

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SKINCARE* MS GLOW DI SURABAYA

Dengan Hormat,

Saya mahasiswi Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945, sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *skincare* Ms Glow di Surabaya”. Oleh karena itu, saya selaku peneliti mengharapkan bantuan anda selaku konsumen *skincare* agar dapat mengisi kuesioner dengan sebenarnya.

Hormat Saya  
Laela Annafi’ah

Pilih poin yang anda anggap sesuai

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 17 – 23 tahun
- 24 – 39 tahun
- 40 – 55 tahun

Pekerjaan :

- Pelajar / Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Lainnya

Pendapatan :

- < 1.000.000
- 1.000.000 – 3.000.000
- 3.000.000 – 5.000.000
- > 5.000.000

Apakah anda mengenal dan pernah membeli produk Ms Glow?

- Ya
- Tidak

Apakah anda mengetahui Nagita Slavina sebagai celebrity endorser Ms Glow?

- Ya
- Tidak

<b>Brand Image (X1)</b>						
<b>No.</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Merek Ms Glow memberikan kesan bahwa perusahaan itu populer.					
2.	Penjualan <i>skincare</i> Ms Glow memiliki jaringan yang luas sehingga mudah ditemukan di kota-kota besar					
3.	Produk Ms Glow memiliki keunggulan dan kualitas yang baik.					
4.	<i>Skincare</i> Ms Glow sudah bersertifikat halal MUI					
5.	<i>Skincare</i> Ms Glow memiliki banyak rangkaian yang sesuai dengan kebutuhan saya.					
6.	Saya menggunakan produk Ms Glow menggambarkan up to date dan gaul.					

<b>Celebrity Endorser (X2)</b>						
<b>No.</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Saya merasa bahwa Nagita Slavina jujur dalam mereview produk Ms Glow.					
2.	Nagita Slavina membuat saya yakin dengan adanya <i>skincare</i> Ms Glow.					
3.	Saya merasa bahwa Nagita Slavina mempunyai wawasan yang luas tentang produk Ms Glow.					
4.	Saya merasa bahwa Nagita Slavina memiliki kemampuan dalam mereview dan memasarkan produk Ms Glow.					
5.	Nagita Slavina memiliki daya tarik fisik yang menarik perhatian saya.					
6.	Kesan anggun dan berkharisma yang dimiliki oleh Nagita Slavina dapat menunjukkan bahwa <i>skincare</i> Ms Glow yang direkomendasikan berkualitas.					

Keputusan Pembelian (Y)						
No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memutuskan untuk membeli produk Ms Glow karena merasa yakin bahwa produk tersebut sesuai dengan harapan saya.					
2.	Saya memutuskan untuk mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli produk Ms Glow.					
3.	Saya memutuskan untuk membeli produk Ms Glow karena terbiasa dengan produk tersebut.					
4.	Saya memutuskan untuk merekomendasikan <i>skincare</i> Ms Glow kepada orang lain.					
5.	Saya memutuskan untuk menceritakan kesan positif ketika membeli produk Ms Glow kepada orang lain.					
6.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang <i>skincare</i> Ms Glow setelah mendapatkan manfaat yang dirasakan.					

## Lampiran 2 Hasil Pengujian Data

### Uji Validitas *Brand Image* (X1)

		Correlations						
		SOS_1	SOS_2	SOS_3	SOS_4	SOS_5	SOS_6	SOS_TOTAL
SOS_1	Pearson Correlation	1	.657**	.524**	.390*	.481**	.248	.819**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.033	.007	.186	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_2	Pearson Correlation	.657**	1	.455*	.289	.608**	.276	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.122	.000	.140	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_3	Pearson Correlation	.524**	.455*	1	.425*	.449*	.155	.716**
	Sig. (2-tailed)	.003	.012		.019	.013	.414	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_4	Pearson Correlation	.390*	.289	.425*	1	.129	.224	.565**
	Sig. (2-tailed)	.033	.122	.019		.498	.235	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_5	Pearson Correlation	.481**	.608**	.449*	.129	1	.184	.717**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.013	.498		.331	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_6	Pearson Correlation	.248	.276	.155	.224	.184	1	.467**
	Sig. (2-tailed)	.186	.140	.414	.235	.331		.009
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_TOTAL	Pearson Correlation	.819**	.827**	.716**	.565**	.717**	.467**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.009	
	N	30	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).

### Uji Validitas *Celebrity Endorser* (X2)

		Correlations						
		SOS_1	SOS_2	SOS_3	SOS_4	SOS_5	SOS_6	SOS_TOTAL
SOS_1	Pearson Correlation	1	.693**	.524**	.390*	.219	.069	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.033	.245	.717	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_2	Pearson Correlation	.693**	1	.521**	.522**	.378*	.091	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.003	.040	.633	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_3	Pearson Correlation	.524**	.521**	1	.425*	.604**	.236	.787**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003		.019	.000	.209	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_4	Pearson Correlation	.390*	.522**	.425*	1	.313	.396*	.719**
	Sig. (2-tailed)	.033	.003	.019		.092	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_5	Pearson Correlation	.219	.378*	.604**	.313	1	.275	.650**
	Sig. (2-tailed)	.245	.040	.000	.092		.142	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_6	Pearson Correlation	.069	.091	.236	.396*	.275	1	.449*
	Sig. (2-tailed)	.717	.633	.209	.030	.142		.013
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_TOTAL	Pearson Correlation	.734**	.810**	.787**	.719**	.650**	.449*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.013	
	N	30	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).

## Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		SOS_1	SOS_2	SOS_3	SOS_4	SOS_5	SOS_6	SOS_TOTAL
SOS_1	Pearson Correlation	1	.608**	.635**	.483**	.517**	.510**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.003	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_2	Pearson Correlation	.608**	1	.451*	.265	.352	.606**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.157	.056	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_3	Pearson Correlation	.635**	.451*	1	.357	.800**	.520**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012		.053	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_4	Pearson Correlation	.483**	.265	.357	1	.404*	.459*	.651**
	Sig. (2-tailed)	.007	.157	.053		.027	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_5	Pearson Correlation	.517**	.352	.800**	.404*	1	.581**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.003	.056	.000	.027		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_6	Pearson Correlation	.510**	.606**	.520**	.459*	.581**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.003	.011	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SOS_TOTAL	Pearson Correlation	.820**	.709**	.818**	.651**	.796**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	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).

## Uji Reliabilitas *Brand Image*

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.785	.776	6

## Uji Reliabilitas *Celebrity Endorser*

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.786	.784	6

## Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.859	.859	6

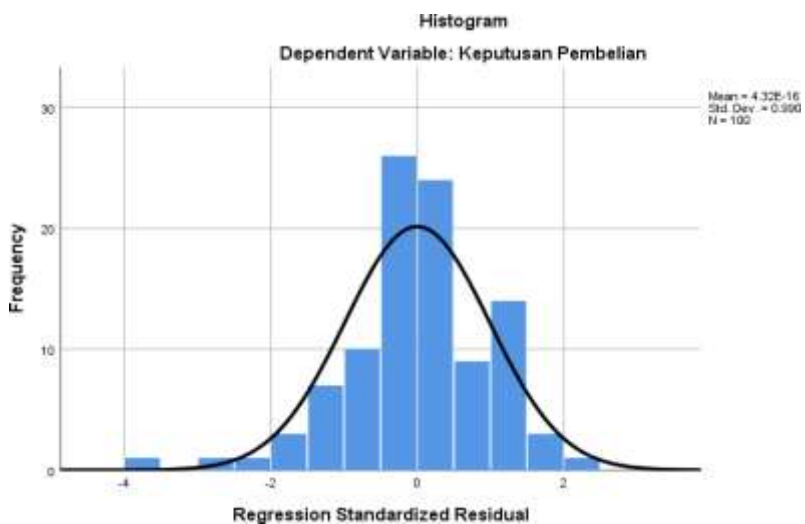
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

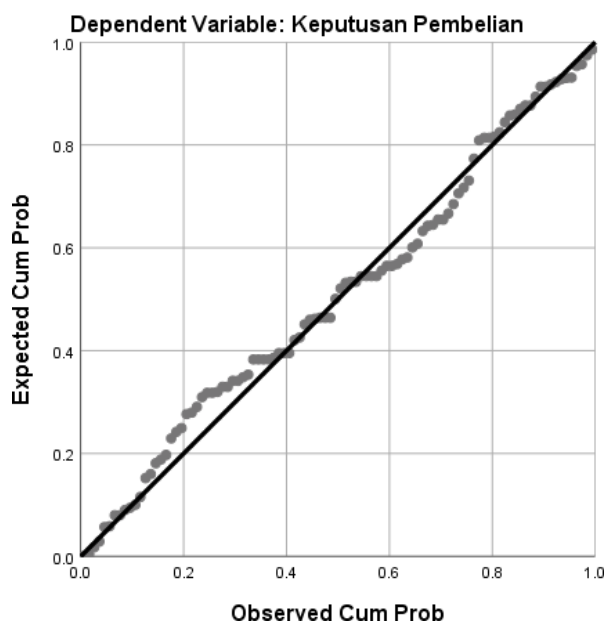
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78818316
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.058
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**





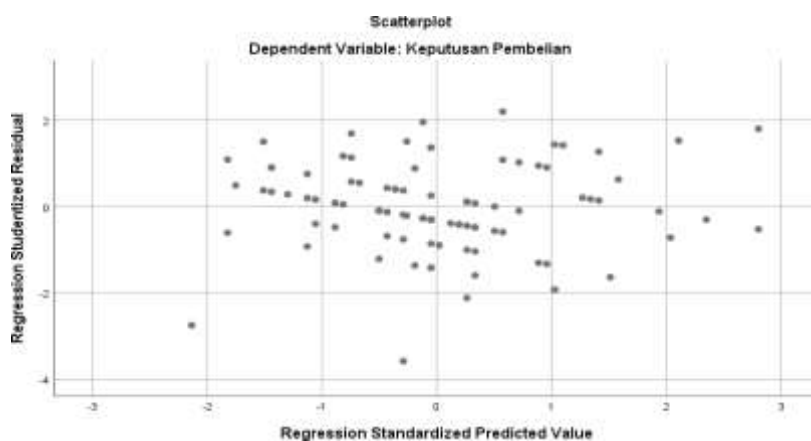
## Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.734	3.089		3.475	.001		
	Brand Image	.317	.099	.303	3.197	.002	.946	1.057
	Celebrity Endorser	.258	.107	.229	2.420	.017	.946	1.057

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji Heteroskedastisitas



## Uji Linearitas *Brand Image* (X1)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand Image	Between Groups	(Combined)	88.557	9	9.840	2.994	.004
		Linearity	48.691	1	48.691	14.814	.000
		Deviation from Linearity	39.867	8	4.983	1.516	.163
	Within Groups		295.803	90	3.287		
	Total		384.360	99			

### Uji Linearitas *Celebrity Endorser* (X2)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Celebrity Endorser	Between Groups:	(Combined)	70.184	9	7.798	2.234	.027
		Linearity	34.433	1	34.433	9.864	.002
		Deviation from Linearity	35.751	8	4.469	1.280	.264
	Within Groups:		314.176	90	3.491		
	Total		384.360	99			

### Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.734	3.089		3.475	.001		
	Brand Image	.317	.099	.303	3.197	.002	.946	1.057
	Celebrity Endorser	.258	.107	.229	2.420	.017	.946	1.057

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji-t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.734	3.089		3.475	.001
	Brand Image	.317	.099	.303	3.197	.002
	Celebrity Endorser	.258	.107	.229	2.420	.017

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Uji Simultan (Uji-F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.798	2	33.899	10.387	.000 <sup>b</sup>
	Residual	316.562	97	3.264		
	Total	384.360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Brand Image


Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.420 <sup>a</sup>	.176	.159	1.80652

a. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Brand Image

## Lampiran 3 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 J. Semolowangi 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-9951742, 5931800 psw. 159 email : fak@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Laela Annafah  
 NBI : 1122000045  
 Program Studi : Administrasi Niaga  
 Dosen Pembimbing I : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.  
 Dosen Pembimbing II : Dra. Awin Mulyati, M.M.  
 Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sincere MS GLOW

No	Tanggal	Revisi/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	7/3-24	Acc judul	/s	
2	20/3-24	Bab I, Acc. dgn salinan		/s
3	24/3-24	Bab I perbaikan sesuai objek penelitian	/s	
4	28/3-24	Bab I → acc	/s	
5	1/4-24	Bab II. Perbaiki perbedaan pd metode penelitian, @ garis Tey, p.k, perbaikan kerangka teori		/s
6	3/4-24	Bab II Acc		/s
7	16/4-24	Bab II → acc ds perbaikan caption	/s	
8	18/4-24	Bab III - Perbaiki paparan sampel @, waktu panel, perbaiki kumr mlt pte		/s
9	22/4-24	Bab III Acc		/s
10	23/4-24	Bab III - Acc ds perbaikan pd instrument	/s	



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 J. Semolowari 45 Surabaya (60118)  
Telp. 031-5991742, 5931900 psw. 159 email: fkip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Petokan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
11	25/4	Questioner di perbaiki kembali dgn. Opacine		
12	6/5 24	Questioner di perbaiki kembali anjuran		
13	7/5 24	Questioner Acc		
14	7/5-24	questioner Acc		
15	20/5 24	Perbaiki cover anjuran. Bab IV		
16	22/5 24	Bab IV Acc.		
17	27/5 24	Bab V perbaiki.		
18	28/5 24	Bab V Acc.		
19	28/5 24	Bab IV Acc		
		Bab V → Acc. ds. buatkan rekomendasi point @ sama saran.		

Catatan:

1. Kartu Bintangin dibawah saat bintangin
2. Kartu bintangin diisi oleh Dosen Pembimbing

Bintangin dinyatakan telah selesai  
Tanggal 28-5-2024

Dosen Pembimbing I.

Dosen Pembimbing II.

  
Awin

## Lampiran 4 Hasil Turnitin

Laela Bab 1,4,&5			
ORIGINALITY REPORT			
<b>17%</b>	<b>15%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		<b>2%</b>
<b>2</b>	Submitted to Universitas Nasional Student Paper		<b>1%</b>
<b>3</b>	repository.ub.ac.id Internet Source		<b>1%</b>
<b>4</b>	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper		<b>1%</b>
<b>5</b>	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		<b>1%</b>
<b>6</b>	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper		<b>1%</b>
<b>7</b>	eprints.umpo.ac.id Internet Source		<b>1%</b>
<b>8</b>	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper		<b>1%</b>
<b>9</b>	journal.uwgm.ac.id Internet Source		<b>1%</b>

## Lampiran 5 Lembar Revisi

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

---

**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**

Nama : Luella Annafah  
NIM : 1122000045  
Hari/Tanggal Ujian : Kamis, 13 Juni 2024  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk skincare Ma Glow di Surabaya

Catatan Perbaikan:

*(Large handwritten mark resembling a '2' or 'Z' is present in the notes section)*

Surabaya, 19 Juni 2024  
Peretujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji

*(Handwritten signature of the reviewer)* *(Handwritten signature of the student)*

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

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

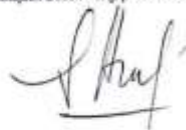
Nama : Laela Annafiah  
 NIM : 1122000045  
 Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 13 Juni 2024  
 Judul Skripsi :

Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk skincare Ms Glow di Surabaya

Catatan Perbaikan

~~Daftar pustaka tidak ada~~  
~~Daftar pustaka~~  
~~Pendahuluan di perbaiki~~

Surabaya, 13 - 06 - 2024  
 Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



Catatan: Jika 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 : Laela Annaf'ah  
NIM : 1122000045  
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 13 Juni 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk skincare Ms Glow di Surabaya

Catatan Perbaikan:

R<sup>2</sup> alasan ?

Surabaya, 24 June 2024  
Persetujuan Dosen Penguji: Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

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