

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KREATIVITAS *MAKEUP* DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA
SINTAFITRIA.MAKEUP SURABAYA

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Nabilah Fiqhiyah Mardhotillah S1 Jurusan Adminitrasi Bisnis, Fkultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing*, Kreativitas Makeup dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa *Makeup* Sintafitria.makeup Surabaya ”. Oleh karena itu, saya selaku peneliti mengharapkan bantuan anda agar dapat mengisi kuisisioner ini dengan keadaan yang sebenarnya.

Hormat saya,

Nabilah Fiqhiyah Mardhotillah

Pilih poin yang anda anggap sesuai

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Nama

○

Usia*

- ☐ 15-20 tahun
- ☐ 21-30 tahun
- ☐ 31-40 tahun
- ☐ ≥ 50 tahun

Pekerjaan*

- ☐ Pelajar/ Mahasiswa
- ☐ Dosen/ Guru
- ☐ Pegawai
- ☐ Wiraswasta
- ☐ Lainnya

Tujuan Penggunaan Jasa

- ☐ Menunjang aktivitas sehari-hari
- ☐ Menunjang aktivitas di kantor pekerjaan
- ☐ Untuk acara event (wedding, engagement, wisuda, dll)
- ☐ Lainnya

Domisili*

- ☐ Surabaya
- ☐ Sidoarjo

Apakah anda mempunyai aplikasi Instagram?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah anda pernah menggunakan jasa Sintafitria.makeup sebanyak minimal 1 kali .?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

KUESIONER PENELITIAN

<i>Digital Marketing(X1)</i>						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa bahwa informasi <i>digital marketing</i> sintafitria.makeup tetap menggunakan program interaktif yang sangat menarik					
2.	Saya merasa <i>site design digital marketing</i> sintafitria.makeup yang digunakan sangat menarik sehingga membuat tertarik untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut					
3.	<i>Digital marketing</i> menjadi pilihan karena daya jangkanya dengan biaya yang rendah					
4.	<i>Digital marketing</i> memberikan peluang kepada konsumen untuk berinteraksi dengan Sintafitria.makeup					

<i>Kreativitas Makeup(X2)</i>						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memiliki rasa ingin tahu terhadap hasil make up Sintafitria.makeup					
2.	Saya merasa hasil makeup yang dihasilkan Sintafitria.makeup selalu bagus dan menarik					
3.	Saya memiliki kemampuan beradaptasi dalam berbagai situasi					
4.	Saya merasa sintafitria.makeup berusaha mencari solusi dari setiap masalah yang ada pada konsumen					
5.	Saya merasa sintafitria.makeup suka berimajinasi sehingga mudah mendapatkan ide baru untuk berinovasi pada makeup					

Nilai Pelanggan(X3)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa lebih percaya diri dan cantik setelah menggunakan jasa makeup sintafitria.makeup					
2.	Setiap kali saya menggunakan jasa makeup sintafitria.makeup untuk acara sosial, saya merasa lebih siap untuk terlibat dalam percakapan dan interaksi dengan orang lain					
3.	Penggunaan jasa makeup sintafitria.makeup memberikan saya rasa puas dan memuaskan terhadap hasil akhir tampilan makeup saya					
4.	Saya merasa bahwa biaya yang saya keluarkan untuk jasa <i>makeup</i> sintafitria.makeup sebanding dengan rasa percaya diri dan kepuasan emosional yang saya dapatkan setelah menggunakan layanannya.					

Keputusan Pembelian (Y)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memutuskan untuk menggunakan jasa sintafitria.makeup karena saya mantap dengan jasa tersebut					
2.	Saya memutuskan untuk menggunakan dan merekomendasikan jasa sintafitria.makeup kepada orang lain					
3.	Saya sudah terbiasa menggunakan jasa <i>makeup</i> sintafitria.makeup					
4.	Saya memutuskan untuk menggunakan ulang jasa sintafitria.makeup					

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Digital Marketing (X1)

Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.598**	-.057	-.090	.546**
	Sig. (2-tailed)		.000	.765	.635	.002
	N	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.598**	1	.080	-.056	.586**
	Sig. (2-tailed)	.000		.673	.770	.001
	N	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	-.057	.080	1	.434*	.620**
	Sig. (2-tailed)	.765	.673		.017	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	-.090	-.056	.434*	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	.635	.770	.017		.000
	N	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.546**	.586**	.620**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Kreativitas Makeup (X2)

Correlations							
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.164	.081	.121	-.014	.410*
	Sig. (2-tailed)		.387	.669	.524	.940	.024
	N	30	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.164	1	-.011	.056	.249	.588**
	Sig. (2-tailed)	.387		.953	.769	.185	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.081	-.011	1	.265	-.024	.438*
	Sig. (2-tailed)	.669	.953		.157	.902	.016
	N	30	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.121	.056	.265	1	.330	.647**
	Sig. (2-tailed)	.524	.769	.157		.075	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2_5	Pearson Correlation	-.014	.249	-.024	.330	1	.622**
	Sig. (2-tailed)	.940	.185	.902	.075		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.410*	.588**	.438*	.647**	.622**	1
	Sig. (2-tailed)	.024	.001	.016	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Nilai Pelanggan (X3)

		Correlations				
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.307	.288	-.116	.571**
	Sig. (2-tailed)		.098	.123	.542	.001
	N	30	30	30	30	30
X3_2	Pearson Correlation	.307	1	.356	-.071	.686**
	Sig. (2-tailed)	.098		.054	.710	.000
	N	30	30	30	30	30
X3_3	Pearson Correlation	.288	.356	1	.335	.792**
	Sig. (2-tailed)	.123	.054		.070	.000
	N	30	30	30	30	30
X3_4	Pearson Correlation	-.116	-.071	.335	1	.436*
	Sig. (2-tailed)	.542	.710	.070		.016
	N	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.571**	.686**	.792**	.436*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.016	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Keputusan Menggunakan Jasa (Y)

		Correlations				
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.464**	.223	.271	.631**
	Sig. (2-tailed)		.010	.236	.147	.000
	N	30	30	30	30	30
Y_2	Pearson Correlation	.464**	1	.455*	.429*	.811**
	Sig. (2-tailed)	.010		.011	.018	.000
	N	30	30	30	30	30
Y_3	Pearson Correlation	.223	.455*	1	.412*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.236	.011		.024	.000
	N	30	30	30	30	30
Y_4	Pearson Correlation	.271	.429*	.412*	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.147	.018	.024		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.631**	.811**	.750**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

Digital Marketing (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.612	4

Kreativitas Make Up (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	5

Nilai Pelanggan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	4

Keputusan Menggunakan Jasa (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.707	4

Lampiran 4 Data Penelitian

Digital Marketing (X1)

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Total
5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
5	5	3	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
5	4	2	3	14
5	4	5	5	19
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
4	3	4	4	15
5	5	3	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
5	3	4	3	15
4	5	4	2	15
4	3	3	4	14
5	3	5	5	18
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	3	4	3	14
5	4	5	4	18
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	4	5	4	18
4	3	4	5	16
3	4	5	4	16
4	4	4	3	15
5	3	5	3	16
4	3	4	3	14
4	5	5	4	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17

4	4	5	5	18
3	3	4	4	14
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
5	4	3	5	17
4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
5	3	2	5	15
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
4	4	3	4	15
4	4	3	4	15
4	3	5	3	15
5	5	3	3	16
4	5	3	3	15
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	3	3	15
4	4	3	3	14
4	4	5	5	18
4	3	4	3	14
4	5	5	4	18
5	5	3	4	17
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	3	4	3	14

4	4	4	3	15
4	2	3	3	12
4	4	4	4	16
4	5	5	3	17
3	4	5	5	17
5	3	3	3	14
4	5	4	4	17
5	3	4	3	15
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
3	3	3	5	14
5	4	3	4	16
4	3	3	4	14
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
3	2	2	3	10
4	4	4	4	16
4	5	3	4	16
4	4	3	4	15

Kreativitas Make up (X2)

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	Total
4	5	5	4	4	22
5	3	2	3	5	18
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
4	4	3	4	4	19
4	4	4	5	5	22
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	4	23

5	5	4	5	5	24
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
5	5	4	5	4	23
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
4	4	3	5	5	21
4	5	3	2	2	16
4	3	5	2	3	17
3	3	4	3	3	16
4	5	5	5	5	24
4	5	3	4	5	21
3	4	4	4	3	18
4	5	4	4	5	22
4	3	3	4	3	17
5	4	5	4	4	22
4	4	3	4	4	19
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	5	3	4	5	21
5	4	4	5	4	22
4	4	5	5	4	22
4	5	4	2	3	18
4	5	4	5	4	22
5	4	3	5	5	22
5	4	5	4	3	21
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	5	22
3	3	4	4	4	18
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
4	2	4	4	2	16

5	4	4	4	3	20
5	3	3	4	5	20
4	4	4	4	4	20
4	5	5	3	4	21
4	5	4	4	4	21
3	4	5	4	4	20
3	4	3	5	3	18
4	5	4	5	3	21
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	2	4	3	4	17
5	2	3	4	4	18
3	4	3	5	5	20
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	3	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	3	5	5	5	22
5	5	3	4	3	20
4	4	3	5	5	21
5	5	4	3	5	22
4	5	5	5	4	23
5	3	4	2	5	19
4	5	3	1	2	15
4	2	3	5	5	19
3	5	4	3	2	17

5	3	2	4	3	17
5	4	4	5	5	23
4	4	3	5	4	20
4	5	5	4	4	22
3	4	3	5	4	19
4	5	4	4	5	22
4	3	3	5	3	18
4	4	5	5	4	22
4	4	5	4	5	22
5	4	5	4	3	21
5	3	4	4	4	20
5	3	5	4	5	22
5	3	4	4	5	21
5	5	4	5	4	23

Nilai Pelanggan (X3)

X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	Total
5	5	4	4	18
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18

5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
3	4	3	4	14
4	3	3	4	14
4	4	3	4	15
3	4	4	4	15
5	3	4	3	15
4	4	5	3	16
3	4	4	5	16
3	3	3	3	12
4	5	5	4	18
3	3	3	3	12
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	5	3	5	17
4	5	5	3	17
5	4	5	4	18
4	5	5	3	17
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
3	3	3	5	14
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
5	5	4	4	18
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
3	4	4	4	15
5	4	4	3	16

5	4	5	3	17
5	3	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	3	4	2	14
4	3	5	5	17
4	5	5	3	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	3	5	3	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	3	5	5	17
4	1	5	4	14
4	3	5	3	15
5	4	3	5	17
4	5	5	4	18
1	3	4	2	10
4	3	5	5	17
4	2	5	5	16
4	3	5	4	16
4	4	3	5	16
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
3	4	5	3	15
4	4	3	5	16

2	4	5	3	14
4	4	3	5	16
4	5	5	4	18
3	4	5	3	15
5	3	4	3	15
5	4	4	4	17
5	4	4	2	15
4	4	5	3	16

Keputusan Menggunakan Jasa (Y)

Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Total
5	4	3	4	16
5	4	3	4	16
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	3	3	4	14
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
3	5	4	4	16
4	3	5	4	16
3	4	4	3	14

4	3	3	3	13
3	4	4	2	13
5	4	3	5	17
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
4	2	4	2	12
4	5	4	4	17
4	3	3	4	14
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	3	3	4	15
5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	2	2	12
4	5	4	5	18
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
2	4	1	4	11
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
4	3	4	5	16
5	4	5	4	18
4	5	3	5	17
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	4	4	1	14
4	4	4	3	15
5	4	3	5	17
5	5	4	4	18

4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	3	3	4	15
3	2	5	4	14
5	4	4	5	18
3	4	4	4	15
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	2	4	4	14
5	5	5	5	20
5	3	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	3	16
4	5	5	4	18
5	5	4	3	17
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
5	4	2	4	15
4	2	4	2	12
4	3	5	5	17
4	2	5	5	16
5	3	4	4	16
4	5	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
3	4	2	4	13

4	5	4	5	18
3	5	4	3	15
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
3	4	3	4	14
4	3	2	4	13
4	5	4	4	17
3	4	2	3	12
4	4	5	5	18

Lampiran 5 Hasil Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67387639
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.060
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.472 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.

b. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	67.705	8	8.463	1.930	.065
		Linearity	18.649	1	18.649	4.254	.042
		Deviation from Linearity	49.056	7	7.008	1.599	.146
	Within Groups		398.935	91	4.384		
	Total		466.640	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	197.613	10	19.761	6.537	.000
		Linearity	152.094	1	152.094	50.316	.000
		Deviation from Linearity	45.519	9	5.058	1.673	.107
	Within Groups		269.027	89	3.023		
	Total		466.640	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	(Combined)	185.216	8	23.152	7.486	.000
		Linearity	150.538	1	150.538	48.677	.000
		Deviation from Linearity	34.678	7	4.954	1.602	.145
	Within Groups		281.424	91	3.093		
	Total		466.640	99			

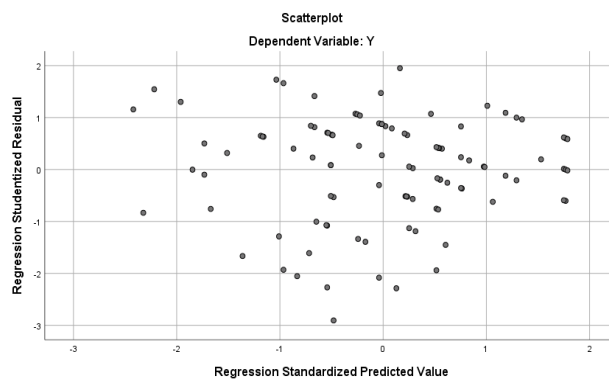
c. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.501	1.867		1.875	.064		
	X1	-.012	.088	-.012	-.142	.887	.885	1.129
	X2	.317	.087	.361	3.656	.000	.635	1.574
	X3	.390	.111	.355	3.527	.001	.610	1.641

a. Dependent Variable: Y

d. Uji Heteroskedastisitas



e. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.501	1.867		1.875	.064		
	X1	-.012	.088	-.012	-.142	.887	.885	1.129
	X2	.317	.087	.361	3.656	.000	.635	1.574
	X3	.390	.111	.355	3.527	.001	.610	1.641

a. Dependent Variable: Y

2. Uji Regresi, Hipotesis dan Determinasi

a. Uji Parsial (t)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.501	1.867		1.875	.064		
	X1	-.012	.088	-.012	-.142	.887	.885	1.129
	X2	.317	.087	.361	3.656	.000	.635	1.574
	X3	.390	.111	.355	3.527	.001	.610	1.641

a. Dependent Variable: Y

b. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	189.256	3	63.085	.000 ^b
	Residual	277.384	96	2.889	
	Total	466.640	99		

a. Dependent Variable: Y

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.406	.387	1.700

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

b. Dependent Variable: Y

c.
Koefisien

Determinasi

Lampiran 6 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
• Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60116)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fkip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : NABILAH FIKHIYAH MARDHOTILLAH

NBI : 1122000092

Program Studi : Administrasi Niaga

Dosen Pembimbing I : Dra. Sri Andayani, M.M. ✓

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

Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing, Kreativitas Make Up dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Make Up Sintafitria Makeup Surabaya

A.

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	13/24	Acc judul	\$.	
2	14/3	laku make up (kreativitas make up) + BAB II		Flow
	24/3/24	BAB I Acc		Flow
		BAB II Perbaikan dari Bab I		Flow
	25/3/24	BAB I Acc	\$.	
	29/3	BAB II Acc (Revisi)		Flow
	1/4	BAB II Perbaikan dari Bab I dan tambah teori	\$.	
	3/24	BAB II Acc	\$.	
	4/4/24	19 koreksi revisi		Flow
	25/4/24	BAB II Acc (revisi)		Flow
	6/5/24	keputusan di revisi		Flow



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsipt@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
13/24 5		Bab II 6 III kee	§.	
27/1/24		BAB IV deskripsi uji hipotesis verbal		§.
28/1/24		BAB IV perubahan + BAB V		§.
		BAB IV kee		§.
31/5/24		BAB V kee (nugss upload)		§.
3/24 5		BAB IV 2 V kee dgcst	§.	

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 03 Juni 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Lampiran 7 Hasil Turnitin

Pengaruh Digital Marketing, Kreativitas Make up Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Make up Sintafitria.makeup Surabaya

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Siti Robiah, Hendri Hermawan Adinugraha.
"Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan
Kreativitas Dekorasi Terhadap Minat Sewa
Jasa MUA", JOURNAL ECONOMICS AND
STRATEGY, 2022

Publication

1%

2

repository-feb.unpak.ac.id

Internet Source

1%

3

Submitted to IAIN Purwokerto

Student Paper

1%

4

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

1%

5

repo.usni.ac.id

Internet Source

1%

6

dspace.uui.ac.id

Internet Source

<1%

7

Submitted to Universitas Islam Lamongan

Lampiran 8 Hasil Lab Kewirausahaan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN



Gedung F Lantai 1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 175/SK/KWU-K/Genap/VII/2022

Kepala Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA
NPP : 20150.17.0746

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nabilah Fiqhiyah Mardhotillah
NBI : 1122000092

telah menyelesaikan pembayaran Laboratorium Kewirausahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Juli 2022
Kalab. Kewirausahaan

(Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA)
NPP: 20150.17.0746

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nabilah Fiqhiyah Mardhotillah
NIM : 1122000092
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 11 Juni 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing, Kreativitas Makeup, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Makeup Sintafitria.makeup Surabaya

Catatan Perbaikan:

Kerangka Dasar Penulisan Bab 3 (hal 33) R

Surabaya, 19-06-2024
Persetujuan Dosen Penguji : Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


Awin M


Awin

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nabilah Fiqhiyah Mardhotillah

NIM : 1122000092

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 11 Juni 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing, Kreativitas Makeup, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Makeup Sintafitria.makeup Surabaya

Catatan Perbaikan:

Revisi diperbaiki

Surabaya, 19 Juni 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telaah/Revisi/Perbaikan,

Revisi dan Dosen Penguji,

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nabilah Fiqhiyah Mardhotillah
NIM : 1122000092
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 11 Juni 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing, Kreativitas Makeup, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Makeup Sintafitria.makeup Surabaya

Catatan Perbaikan:

- Pembahasan mengkas :
- Ksrip 2 Rek.

Surabaya, 19 Juni 2024.
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Veck Q.

Veck R.

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