

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN SKRIPSI PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE NPURE FACE TONER

Perkenalkan saya Fadia Chusnul Ma'rifah mahasiswa semester 8 dari Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya meminta bantuan bapak/ibu/sadara/i untuk mengisi kuisisioner penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *beauty influencer*, *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Npure Face Toner. Saya sangat mengharapkan bapak/ibu/sadara/i agar dapat memberikan jawaban sejujur jujurnya sesuai kondisi yang dirasakan. Penelitian ini menjamin kerahasiaan ada terkait data responden. Hasil survey ini semata mata digunakan untuk tujuan penelitian skripsi dan bukan tujuan komersil. Atas perhatian dan bantuan bapak/ibu/sadara/i, saya menyampaikan terimakasih.

1. KRITERIA RESPONDEN

a. Nama Responden:.....(boleh disamarkan)

b. Pernah memakai produk skincare Npure Face Toner

☐

Ya

☐

Tidak

c. Jenis Kelamin:

☐

Perempuan

☐

Laki Laki

d. Pekerjaan

☐

Pelajar

☐

Mahasiswa

☐

Pekerja

e. Usia

☐

17-20 Tahun

☐

21- 30 Tahun

☐

31-40 Tahun

f. Domisili

☐

Gubeng

☐

Gunung Anyar

☐

Mulyorejo

☐

Tenggilis Mejoyo

☐

Sukolilo

☐

Tambaksari

☐

Rungkut

2. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Berikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia, kemudian pilih sesuai keadaan sebenarnya. Jawaban yang tersedia berupa skala likert yaitu 1-5 yang mempunyai arti:

1 = Sangat tidak setuju (STS)

4 = Setuju (S)

2 = Tidak setuju (TS)

5 = Sangat Setuju (SS)

3 = Kurang setuju (KS)

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Beauty Influencer	Popularitas					
	1. Penggunaan beauty influencer yang populer oleh Produk skincare Npure Face Toner dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian.					
	Daya Tarik					
	2. Beauty influencer yang memiliki daya tarik visual seringkali menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk skincare Npure Face Toner.					
	3. Beauty influencer yang memiliki latar belakang kehidupan menarik membuat saya tertarik untuk mencoba produk skincare Npure Face Toner yang direkomendasikannya.					
	Keahlian					
	4. Saya lebih cenderung membeli skincare Npure Face Toner jika direkomendasikan oleh beauty influencer yang memiliki pengalaman luas dalam industri kecantikan					
	5. Keahlian beauty influencer dalam merawat kulit dapat mempengaruhi saya dalam membeli produk skincare Npure Face Toner yang direkomendasikannya					
Online Customer Review	Manfaat yang dirasakan					
	6. Ketika banyak pelanggan yang memberikan ulasan positif tentang keefektifan skincare Npure dapat mempengaruhi pembelian saya					

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kredibilitas Sumber					
	7. Ulasan produk skincare Npure Face Toner di e-commerce dapat dipercaya karena berdasarkan penilaian langsung dari konsumen sebelumnya.					
	8. Saya mempertimbangkan ulasan yang diberikan oleh konsumen lain yang memiliki pengalaman yang berhubungan dengan produk skincare Npure Face Toner					
	Review Valence					
	9. Adanya review produk pembelian produk skincare Npure Face Toner membuat saya berkeinginan untuk mencoba produk tersebut					
	10. Ulasan yang diberikan pembeli sebelumnya memberikan gambaran terhadap produk skincare Npure Face Toner secara nyata					
Online Customer Rating	Jumlah Rating					
	11. Saya sering melihat dan mempertimbangkan rating online sebelum membeli produk skincare Npure Face Toner.					
	12. Saya cenderung membeli produk skincare Npure Face Toner karena jumlah rating yang tinggi					
	Penilaian kualitas produk					
	13. Rating yang positif tentang produk skincare Npure Face Toner menjamin kualitas produknya.					
Keputusan Pembelian	Kemantapan Produk					
	14. Saya membeli produk skincare Npure Face Toner sesuai dengan keinginan karena kualitas yang ditawarkan sesuai					
	15. Saya membeli produk skincare Npure Face Toner karena adanya kebutuhan					

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kebiasaan dalam membeli produk					
	16. Produk perawatan kulit wajah yang saya gunakan sudah terbiasa menggunakan produk skincare Npure Face Toner					
	17. Saya melakukan pembelian ulang pada produk skincare Npure Face Toner setelah saya merasakan manfaat yang saya rasakan					
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain					
	18. Saya akan berbagi pengalaman setelah menggunakan produk skincare Npure Face Toner kepada orang-orang terdekat					

Lampiran 2 Tabulasi

1. Tabulasi *Beauty Influncer* (X_1)

Beauty Influencer (X_1)							
No	Pernyataan					Total Skor	Mean Score
	1	2	3	4	5		
1	5	5	5	4	4	23	4,60
2	5	5	5	5	4	24	4,80
3	5	5	5	5	5	25	5,00
4	4	3	3	4	5	19	3,80
5	5	4	4	3	3	19	3,80
6	4	4	5	4	4	21	4,20
7	5	4	5	4	4	22	4,40
8	4	5	4	4	5	22	4,40
9	5	5	4	4	4	22	4,40
10	4	4	5	5	4	22	4,40
11	5	4	3	5	5	22	4,40
12	5	5	5	5	3	23	4,60
13	5	4	4	4	5	22	4,40
14	4	4	4	4	4	20	4,00
15	4	4	5	5	5	23	4,60
16	4	4	4	5	5	22	4,40
17	4	4	4	4	5	21	4,20
18	5	5	4	5	5	24	4,80
19	4	4	3	4	4	19	3,80
20	4	4	4	4	4	20	4,00
21	5	3	4	5	4	21	4,20
22	4	4	5	4	5	22	4,40
23	4	4	2	4	2	16	3,20
24	5	5	5	5	5	25	5,00
25	4	4	4	4	4	20	4,00
26	4	3	4	5	5	21	4,20
27	4	4	4	4	4	20	4,00
28	5	4	4	4	3	20	4,00

29	4	4	4	4	4	20	4,00
30	4	4	4	4	4	20	4,00
31	5	4	4	4	4	21	4,20
32	5	5	2	5	5	22	4,40
33	5	4	4	4	4	21	4,20
34	4	3	4	5	3	19	3,80
35	5	4	4	5	4	22	4,40
36	5	4	5	4	5	23	4,60
37	5	4	4	3	5	21	4,20
38	5	5	4	4	4	22	4,40
39	5	4	5	4	4	22	4,40
40	4	4	4	5	5	22	4,40
41	5	4	4	5	4	22	4,40
42	5	5	5	4	4	23	4,60
43	5	4	3	5	5	22	4,40
44	5	4	5	4	5	23	4,60
45	5	4	4	4	4	21	4,20
46	4	4	4	4	4	20	4,00
47	5	4	4	4	5	22	4,40
48	5	4	4	4	4	21	4,20
49	5	4	3	5	5	22	4,40
50	5	4	4	4	4	21	4,20
51	4	4	3	4	3	18	3,60
52	5	4	4	4	4	21	4,20
53	5	5	2	5	5	22	4,40
54	5	5	4	4	4	22	4,40
55	4	4	2	4	2	16	3,20
56	5	5	5	5	5	25	5,00
57	5	4	3	5	5	22	4,40
58	4	4	4	3	4	19	3,80
59	4	4	4	5	4	21	4,20
60	5	5	5	5	5	25	5,00
61	5	4	5	4	5	23	4,60
62	4	5	4	5	4	22	4,40

63	3	3	1	5	5	17	3,40
64	5	4	4	5	4	22	4,40
65	4	4	4	5	4	21	4,20
66	4	4	3	5	3	19	3,80
67	5	4	4	5	3	21	4,20
68	5	4	3	5	5	22	4,40
69	5	5	4	5	5	24	4,80
70	4	4	4	5	5	22	4,40
71	4	4	5	5	4	22	4,40
72	4	3	3	4	5	19	3,80
73	5	5	5	5	5	25	5,00
74	5	5	4	5	4	23	4,60
75	4	4	4	4	4	20	4,00
76	5	4	2	5	5	21	4,20
77	5	5	4	4	4	22	4,40
78	4	4	4	4	4	20	4,00
79	4	4	4	4	4	20	4,00
80	4	2	3	2	4	15	3,00
81	5	5	5	4	4	23	4,60
82	5	5	5	5	5	25	5,00
83	5	5	5	5	5	25	5,00
84	5	4	4	3	3	19	3,80
85	5	4	4	4	4	21	4,20
86	5	5	4	4	4	22	4,40
87	5	4	3	5	5	22	4,40
88	4	5	4	5	4	22	4,40
89	5	5	5	5	5	25	5,00
90	4	3	3	4	4	18	3,60
91	4	3	3	4	4	18	3,60
92	4	3	3	4	5	19	3,80
93	4	4	5	4	4	21	4,20
94	4	5	5	4	5	23	4,60
95	4	4	5	5	4	22	4,40
96	5	5	5	4	4	23	4,60

97	5	5	5	5	5	25	5,00
98	5	4	5	4	5	23	4,60
99	5	4	4	4	4	21	4,20
100	5	4	5	4	5	23	4,60
Total	457	418	402	437	429	2143	428,6
Rata -Rata	4,57	4,18	4,02	4,37	4,29	21,43	4,286

2. Tabulasi Online Customer Review (X₂)

No	Online Customer Review (X ₂)						
	Pernyataan					Total Skor	Mean Score
	1	2	3	4	5		
1	4	4	3	4	4	19	3,80
2	4	5	4	4	5	22	4,40
3	5	5	5	5	5	25	5,00
4	5	4	4	3	3	19	3,80
5	5	4	5	3	4	21	4,20
6	4	5	4	5	5	23	4,60
7	4	3	5	4	4	20	4,00
8	5	3	4	3	4	19	3,80
9	4	5	4	3	3	19	3,80
10	5	4	4	3	4	20	4,00
11	5	4	4	4	5	22	4,40
12	5	5	3	3	5	21	4,20
13	4	5	5	4	5	23	4,60
14	4	3	3	4	4	18	3,60
15	5	4	4	3	5	21	4,20
16	4	5	4	4	4	21	4,20
17	4	4	5	5	4	22	4,40
18	5	5	5	4	4	23	4,60
19	5	4	4	5	5	23	4,60
20	5	4	4	4	4	21	4,20
21	5	5	5	4	5	24	4,80

22	5	4	5	5	5	24	4,80
23	4	4	4	2	4	18	3,60
24	4	4	3	4	3	18	3,60
25	4	4	4	4	4	20	4,00
26	4	5	5	5	5	24	4,80
27	4	5	4	4	4	21	4,20
28	5	5	5	5	4	24	4,80
29	4	4	4	4	4	20	4,00
30	3	4	3	3	3	16	3,20
31	5	4	4	3	4	20	4,00
32	4	5	5	3	3	20	4,00
33	4	4	5	4	4	21	4,20
34	4	5	3	4	5	21	4,20
35	4	4	5	4	4	21	4,20
36	5	5	5	4	4	23	4,60
37	5	4	4	5	5	23	4,60
38	5	5	4	3	5	22	4,40
39	5	4	4	4	3	20	4,00
40	4	4	5	4	4	21	4,20
41	4	5	4	4	4	21	4,20
42	4	4	4	4	4	20	4,00
43	5	4	4	4	5	22	4,40
44	5	4	5	4	5	23	4,60
45	4	5	4	5	5	23	4,60
46	4	4	4	4	4	20	4,00
47	5	5	5	5	4	24	4,80
48	4	4	4	3	4	19	3,80
49	5	4	4	5	5	23	4,60
50	4	5	4	5	5	23	4,60
51	4	5	3	4	5	21	4,20
52	4	4	3	4	5	20	4,00
53	5	5	5	3	3	21	4,20
54	5	4	4	4	5	22	4,40
55	4	5	4	3	4	20	4,00

56	5	5	5	5	4	24	4,80
57	5	5	5	5	5	25	5,00
58	4	5	4	4	4	21	4,20
59	4	4	4	4	4	20	4,00
60	5	5	3	5	5	23	4,60
61	4	3	4	5	4	20	4,00
62	4	5	4	5	4	22	4,40
63	5	3	3	2	2	15	3,00
64	4	5	4	4	5	22	4,40
65	3	5	4	5	4	21	4,20
66	5	4	5	4	4	22	4,40
67	4	4	5	5	3	21	4,20
68	5	5	4	4	5	23	4,60
69	5	4	5	4	4	22	4,40
70	4	5	4	4	4	21	4,20
71	5	4	4	4	4	21	4,20
72	5	4	4	3	3	19	3,80
73	5	5	5	5	5	25	5,00
74	5	5	5	4	5	24	4,80
75	4	3	4	5	4	20	4,00
76	5	4	3	4	4	20	4,00
77	4	4	5	4	3	20	4,00
78	5	5	5	2	5	22	4,40
79	4	5	3	4	4	20	4,00
80	5	4	2	5	3	19	3,80
81	4	4	5	4	1	18	3,60
82	4	5	4	5	4	22	4,40
83	4	4	4	4	4	20	4,00
84	4	3	5	3	5	20	4,00
85	3	4	4	3	4	18	3,60
86	4	3	5	5	3	20	4,00
87	4	3	4	4	4	19	3,80
88	5	5	4	3	4	21	4,20
89	4	4	3	4	4	19	3,80

90	4	4	5	5	4	22	4,40
91	4	3	5	4	5	21	4,20
92	5	4	5	3	3	20	4,00
93	4	4	3	4	5	20	4,00
94	5	4	5	4	4	22	4,40
95	5	5	4	5	3	22	4,40
96	3	5	4	5	4	21	4,20
97	5	3	4	3	4	19	3,80
98	5	4	5	5	4	23	4,60
99	5	4	4	5	4	22	4,40
100	4	5	3	5	3	20	4,00
Total	442	430	418	404	412	2106	421,2
Rata-Rata	4,42	4,30	4,18	4,04	4,12	21,06	4,212

3. Tabulasi *Online Customer Rating* (X_3)

Online Customer Rating (X_3)					
No	Pernyataan			Total Skor	Mean Score
	1	2	3		
1	5	5	4	14	4,67
2	5	5	5	15	5,00
3	5	5	5	15	5,00
4	5	4	5	14	4,67
5	5	4	4	13	4,33
6	5	4	4	13	4,33
7	4	5	4	13	4,33
8	4	5	5	14	4,67
9	5	4	5	14	4,67
10	5	4	5	14	4,67
11	5	5	4	14	4,67
12	4	5	4	13	4,33
13	5	4	5	14	4,67
14	4	4	4	12	4,00

15	5	5	4	14	4,67
16	5	5	4	14	4,67
17	4	4	4	12	4,00
18	4	4	5	13	4,33
19	4	4	4	12	4,00
20	4	3	4	11	3,67
21	5	5	5	15	5,00
22	5	3	5	13	4,33
23	4	4	2	10	3,33
24	3	3	5	11	3,67
25	4	3	4	11	3,67
26	5	4	5	14	4,67
27	4	4	4	12	4,00
28	4	5	5	14	4,67
29	4	4	4	12	4,00
30	5	5	5	15	5,00
31	5	4	3	12	4,00
32	5	4	5	14	4,67
33	5	5	5	15	5,00
34	5	4	4	13	4,33
35	4	5	4	13	4,33
36	5	4	4	13	4,33
37	5	5	5	15	5,00
38	5	4	5	14	4,67
39	4	5	5	14	4,67
40	5	4	4	13	4,33
41	4	5	5	14	4,67
42	5	5	4	14	4,67
43	5	5	4	14	4,67
44	5	5	5	15	5,00
45	5	4	5	14	4,67
46	4	3	4	11	3,67
47	4	3	4	11	3,67
48	5	5	5	15	5,00

49	5	5	4	14	4,67
50	5	4	5	14	4,67
51	5	4	4	13	4,33
52	4	4	4	12	4,00
53	5	4	5	14	4,67
54	5	4	5	14	4,67
55	4	4	3	11	3,67
56	4	4	4	12	4,00
57	4	4	3	11	3,67
58	5	4	4	13	4,33
59	4	4	4	12	4,00
60	5	5	5	15	5,00
61	5	4	5	14	4,67
62	4	5	4	13	4,33
63	2	3	3	8	2,67
64	5	4	5	14	4,67
65	4	5	5	14	4,67
66	5	4	4	13	4,33
67	5	4	4	13	4,33
68	5	5	4	14	4,67
69	4	4	5	13	4,33
70	4	5	4	13	4,33
71	5	4	5	14	4,67
72	5	4	5	14	4,67
73	5	5	5	15	5,00
74	5	5	5	15	5,00
75	4	3	5	12	4,00
76	4	5	5	14	4,67
77	4	4	4	12	4,00
78	4	4	5	13	4,33
79	5	5	4	14	4,67
80	5	4	3	12	4,00
81	5	5	4	14	4,67
82	5	5	4	14	4,67

83	5	5	3	13	4,33
84	5	4	4	13	4,33
85	4	5	4	13	4,33
86	5	4	5	14	4,67
87	5	4	4	13	4,33
88	5	5	4	14	4,67
89	5	5	4	14	4,67
90	5	3	4	12	4,00
91	5	3	3	11	3,67
92	5	4	5	14	4,67
93	5	4	4	13	4,33
94	5	5	4	14	4,67
95	4	4	4	12	4,00
96	4	5	3	12	4,00
97	4	4	5	13	4,33
98	5	3	4	12	4,00
99	4	5	4	13	4,33
100	5	5	5	15	5,00
Total	459	430	432	1321	440,33
Rata-Rata	4,59	4,3	4,32	13,21	4,4033

4. Tabulasi variabel Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian							
NO	Pernyataan					Total Skor	Mean Score
	1	2	3	4	5		
1	4	4	4	3	4	19	3,80
2	5	5	5	4	5	24	4,80
3	5	4	4	4	5	22	4,40
4	5	4	4	4	3	20	4,00
5	4	4	4	4	4	20	4,00
6	5	4	5	5	4	23	4,60

7	4	4	4	4	4	20	4,00
8	5	4	5	5	5	24	4,80
9	4	5	5	4	5	23	4,60
10	4	5	4	4	4	21	4,20
11	4	4	4	4	4	20	4,00
12	5	5	5	5	5	25	5,00
13	5	5	5	5	5	25	5,00
14	4	4	4	4	4	20	4,00
15	5	5	5	5	5	25	5,00
16	4	5	5	4	4	22	4,40
17	4	4	4	4	4	20	4,00
18	4	4	4	4	3	19	3,80
19	4	4	3	4	5	20	4,00
20	4	4	4	4	4	20	4,00
21	5	5	5	5	5	25	5,00
22	5	5	5	5	4	24	4,80
23	4	3	4	2	2	15	3,00
24	5	5	5	5	5	25	5,00
25	4	4	3	4	4	19	3,80
26	5	4	5	5	5	24	4,80
27	4	4	4	4	4	20	4,00
28	5	5	4	4	5	23	4,60
29	4	4	4	4	4	20	4,00
30	5	5	5	5	5	25	5,00
31	4	4	3	4	4	19	3,80
32	4	5	2	3	4	18	3,60
33	4	5	4	5	4	22	4,40
34	3	4	4	2	4	17	3,40
35	5	4	4	5	4	22	4,40
36	5	5	5	5	5	25	5,00
37	5	4	5	5	5	24	4,80
38	5	3	4	4	5	21	4,20
39	4	5	4	4	5	22	4,40
40	4	5	5	5	5	24	4,80

41	4	5	5	5	5	24	4,80
42	4	4	4	4	4	20	4,00
43	4	4	4	4	4	20	4,00
44	5	4	5	5	4	23	4,60
45	5	4	5	5	4	23	4,60
46	4	4	3	4	4	19	3,80
47	5	5	4	4	5	23	4,60
48	4	5	5	4	5	23	4,60
49	5	4	5	5	5	24	4,80
50	5	5	4	5	5	24	4,80
51	3	4	4	4	4	19	3,80
52	4	4	4	5	4	21	4,20
53	4	5	3	3	4	19	3,80
54	5	3	4	4	5	21	4,20
55	4	3	4	2	3	16	3,20
56	5	5	5	5	5	25	5,00
57	4	4	4	4	4	20	4,00
58	4	4	4	4	4	20	4,00
59	4	4	4	4	4	20	4,00
60	4	4	5	4	4	21	4,20
61	5	4	5	4	5	23	4,60
62	5	4	4	5	4	22	4,40
63	5	2	2	2	5	16	3,20
64	5	4	5	5	5	24	4,80
65	3	4	4	3	4	18	3,60
66	4	5	4	5	5	23	4,60
67	4	4	4	5	5	22	4,40
68	4	4	4	4	4	20	4,00
69	4	4	4	4	3	19	3,80
70	4	5	5	4	4	22	4,40
71	4	5	4	4	4	21	4,20
72	5	4	4	4	4	21	4,20
73	5	5	5	5	5	25	5,00
74	5	5	5	5	5	25	5,00

75	4	4	4	4	4	20	4,00
76	4	4	4	5	3	20	4,00
77	4	4	4	4	4	20	4,00
78	5	4	5	4	5	23	4,60
79	3	5	5	5	4	22	4,40
80	4	2	4	3	3	16	3,20
81	4	4	4	4	4	20	4,00
82	5	5	5	5	5	25	5,00
83	5	4	5	5	5	24	4,80
84	4	4	4	4	4	20	4,00
85	4	4	4	4	4	20	4,00
86	4	5	5	4	5	23	4,60
87	4	4	4	4	4	20	4,00
88	4	4	5	4	4	21	4,20
89	5	5	5	5	5	25	5,00
90	4	5	3	4	5	21	4,20
91	4	5	3	5	5	22	4,40
92	5	4	4	4	3	20	4,00
93	5	4	5	5	4	23	4,60
94	5	4	5	5	5	24	4,80
95	4	5	4	4	4	21	4,20
96	5	4	5	4	5	23	4,60
97	5	4	5	4	5	23	4,60
98	5	4	5	4	5	23	4,60
99	5	4	5	4	5	23	4,60
100	5	4	4	5	4	22	4,40
Total	440	427	430	424	435	2156	431,2
Rata-Rata	4,40	4,27	4,30	4,24	4,35	21,56	4,312

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil Uji Validitas Variabel *Beauty Influencer*

Correlations

		BE.1	BE.2	BE.3	BE.4	BE.5	Total.X 1
BE.1	Pearson Correlation	1	.652**	.255	.290	.271	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000	.174	.120	.147	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BE.2	Pearson Correlation	.652**	1	.521**	.448*	.392*	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.013	.032	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BE.3	Pearson Correlation	.255	.521**	1	.231	.490**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.174	.003		.219	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BE.4	Pearson Correlation	.290	.448*	.231	1	.556**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.120	.013	.219		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BE.5	Pearson Correlation	.271	.392*	.490**	.556**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.147	.032	.006	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total.X 1	Pearson Correlation	.633**	.806**	.729**	.677**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	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).

Hasil Uji Reabilitas *Beauty Influencer*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	6

Hasil Uji Validitas Variabel *Online Customer Review*

Correlations

		OCR E.1	OCR E.2	OCR E.3	OCR E.4	OCR E.5	Total. X2
OCR E.1	Pearson Correlation	1	.371*	.667**	.459*	.382*	.733**
	Sig. (2-tailed)		.044	.000	.011	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30
OCR E.2	Pearson Correlation	.371*	1	.298	.337	.601**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.044		.110	.068	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
OCR E.3	Pearson Correlation	.667**	.298	1	.557**	.611**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.110		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
OCR E.4	Pearson Correlation	.459*	.337	.557**	1	.608**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.011	.068	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
OCR E.5	Pearson Correlation	.382*	.601**	.611**	.608**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total. X2	Pearson Correlation	.733**	.665**	.813**	.792**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.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).

Hasil Uji Reabilitas *Online Customer Review*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	6

Hasil Uji Validitas *Online Customer Rating*

Correlations

	OCRA.1	OCRA.2	OCRA.3	Total.X3
OCRA.1 Pearson Correlation	1	.605**	.362*	.819**
Sig. (2-tailed)		.000	.049	.000
N	30	30	30	30
OCRA.2 Pearson Correlation	.605**	1	.277	.793**
Sig. (2-tailed)	.000		.139	.000
N	30	30	30	30
OCRA.3 Pearson Correlation	.362*	.277	1	.728**
Sig. (2-tailed)	.049	.139		.000
N	30	30	30	30
Total.X3 Pearson Correlation	.819**	.793**	.728**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Reabilitas *Online Customer Rating*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	4

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Correlations

		KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	Total.Y
KP.1	Pearson Correlation	1	.531**	.700**	.754**	.526**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP.2	Pearson Correlation	.531**	1	.611**	.648**	.686**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP.3	Pearson Correlation	.700**	.611**	1	.672**	.474**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP.4	Pearson Correlation	.754**	.648**	.672**	1	.766**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP.5	Pearson Correlation	.526**	.686**	.474**	.766**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.008	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total. Y	Pearson Correlation	.815**	.823**	.810**	.917**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	6

Lampiran 4 Hasil Uji Asumsiklasik

Hasil uji linieritas *beauty influencer* terhadap keputusan pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Beauty Influencer (X1)	Between Groups	(Combined)	9.410	10	.941	6.768	.000
		Linearity	7.099	1	7.099	51.055	.000
		Deviation from Linearity	2.311	9	.257	1.847	.071
	Within Groups		12.375	89	.139		
	Total		21.786	99			

Hasil uji linieritas *online customer review* terhadap keputusan pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Online Customer Review (X2)	Between Groups	(Combined)	5.852	9	.650	3.673	.001
		Linearity	3.081	1	3.081	17.403	.000
		Deviation from Linearity	2.771	8	.346	1.956	.061
	Within Groups		15.934	90	.177		
	Total		21.786	99			

Hasil uji linieritas *online customer rating* terhadap keputusan pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Online Customer Rating (X3)	Between Groups	(Combined)	5.761	6	.960	5.572	.000
		Linearity	4.558	1	4.558	26.455	.000
		Deviation from Linearity	1.202	5	.240	1.396	.233
	Within Groups		16.025	93	.172		
	Total		21.786	99			

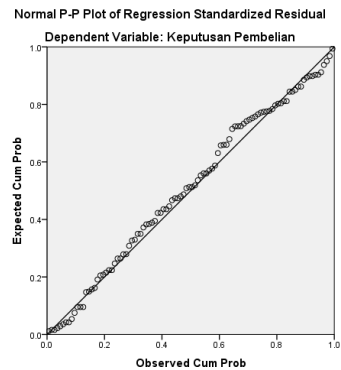
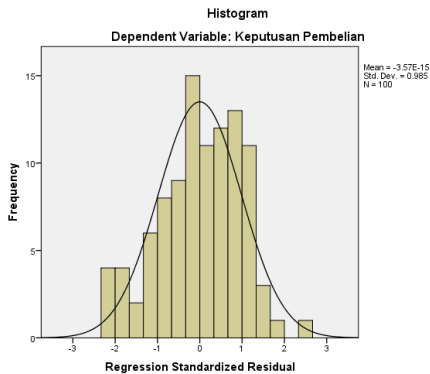
Hasil Uji Normalitas **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35972979
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.045
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



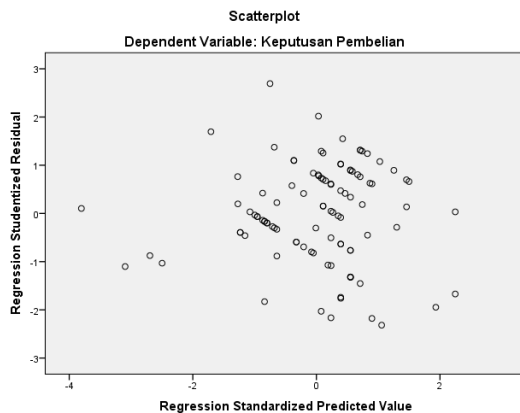
Hasil Uji Multikolieniratas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.166	.531		.313	.755		
Beauty Influencer	.476	.103	.413	4.635	.000	.771	1.297
Online Customer Review	.237	.104	.189	2.276	.025	.886	1.129
Online Customer Rating	.252	.096	.229	2.613	.010	.795	1.258

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.166	.531		.313	.755		
Beauty Influencer	.476	.103	.413	4.635	.000	.771	1.297
Online Customer Review	.237	.104	.189	2.276	.025	.886	1.129
Online Customer Rating	.252	.096	.229	2.613	.010	.795	1.258

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji T (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.166	.531		.313	.755		
Beauty Influencer	.476	.103	.413	4.635	.000	.771	1.297
Online Customer Review	.237	.104	.189	2.276	.025	.886	1.129
Online Customer Rating	.252	.096	.229	2.613	.010	.795	1.258

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.974	3	2.991	22.417	.000 ^b
Residual	12.811	96	.133		
Total	21.786	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Online Customer Rating, Online Customer Review, Beauty Influencer

Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.642 ^a	.412	.394	.36531	1.950

a. Predictors: (Constant), Online Customer Rating, Online Customer Review, Beauty Influencer

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 7 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fasp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fadia Chuanul M
 NBI : 1122000060
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
 Dosen Pembimbing II : Drs. Agung Pujianto, M.M.
 Judul Skripsi : PENGARUH BEAUTY INFLUENCER, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE NPURE FACE TONER

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf/Dospem 1	Paraf/Dospem 2
1	7/03/23	ACC judul	✓	
2	3/03/23	latar belakang.		✓
3	6/3/24	Bab I ACC (paraf)	✓	✓
4	14 Maret	Bab I Lt BDK	✓	✓
5	14/3/24	Bab II + Revisi	✓	✓
6	19 Maret	Bab I (+ file)	✓	✓
7	21/3/24	Bab II ACC	✓	✓
8	25 Maret 24	Bab I ACC	✓	✓
9	28 Maret 24	Bab II Revisi	✓	✓
10	1 April 24	Bab II ACC	✓	✓
11	2/4/24	Bab II - Rancangan Revisi - Revisi Sampling		✓
12	4/4/24	Rancangan Revisi		✓
13	17/4/24	Rancangan Revisi		✓
14	22/4/24	Rancangan Revisi		✓
15	25/4/24	Bab III Perbaikan	✓	
16	28 April 24	Bab II ACC	✓	



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

Program Studi : Administrasi Publik • Administrasi Perikanan • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5901742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
17	6/6/22	BAB IV regulasi cyber law		<i>[Signature]</i>
18	14/7/22	BAB IV sistem pengujian pencapaian		<i>[Signature]</i>
19	16/6/22	BAB IV Deteksi dini		<i>[Signature]</i>
20	24/7/22	BAB IV - deteksi dini, keamanan		<i>[Signature]</i>
21	22/7/22	BAB IV KCE		<i>[Signature]</i>
22	27/7/22	BAB V Ringkasan, rekomendasi penelitian		<i>[Signature]</i>
23	28/7/22	BAB V KCE		<i>[Signature]</i>
24	30/08/2022	BAB V KCE & BAB 6	<i>[Signature]</i>	

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 28/08/2022

Dosen Pembimbing I,

[Signature]

Dosen Pembimbing II,

[Signature]

Lampiran 8 Surat Keterangan Uji Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 3 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:328/K/LOD/V/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : FADIA CHUSNUL
NBI : 1122000080

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Mei 2024

Mengetahui
Kepala Lab Otda,

Dida Rahmadani, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

Lampiran 9 Hasil Uji Turnitin

BAB 1,4,5			
ORIGINALITY REPORT			
19%	19%	13%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	2%	
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
4	repository.uhn.ac.id Internet Source	1%	
5	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%	
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1%	
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%	
8	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%	
9	jurnalmandiri.com Internet Source	<1%	

Lampiran 10 Lembar Revisi Ujian Skripsi

Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Fadia Chusnul M
NIM : 1122000060
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 12 Juni 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Beauty Influencer, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Npure Face Toner

Catatan Perbaikan:

Handwritten signature/initials in blue ink on the lined area.

Surabaya, 12 Juni 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Handwritten signature/initials in blue ink.

Revisi dari Dosen Penguji,

Handwritten signature/initials in blue ink.

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

Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Fadia Chusnul M
NIM : 1122000060
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 12 Juni 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Beauty Influencer, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Npure Face Toner

Catatan Perbaikan:

Tabel 4.12 sampai 4.15, tabel total bukan seratus

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

Revisi dari Dosen Penguji,


Awin


Awin M

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

Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Fadla Chusnul M
NIM : 1122000060
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 12 Juni 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Beauty Influencer, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Npure Face Toner

Catatan Perbaikan:

1. Sempurnakan Perumusan masalah, tujuan dan kesimpulan
2. Daftar pustaka diperbaiki

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

Revisi dari Dosen Penguji,

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