru No. 30CI Telp. / 081515246351
<p>Guna melakukan penelitian pada : MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul "PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SKINCARE LOKAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA" Data yang diperlukan jumlah mahasiswa aktif Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Genap Tahun 2022.</p>	
<p>Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.</p>	
<p>Surabaya, 30 Mei 2023</p>  <p>Dekan Dr. Slamet Riyadi, MSi., Ak. CA NPP. 20220.93.0319</p>	

Lampiran 14 Surat Balasan Permohonan Ijin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA BIRO AKADEMIK

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

31 Mei 2023

Nomor : 116/K/BA/V/2023
Lampiran : 1 (berkas)
Perihal : Balasan Permohonan Jumlah Mahasiswa Aktif Semester Genap 2022/2023

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

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Permohonan Ijin untuk Mengadakan Riset Pendahuluan Skripsi atas nama Naomi Makatita dengan NIM 1211900064 Nomor: 1621/K/FEB/V/2023 pada tanggal 30 Mei 2023. Berikut kami kirimkan data jumlah mahasiswa aktif Semester Genap 2022/2023 (terlampir)

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. Naomi Makatita (1211900064)
2. Arsip

Lampiran 15 LOA



UNIVERSITAS 45 SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN : MANAJEMEN & AKUNTANSI (STATUS TERAKREDITASI)
Komplek Gedung Juang 45 Jatim, Jl. Mayjen Sungkono, Surabaya Telp. (031) 5624940

SURAT KETERANGAN PENERBITAN JURNAL

Nomor : 10.1.9/1413/FE/G/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Dr. Ir. Achmad Daengs GS, SE.,MM.,CPPM.,CPE**

Jabatan : Pemimpin Redaksi Jurnal Inisiatif

Menerangkan bahwa Saudara :

Nama : **Naomi Maktita, Hotman Panjaitan**
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Telah menyerahkan artikel yang layak untuk dipublikasikan.

Judul Artikel :

“Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Skincare Lokal Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

Yang akan diterbitkan di **Jurnal Inisiatif Volume 2 No. 4, OKTOBER 2023.**
e-issn 2962-0813 (online,) p-issn 2964-5328 (print)

Telah di check melalui aplikasi Turnitin dan memenuhi syarat untuk di terbitkan.

Demikian surat keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 Juli 2023

Pemimpin Redaksi
Jurnal Inisiatif

Dr. Ir. Achmad Daengs GS, SE.,MM.,CPPM.,CPE

NIRA.991510710161004814023

Lampiran 16 Kartu Bimbingan



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

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 081216781170 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

SEMESTER
Gasal / Genap
2022 / 2023

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa / NBI : Naomi Makatita
 Nama Pembimbing : Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MM.
 Judul Skripsi : PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND
 IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
 PRODUK SKINCARE LOKAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SBY.

Muldi Program Skripsi : Semester 8 Thn. Ak. 2019 Selesai Bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	23-02-23	Judul	BAB 1	
2.	13-03-23	Proposal	BAB 2	
3.	14-03-23	Proposal	BAB 3	
4.	24-03-23	Proposal	Rev. Bab 3	
5.	26-03-23	Proposal	Pustaka dan Kuesioner	
6.	13-04-23	Revisi	Judul dan Proposal	
7.	14-04-23	Revisi	acc judul dan proposal	
8.	03-05-23	Revisi	Proposal dan Kuesioner	
9.	05-05-23	Revisi	acc Revisian proposal dan Kuesioner	
10.	13-06-23	Skripsi	Bab 4 dan Bab 5	

Perpanjangan I _____
 Semester _____
 Th. Ak _____
 Paraf Kajar _____

Surabaya,

Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MM.,
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 17 Hasil Turnitin

Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Skincare Lokal Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ORIGINALITY REPORT

15% SIMILARITY INDEX	14% INTERNET SOURCES	10% PUBLICATIONS	8% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	2%
2	repository.usd.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
4	repository.unisma.ac.id Internet Source	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
7	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
8	www.aksiologi.org Internet Source	1%

9	epub.imandiri.id Internet Source	<1 %
10	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
11	journal.paramadina.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.scilit.net Internet Source	<1 %
13	ejournal-balitbang.kkp.go.id Internet Source	<1 %
14	jurnal.ubd.ac.id Internet Source	<1 %
15	adoc.pub Internet Source	<1 %
16	journal.unisnu.ac.id Internet Source	<1 %
17	Viedy Virginia Lombok, Reitty L Samadi. "PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI)", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Publication	<1 %

18	amcapress.amca2012.org Internet Source	<1 %
19	core.ac.uk Internet Source	<1 %
20	ejurnal.umri.ac.id Internet Source	<1 %
21	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	<1 %
22	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
23	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
24	ejournal.uniska-kediri.ac.id Internet Source	<1 %
25	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
26	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	<1 %
27	jurnal.untad.ac.id Internet Source	<1 %
28	library.polmed.ac.id Internet Source	<1 %
29	Trisna Trihapsari, Abu Talkah. "Analisis Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image"	<1 %

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
Pada Matahari Brand Trenggalek Saat
Pandemi Covid - 19", Otonomi, 2022

Publication

30 **media.neliti.com** <1 %
Internet Source

31 **Submitted to Universitas Negeri Jakarta** <1 %
Student Paper

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On