

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisisioner

#### KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Saudara/I

Di Tempat

Dengan hormat,

Dengan ini saya Mei Ratna Sari NBI 1211900100 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam rangka penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi saya. Dalam kuesioner semua jawaban adalah benar, tidak ada jawaban yang salah. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner ini akan digunakan hanya untuk mendukung penelitian dan dapat dijamin kerahasiaannya serta tidak akan disalahgunakan. Saya mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasi dan kerja sama anda dalam penelitian ini.

Surabaya, 10 April 2023

Mei Ratna Sari

## KUISIONER

Kuisisioner ini digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi mengenai

### **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MS GLOWOFFICIAL STORE RUNGKUT**

---

Oleh : Mei Ratna SariNBI : 1211900100

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus1945 SurabayaJl. Semolowaru  
no. 45 Surabaya, Telp.  
031-5931800

---

#### **A. Petunjuk Pengisian**

Beri tanda (√) pada kolom yang sudah disediakan sesuai dengan keadaanpada  
setiap pernyataan yang tercantum.

#### **B. Identitas Responden**

1. Nama           \*(Boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :
  - a. Pria
  - b. Wanita
  - c. Pria           : > 30 tahun15-30 tahun
  - d. Wanita       : > 30 tahun15-30 tahun
3. Pekerjaan / Profesi :
  - a. Pelajar
  - b. Mahasiswa
  - c. Pegawai
  - d. Lainnya

### C. Kriteria Bobot Skor Penilaian

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
STS	TS	N	S	SS
Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5

### D. Daftar Pernyataan Variabel Persepsi Harga (X1)

VARIABEL PERSEPSI HARGA HARGA (X1)						
Indikator						
			Jawaban			
No	Keterangan	STS	TS	KS	S	SS
<b>Keterjangkauan Harga X2.1</b>						
1.	Harga Produk Ms Glow bervariasi sesuai jenis kulit					
2.	Harga produk Ms Glow di MsGlow official store terjangkau					
<b>Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk X2.2</b>						
3.	Harga yang ditawarkan Ms Glow sesuai dengan kualitas packaging yang diberikan					
4.	Harga Produk Ms Glow di Ms Glow Official Store sesuai dengan Kualitas Produknya					
<b>Daya Saing Harga X2.3</b>						

5.	Harga yang ditawarkan Ms Glow OfficialStore memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing					
6.	Harga tidak jauh berbeda dengan pesaing					
<b>Kesesuaian Harga dengan Manfaat X2.4</b>						
7.	Harga yang ditawarkan Ms Glow Official Store sesuai dengan manfaat yang diberikan olehproduknya					
8.	Harga Produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat jenis kulit yang dialami					

#### E. Daftar Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X2)

<b>VARIABEL KUALITAS PRODUK (X2)</b>						
<b>Indikator</b>						
<b>Performa (<i>Performance</i>) X2.1</b>		<b>Jawaban</b>				
<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
9.	Produk Ms Glow sudah jelas keamanannya untuk di gunakan					
<b>Fitur (<i>Feature</i>) X2.2</b>						
12.	Ms glow memiliki variasi produk yangberagam sesuai dengan kebutuhan konsumen					
13.	Produk yang di jual Ms Glow memiliki ciri khusus yang berbeda dari produk sejenis lainnya					
<b>Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Confermance to specifications</i>) X2.3</b>						
15.	Produk-produk Ms Glow sesuai denganstandar karena telah lolos uji BPOM					
16.	Produk Ms glow sudah memiliki labelHalal					

<b>Daya Tahan (<i>Durability</i>) X2.4</b>						
17.	Semua produk Ms Glow memiliki kemasanyang sesuai dengan standar sehingga membuat produk lebih higienis					
18.	Dalam kemasan produk Ms Glow terdapatinformasi masa kadaluarsa produk					
<b>Keandalan (<i>Realibility</i>) X2.5</b>						
20.	Produk yang Ms Glow dapat diandalkankualitasnya					
<b>Serviceability X2.6</b>						
21.	Produk Ms Glow yang di butuhkankonsumen selalu tersedia					
<b>Estetika (<i>Esthetics</i>) X2.7</b>						
22.	Banyak nya pilihan produk Ms Glow membuat Konsumen Tertarik untukMembeli					
23.	Produk Ms Glow memiliki kemasan yang menarik					
<b>Kualitas yang di persepsikan (<i>Perceived Quality</i>) X2.8</b>						
24.	Ms Glow memiliki kualitas produk yang sesuai dengan yang di janjikan					
25.	Bentuk Fisik sesuai dengan yang dipromosikan					

**F. Daftar Pernyataan Variabel Citra Merek (X3)**

VARIABEL CITRA MEREK (X3)						
Indikator						
No	Keterangan	Jawaban				
		ST	TS	KS	S	SS
<b>Pengakuan (<i>Recognition</i>) X3.1</b>						
22.	Merek Produk Ms Glow sudah dikenal banyak orang					
23.	Merek Produk Ms Glow mudah dikenal melalui atribut					
<b>Reputasi (<i>Reputation</i>) X3.2</b>						
24.	Merek Ms Glow memiliki citra merek yang sesuai dengan kualitas produk					
25.	Merek Ms Glow memiliki kesan berkelas bagi pengguna					
<b>Afinitas (<i>Affinity</i>) X3.3</b>						
26.	Merek Ms Glow memiliki packaging yang menarik					
27.	Merek Ms Glow mudah diucapkan seseorang					
<b>Domain X3.4</b>						
28.	Timbul bahagia dengan menggunakan merek Ms Glow					
29.	Merek Ms Glow meningkatkan percaya diri terhadap penggunaanya					

### G. Daftar Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
Indikator						
No.	Keterangan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Kemantapan Pada Sebuah Produk Y.1</b>						
30.	Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.					
31.	Fasilitas yang didapat sudah melebihi dengan yang diharapkan					
<b>Kebiasaan Dalam Membeli Y.2</b>						
32.	Konsumen membeli karena kualitas produk yang baik					
33.	Melakukan pembelian produk yang sesuai dengan harga dan manfaat					
<b>Memberikan Rekomendasi Pada Orang Lain Y.3</b>						
34.	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk.					
35.	Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan pembelian di tempat yang sama karena pelayanan yang memuaskan					
<b>Melakukan Pembelian Ulang Y.4</b>						
37.	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.					

38.	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang					
-----	---	--	--	--	--	--



**Lampiran 2 Rekapitan Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X1)**

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
1	4	4	4	5	4	4	4	4	33
2	4	4	5	4	5	4	4	4	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	4	4	4	34
5	4	4	5	5	4	4	4	4	34
6	4	4	5	4	4	5	4	4	34
7	4	4	5	5	4	4	5	4	35
8	5	4	4	4	4	5	4	5	35
9	5	4	5	4	4	5	5	5	37
10	5	4	4	5	4	5	5	5	37
11	5	5	4	5	4	5	5	5	38
12	4	4	4	4	4	5	5	4	34
13	5	4	4	4	4	4	4	5	34
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	5	4	4	5	4	4	4	34
16	4	4	3	5	4	4	4	4	32
17	4	4	5	5	4	4	4	4	34
18	5	4	4	4	3	4	4	5	33
19	4	5	5	5	5	4	4	4	36
20	5	4	5	5	4	5	5	5	38
21	4	5	5	5	3	4	5	4	35
22	5	5	4	4	4	5	5	5	37
23	5	4	5	4	4	4	4	5	35
24	4	5	4	5	4	4	4	4	34
25	4	4	4	4	4	4	3	4	31
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	4	5	5	5	5	5	5	39
28	4	5	4	4	5	4	5	4	35
29	5	4	4	5	4	5	4	5	36
30	4	4	5	4	4	5	5	4	35
31	5	5	5	4	4	5	5	5	38
32	5	4	5	4	5	5	5	5	38
33	5	5	5	4	5	5	5	5	39

34	5	5	5	5	5	5	4	5	39
35	4	5	5	5	5	4	5	4	37
36	4	3	4	4	4	4	5	4	32
37	5	4	4	4	5	5	5	5	37
38	5	4	4	4	4	4	4	5	34
39	4	5	5	4	4	4	4	4	34
40	4	4	5	5	4	4	3	4	33
41	4	4	5	4	4	4	4	4	33
42	5	5	5	5	4	5	5	5	39
43	4	5	5	4	5	4	5	4	36
44	5	5	4	5	4	5	4	5	37
45	4	4	4	4	4	5	5	4	34
46	5	4	4	4	4	5	5	5	36
47	5	4	4	3	4	5	5	5	35
48	5	4	4	4	4	5	5	5	36
49	5	4	4	4	4	5	4	5	35
50	5	4	5	4	4	4	5	5	36
51	4	5	4	4	4	4	4	4	33
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	5	4	4	5	4	4	34
56	4	5	4	5	4	4	5	4	35
57	5	5	5	4	5	5	4	5	38
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	4	5	5	4	5	5	4	36
62	5	4	4	4	5	4	4	5	35
63	4	5	4	4	4	4	4	4	33
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	5	5	4	4	5	4	4	5	36
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	5	4	5	5	5	5	5	5	39
70	4	5	4	5	4	4	5	4	35





<b>31</b>	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>63</b>
<b>32</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>65</b>
<b>33</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>63</b>
<b>34</b>	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>62</b>
<b>35</b>	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	<b>59</b>
<b>36</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	<b>63</b>
<b>37</b>	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	<b>59</b>
<b>38</b>	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>56</b>
<b>39</b>	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	<b>56</b>
<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>52</b>
<b>41</b>	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>49</b>
<b>42</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>65</b>
<b>43</b>	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>55</b>
<b>44</b>	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	<b>61</b>
<b>45</b>	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>63</b>
<b>46</b>	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>63</b>
<b>47</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>65</b>
<b>48</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>63</b>
<b>49</b>	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>62</b>
<b>50</b>	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	<b>60</b>
<b>51</b>	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	<b>62</b>
<b>52</b>	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	<b>58</b>
<b>53</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>52</b>
<b>54</b>	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>55</b>
<b>55</b>	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	<b>57</b>
<b>56</b>	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	<b>58</b>
<b>57</b>	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	<b>61</b>
<b>58</b>	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>63</b>
<b>59</b>	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	<b>61</b>
<b>60</b>	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>64</b>
<b>61</b>	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	<b>59</b>
<b>62</b>	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	<b>56</b>











74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	3	4	3	4	3	4	4	4	29
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	4	5	4	5	4	4	4	35
78	4	5	5	5	4	5	5	5	38
79	5	5	5	4	5	5	5	5	39
80	3	5	4	4	5	4	4	3	32
81	4	4	5	4	5	5	5	4	36
82	4	4	4	5	5	5	5	4	36
83	4	4	5	5	4	4	4	4	34
84	4	4	4	5	4	5	5	4	35
85	4	4	4	4	5	4	4	4	33
86	4	5	4	4	5	4	4	4	34
87	4	4	4	4	5	5	5	4	35
88	4	5	4	4	5	5	5	4	36
89	4	5	4	4	5	5	5	5	37
90	4	5	4	4	5	5	5	4	36
91	4	5	5	5	4	5	5	4	37
92	4	4	5	5	4	4	4	4	34
93	4	4	4	4	5	4	4	4	33
94	5	4	4	4	4	4	4	4	33
95	5	5	4	4	4	4	4	5	35
96	4	5	4	4	4	4	4	4	33



33	5	4	5	5	5	5	5	5	39
34	5	5	5	4	5	5	5	5	39
35	4	5	4	5	5	5	4	4	36
36	5	5	5	5	5	5	5	4	39
37	5	5	5	4	5	5	5	5	39
38	5	5	4	4	4	4	4	4	34
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	4	4	5	4	4	4	4	34
41	4	4	4	5	4	4	4	4	33
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	4	5	5	4	4	4	4	35
44	5	5	4	5	5	5	4	5	38
45	4	5	5	4	5	5	5	5	38

46	5	4	4	4	5	5	5	5	37
47	4	5	4	4	5	5	5	5	37
48	4	4	4	3	5	5	5	5	35
49	4	4	4	4	5	5	5	5	36
50	5	5	4	4	4	4	4	4	34
51	5	5	5	5	5	5	5	4	39
52	5	5	5	4	4	4	4	4	35
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	5	4	4	4	4	4	4	33
55	5	4	4	4	4	4	4	5	34
56	4	4	5	5	5	5	5	4	37
57	5	5	4	5	4	4	5	5	37
58	4	5	5	5	5	5	5	5	39
59	4	5	4	5	5	5	5	5	38
60	5	5	5	4	5	5	5	5	39
61	5	4	5	5	4	4	4	5	36
62	4	5	4	4	5	5	4	4	35
63	4	4	5	4	4	4	5	4	34
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	5	5	4	4	4	4	4	35
67	4	5	5	5	4	4	5	4	36
68	5	4	4	4	5	5	5	5	37
69	5	5	5	5	5	5	4	5	39
70	5	5	5	5	5	5	5	4	39
71	4	5	4	4	5	5	5	5	37
72	4	4	5	5	4	4	4	4	34
73	5	5	4	4	4	4	4	4	34
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	3	4	4	4	4	4	31
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	4	5	4	4	4	4	4	33
78	5	5	4	5	5	5	4	5	38
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	3	5	5	4	4	4	4	4	33
81	4	5	5	5	5	5	5	5	39



**Lampiran 6 Deskriptif Statistics Variabel X1**  
**Deskriptif Statics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	96	4	5	4.43	.497
X1.2	96	3	5	4.34	.520
X1.3	96	3	5	4.41	.535
X1.4	96	3	5	4.36	.526
X1.5	96	3	5	4.29	.501
X1.6	96	4	5	4.41	.494
X1.7	96	3	5	4.40	.552
X1.8	96	4	5	4.45	.500
Valid N (listwise)	96				

**Lampiran 7 Deskriptif Statistics Variabel X2**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	96	3	5	4.44	.519
X2.2	96	4	5	4.53	.502
X2.3	96	3	5	4.44	.577
X2.4	96	4	5	4.49	.503
X2.5	96	3	5	4.40	.589
X2.6	96	4	5	4.46	.501
X2.7	96	3	5	4.44	.519
X2.8	96	4	5	4.53	.502
X2.9	96	3	5	4.44	.577
X2.10	96	4	5	4.44	.499
X2.11	96	4	5	4.46	.501
X2.12	96	4	5	4.52	.502

Valid N (listwise)	96				
-----------------------	----	--	--	--	--

### Lampiran 8 Deskriptif Statistics Variabel X2

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	96	3	5	4.44	.577
X3.2	96	4	5	4.49	.503
X3.3	96	3	5	4.40	.589
X3.4	96	4	5	4.46	.501
X3.5	96	3	5	4.48	.523
X3.6	96	3	5	4.43	.557
X3.7	96	3	5	4.43	.557
X3.8	96	3	5	4.47	.522
Valid N (listwise)	96				

### Lampiran 9 Deskriptif Statistics Variabel Y

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	96	3	5	4.47	.522
Y.2	96	3	5	4.55	.521
Y.3	96	3	5	4.48	.523
Y.4	96	3	5	4.43	.557
Y.5	96	4	5	4.48	.502
Y.6	96	4	5	4.48	.502
Y.7	96	3	5	4.46	.521





X1.6	Pearson Correlation	.572**	.147	.285**	.113	.239*	1	.485**	.492**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.152	.005	.274	.019		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.298**	.181	.270**	.259*	.187	.485**	1	.266**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.003	.077	.008	.011	.068	.000		.009	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.874**	.090	.100	.053	.314**	.492**	.266**	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.384	.334	.608	.002	.000	.009		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.718**	.538**	.550**	.498**	.604**	.682**	.618**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).





X2.12 Pearson Correlation	.005	.227*	.150	.314**	.257*	.589*	.005	.227*	.150	.426**	.589*	1	.390**	.521**
Sig. (2-tailed)	.961	.026	.145	.002	.012	.000	.961	.026	.145	.000	.000	.96	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96	96
X2.13 Pearson Correlation	.237*	.171	.002	.240*	.337**	.576*	.237*	.171	.002	.736**	.576*	.390**	1	.563**
Sig. (2-tailed)	.020	.096	.983	.019	.001	.000	.020	.096	.983	.000	.000	.000	.96	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
TOTAL Pearson Correlation	.661*	.665*	.612*	.550**	.604**	.705*	.661*	.665*	.612*	.624**	.705*	.521**	.563**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.96
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek

#### Correlations

		X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	X3 .5	X3 .6	X3 .7	X3 .8	TOT AL
X3.1	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1 .001 96	.343** .001 96	.383** .000 96	.209* .041 96	.414** .000 96	.199 .053 96	.199 .053 96	.360** .000 96	.616** .000 96
X3.2	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.343** .001 96	1 .001 96	.334** .001 96	.270** .008 96	.460** .000 96	.373** .000 96	.373** .000 96	.239* .019 96	.655** .000 96
X3.3	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.383** .000 96	.334** .001 96	1 96	.342** .001 96	.198 .053 96	.474** .000 96	.474** .000 96	.280** .006 96	.696** .000 96
X3.4	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.209* .041 96	.270** .008 96	.342** .001 96	1 96	.117 .255 96	.196 .055 96	.196 .055 96	.216* .034 96	.488** .000 96
X3.5	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.414** .000 96	.460** .000 96	.198 .053 96	.117 .255 96	1 96	.374** .000 96	.374** .000 96	.171 .096 96	.604** .000 96

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



**Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

**Correlations**

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
Y.1 Pearson Correlation	1	.200	.171	.209*	.258*	.258*	.169	.255*	.485**
Sig. (2- tailed)		.051	.096	.041	.011	.011	.100	.012	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.2 Pearson Correlation	.200	1	.333**	.304**	.266**	.266**	.338**	.195	.560**
Sig. (2- tailed)	.051		.001	.003	.009	.009	.001	.057	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.3 Pearson Correlation	.171	.333**	1	.374**	.279**	.279**	.383**	.197	.583**
Sig. (2- tailed)	.096	.001		.000	.006	.006	.000	.055	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.4 Pearson Correlation	.209*	.304**	.374**	1	.277**	.277**	.261*	.230*	.574**
Sig. (2- tailed)	.041	.003	.000		.006	.006	.010	.024	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.5 Pearson Correlation	.258*	.266**	.279**	.277**	1	1.000*	.600**	.583**	.809**
Sig. (2- tailed)	.011	.009	.006	.006		*	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	.000	96	96	96



Y.6	.258*	.266**	.279**	.277**	1.000*	1	.600**	.583**	.809**
Pearson Correlation	.011	.009	.006	.006	.000		.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)	96	96	96	96	96	96	96	96	96
N									
Y.7	.169	.338**	.383**	.261*	.600**	.600**	1	.476**	.731**
Pearson Correlation	.100	.001	.000	.010	.000	.000	96	.000	.000
Sig. (2-tailed)	96	96	96	96	96	96		96	96
N									
Y.8	.255*	.195	.197	.230*	.583**	.583**	.476**	1	.667**
Pearson Correlation	.012	.057	.055	.024	.000	.000	.000	96	.000
Sig. (2-tailed)	96	96	96	96	96	96	96		96
N									
TOTAL Pearson Correlation	.485**	.560**	.583**	.574**	.809**	.809**	.731**	.667**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

**Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	8

**Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	8

**Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek Reliability Statistics**

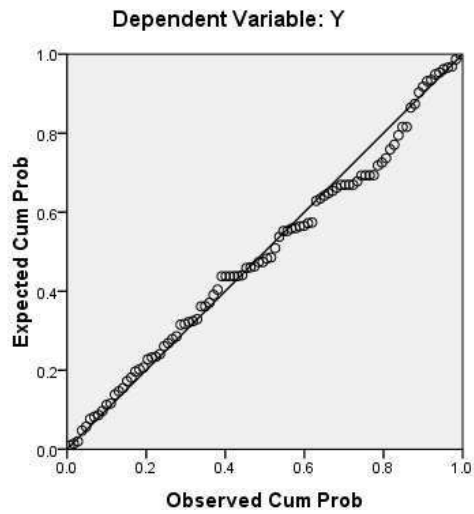
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	8

**Lampiran 17 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Reliability Statistics**

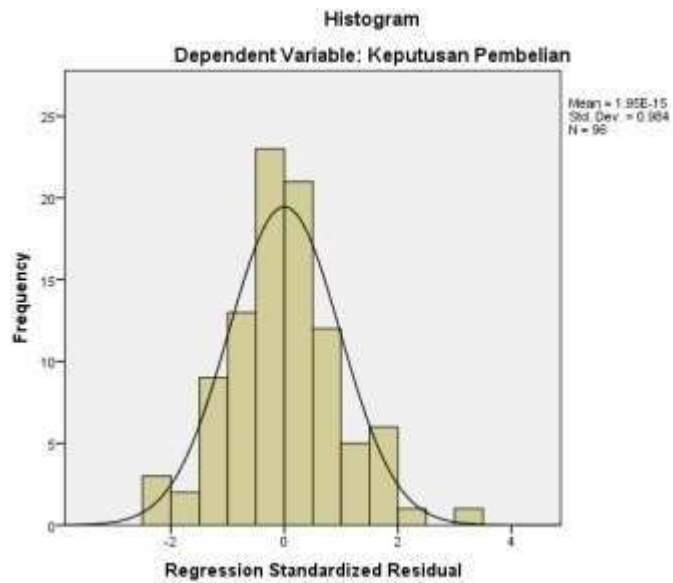
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	13

## Lampiran 18 Hasil Uji Normalitas P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Lampiran 19 Hasil Uji Normalitas Histogram

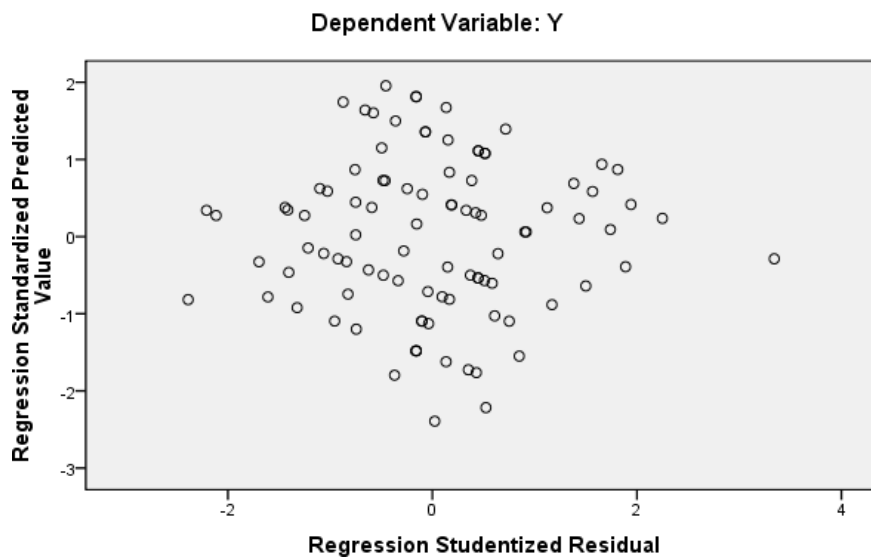


### Lampiran 20 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.17096747
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.832
Asymp. Sig. (2-tailed)		.494

### Lampiran 21 Hasil Uji Heterokedastisitas

#### Scatterplot



### Lampiran 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.901 <sup>a</sup>	.811	.805	1.190	.811	131.872	3	92	.000	1.686

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

b. Dependent Variable: Y

### Lampiran 23 Hasil Uji F Stimultan

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	560.146	3	186.715	131.872	.000 <sup>a</sup>
	Residual	130.261	92	1.416		
	Total	690.406	95			

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

b. Dependent Variable: Y

## Lampiran 24 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	-1.176	1.903		-.618	.538					
X1	.342	.063	.316	5.418	.000	.734	.492	.245	.601	1.663
X2	.169	.049	.267	3.468	.001	.804	.340	.157	.347	2.885
X3	.426	.073	.438	5.853	.000	.832	.521	.265	.366	2.735

## Lampiran 25 Hasil Turnitin

### PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MS GLOW OFFICIAL STORE RUNGKUT

#### ORIGINALITY REPORT

<b>18%</b>	<b>8%</b>	<b>4%</b>	<b>14%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<b>3%</b>
<b>2</b>	Submitted to Universitas Muhammadiyah Semarang Student Paper	<b>3%</b>
<b>3</b>	Submitted to British College of Applied Studies Student Paper	<b>1%</b>
<b>4</b>	ms-glow.store Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	repository.uir.ac.id Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	Submitted to stipram Student Paper	<b>1%</b>
<b>7</b>	Submitted to Trisakti University Student Paper	<b>1%</b>


8	Agus Budi Purwanto, Hendro Budhi Risaputro. "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang)", Riset, Ekonomi, Akuntansi dan Perpajakan (Rekan), 2021 Publication	1 %
9	Submitted to Yonkers High School Student Paper	1 %
10	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1 %
11	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	1 %
12	journal.actual-insight.com Internet Source	1 %
13	eprints.unmas.ac.id Internet Source	<1 %
14	Devi Edriani, Harmelia Harmelia. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Produk Oli Prima XP di Kota Padang)", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2019 Publication	<1 %
15	123dok.com Internet Source	<1 %
16	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
17	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	<1 %
19	Submitted to Gachon University Student Paper	<1 %
20	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
21	katalog.ukdw.ac.id Internet Source	<1 %
22	docplayer.info Internet Source	<1 %
23	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
24	usni.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  Off



## Lampiran 26 Kartu Bimbingan Skripsi












**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Kampus II, Surodowo 45 Surabaya 60118. Telp (031) 5941800 Fax 1406141 E-mail: info@untag-sby.ac.id

**SEMESTER**  
 Gasal / Genap  
 2022 / 2023

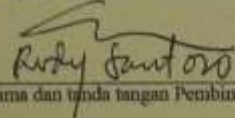
**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa / NBI : Mei Ratna Sari / 1211001001001  
 Nama Pembimbing : Drs. Ec. Rudi Santoso, M.M.  
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas produk, dan Citra Merek Terhadap keputusan pembelian Produk di Me Glow official store Rungkut

Mulai Program Skripsi : Semester .. 8. Thn. Ak. 2023 Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	04-03-2023	Judul	Judul Acc	
2.	27-03-2023	Bab 1	Perbaiki Latar Belakang	
3.	04-04-2023	Bab 2,3	Revisi Masalah dan Bukti Masalah	
4.	05-04-2023	Bab 1,2,3	Proposal Acc	
5.	09-05-2023	Kuesioner	Acc	
6.	07-06-2023	Bab 2,3	Revisi Bab I-V	
7.	10-06-2023	Bab 4	Revisi I-V	
8.	13-06-2023	Bab 5	Revisi I-V	
9.	20-06-2023	Bab 4	Revisi I-V	
10.	21-06-2023	Bab 5	Revisi I-V	
11.	24-06-2023	Bab 4,5	Acc I-V	

Perpanjangannya I \_\_\_\_\_  
 Semester : \_\_\_\_\_  
 Th. Ak. : \_\_\_\_\_  
 Paraf Kajar : \_\_\_\_\_

Surabaya, 21-06-2023...  
  
 ( Nama dan tanda tangan Pembimbing )

## Lampiran 27 Surat Izin Penelitian



Nomor : 1106/K/FEB/III/2023 29 Maret 2023  
 Lampiran :  
 Perihal : **Permohonan Ijin Untuk  
 Mengadakan Riset Pendahuluan**

Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Agen MS Glow Rungkut  
 Jl. Raya Rungkut Kidul, Rungkut Kidul Kec. Rungkut Surabaya

Dengan hormat,  
 Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata I, 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 : Mei Ratna Sari  
 N.P.M : 1211900100  
 Fakultas / Program Studi : Manajemen  
 Alamat : Jl. Nginden Baru 1A No. 3  
 Telp./HP. 085732557460

Guna melakukan penelitian pendahuluan pada :  
 MS GLOW OFFICIAL STORE  
 Untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya  
 Demikian permohonan ini atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.



## Lampiran 28 Surat Balasan Perusahaan



**Ms Glow Official Store Rungkut**  
**Jl. Raya Rungkut Kidul, Kcc. Rungkut, Telp. 08990037652**  
**Surabaya 60293**

Surabaya, 09 April 2023

Nomor : 10/SKR-MHS/2023  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : -  
 Perihal : Balasan Permohonan Ijin Penelitian

Kepada:  
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi  
 Dan Bisnis Universitas 17  
 Agustus 1945 Surabaya

Menanggapi surat saudara per tanggal 29 Maret 2023 perihal "Permohonan Ijin Penelitian" pada Mahasiswi :

No.	Nama Mahasiswa	NBI	Judul Skripsi
1.	Mei Ratna Sari	1211900100	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk di MS Glow Official Store Rungkut

Dengan ini diberitahukan pada skripsinya bahwa kami tidak keberatan dengan permohonan yang dimaksudkan dengan menyebarkan kuisioner yang dibuat. Demikian balasan surat dari kami.

Surabaya, 09 April 2023

Pemilik

  
 Yanti, A.Md.Kep  
 0899-0037-652  
 RUNGKUT - SURABAYA