

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI JAWA TIMUR PADA PRODUK SKINTIFIC DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Dengan Hormat, perkenalkan saya Nina Nabila sebagai mahasiswi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S1) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “***Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jawa Timur Pada Produk Skintific di Sosial Media Instagram***”.

Maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang dilampirkan. Jawaban yang Anda berikan akan sangat membantu penelitian ini dan kuesioner ini dapat digunakan apabila sudah terisi semua. Saya ucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini secara objektif dan benar.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri saudara dengan keadaan yang sebenarnya:

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia:
 - 17-20 tahun
 - 21-25 tahun
 - 26-30 tahun

- 31-35 tahun
 - 36-40 tahun
2. Pekerjaan:
- Pelajar
 - Mahasiswa/i
 - Karyawan
 - Wiraswasta
3. Pendapatan:
- <500rb
 - 500 - <1jt
 - 1jt - <3jt
 - >3jt

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah pertanyaan sesuai dengan pendapat anda.
2. Setiap satu pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban yang sesuai menurut anda.
3. Setiap pertanyaan memiliki lima alternatif jawaban, yaitu:
 - SS = Sangat Setuju (5)
 - S = Setuju (4)
 - KS = Kurang Setuju (3)
 - TS = Tidak Setuju (2)
 - STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. KUESIONER PENELITIAN

<i>Celebrity Endorser</i>						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kepercayaan						
1.	Skintific memilih seorang <i>Celebrity Endorser</i> yang memiliki integritas dan dapat					

	dipercaya dalam menyampaikan iklan produk.					
Keahlian						
2.	<i>Celebrity Endorser</i> produk Skintific memiliki keahlian dan pengalaman dalam mereview suatu produk.					
3.	<i>Celebrity Endorser</i> produk Skintific memiliki kemampuan untuk mempengaruhi preferensi dan Keputusan konsumen dalam memilih produk <i>Skincare</i> .					
Daya tarik						
4.	<i>Celebrity Endorser</i> produk Skintific memiliki daya Tarik fisik yang dapat menarik keputusan pembelian konsumen					
5.	<i>Celebrity Endorser</i> produk Skintific memiliki penampilan menarik dan citra selebriti yang banyak disukai masyarakat.					

<i>Brand Image</i>						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kekuatan						

1.	Produk Skintific memiliki citra merek yang aman dan berkualitas.					
2.	Produk Skintific memiliki keunggulan yang efektif dalam menyelesaikan masalah kulit.					
Keunikan						
3.	Saya merasa produk Skintific memiliki variasi dan inovasi produk <i>skincare</i> sesuai dengan kebutuhan kulit wajah.					
Kesukaan						
4.	Produk Skintific mejadi salah satu merek <i>Skincare</i> yang menjadi favorit Masyarakat.					

Online Customer Review						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Manfaat yang dirasakan						
1.	<i>Review customer</i> pada sosial media Instagram Skintific dapat memudahkan konsumen dalam mencari informasi tentang produk Skintific.					

2.	Adanya <i>Online customer review</i> membuat lebih mudah untuk berbelanja atau memesan secara online.					
Kredibilitas sumber						
3.	Saya percaya konsumen yang memberikan <i>review</i> mengenai produk Skintific pada sosial media Instagram merupakan <i>review</i> yang jujur dan dapat dipercaya.					
Kualitas argumen						
4.	Produk Skintific di sosial media instagram memiliki <i>review</i> yang sangat positif sehingga saya dimudahkan saat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit saya.					
Valensi						
5.	<i>Review</i> Produk <i>skincare</i> Skintific di sosial media instagram memiliki jumlah lebih banyak yang positif dan sedikit ulasan					
Jumlah ulasan						
6.	Semakin banyak jumlah <i>review</i> positif maka semakin baik reputasi produk Skintific di mata konsumen.					

Keputusan Pembelian					
No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	KS	TS
Indikator kemantapan produk					
1.	Saya membeli produk skintific karena sesuai dengan kebutuhan kulit dan kualitas produknya aman.				
2.	<i>Skincare</i> skintific di sosial media intagram memberikan variasi dan kegunaan sesuai dengan yang saya butuhkan.				
Indikator Kebiasaan Membeli					
3.	Saya sering membeli rangkaian <i>skincare</i> Skintific baik online maupun offline store.				
Indikator rekomendasi dari orang lain					
4.	Saya membeli <i>skincare</i> Sintific karena terinspirasi dari selebriti instagram yang memiliki kulit wajah yang cantik.				
Indikator pembelian ulang					
5.	<i>Skincare</i> Skintific memberikan saya hasil yang baik sesuai dengan harga itu sebabnya saya tetap memilih menggunakan <i>skincare</i> Skintific.				

Lampiran 2. Validitas dan Reliabilitas menggunakan SPSS

Celebrity Endorser (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	JUMLAH
X1.1	Pearson Correlation	1	.638**	.696**	.539**	.701**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.638**	1	.577**	.515**	.407*	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.004	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.696**	.577**	1	.694**	.623**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.539**	.515**	.694**	1	.559**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.701**	.407*	.623**	.559**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.026	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
JUMLAH	Pearson Correlation	.868**	.758**	.872**	.816**	.797**	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).							

Brand Image (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.722**	.583**	.352	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.056	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.722**	1	.623**	.310	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.096	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.583**	.623**	1	.567**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.352	.310	.567**	1	.681**
	Sig. (2-tailed)	.056	.096	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.830**	.844**	.856**	.681**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Online Customer Review (X3)

Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.848**	.375*	.509**	.534**	.685**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.041	.004	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.848**	1	.247	.406*	.355	.611**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000		.188	.026	.055	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.375*	.247	1	.614**	.844**	.294	.761**
	Sig. (2-tailed)	.041	.188		.000	.000	.114	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.509**	.406*	.614**	1	.690**	.762**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.004	.026	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.534**	.355	.844**	.690**	1	.545**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.002	.055	.000	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.685**	.611**	.294	.762**	.545**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.114	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.802**	.691**	.761**	.836**	.867**	.786**	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).								

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	JUMLAH
Y.1	Pearson Correlation	1	.420*	.370*	.301	.341	.592**
	Sig. (2-tailed)		.021	.044	.107	.065	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.420*	1	.706**	.613**	.775**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.021		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.370*	.706**	1	.748**	.771**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.044	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.301	.613**	.748**	1	.660**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.107	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.341	.775**	.771**	.660**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
JUMLAH	Pearson Correlation	.592**	.861**	.898**	.825**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.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).							

Uji Reliabilitas

Celebrity Endorser (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	5

Brand Image (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.814	4


Online Customer Review (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	6

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	6

Lampiran 3. Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Progra. 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 : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nina Nabila
 NBI : 1122000135
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. ✓
 Dosen Pembimbing II : Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S. ✓

Judul Skripsi : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIQ PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM**
 Konsumen di Jawa Timur *N. Acc*

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	7-3-24	Bab I Acc.	<i>N</i>	
2.	14 Maret 24	Bab I & Bab II		<i>N</i>
3.	28 Maret 24	Bab I & C Pers		<i>N</i>
4.	28-3-24	Bab I & sampul naka, sesuai saran	<i>N</i>	
5.	31-3-24	Bab I Acc & catatan margin di sempurnakan	<i>N</i>	
6.	1 April 24	Bab II, teori & sumber.		<i>N</i>
7.	1 April 24	Bab II Acc		<i>N</i>
8.	18-4-24	Bab II Tambahan teori pers: saran - Pola line yg simultan & brand image	<i>N</i>	
9.	24-4-24	Acc & catatan	<i>N</i>	<i>N</i>
10.	25 April 24	Bab II pers		<i>N</i>
11.	7 Mei 24	Bab III Acc		<i>N</i>
12.	14-5-24	Bab III Perbaiki sesuai saran	<i>N</i>	
13.	15 Mei 24	Bab III Acc		<i>N</i>
14.	15-5-24	Bab III Acc Kuisisioner Acc & lanjut uji instrumen	<i>N</i>	

© 2019 Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya



**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 : fsiip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
15	30 Mei 24	bab IV terlewat bab V terlewat		✓
16	30 Juni 24	bab IV & V Acc		✓
17	5-6-24	Pnb <u>IV</u> Perbaiki sesuai saran Pnb <u>V</u> Acc	h ₁	
18	5-6-24	Pnb <u>IV</u> - <u>V</u> Acc	h ₁	

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : ...5-6-2024...

Dosen Pembimbing I,

[Signature]
.....

Dosen Pembimbing II,

[Signature] 3/6/24
.....

Lampiran 4. Surat Keterangan Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
 Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:734/K/LOD/VI/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 : Nina Nabila

NBI : 1122000135

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, 22 Juni 2024

Mengetahui
 Kepala Lab. Otda,

ADMINISTRASI PUBLIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
 SURABAYA
 Dida Rahmadani, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Lampiran 5. Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nina Nabila
 NIM : 1122000135
 Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 1 Juli 2024
 Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jawa Timur pada Produk Skintific di Sosial Media Instagram

Catatan Perbaikan:

Revisi

2

Surabaya, 09 Juli 2024
 Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji,

[Signature] *ke.* *9/24* *17* *[Signature]*

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

CS Dipindai dengan CamScanner

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

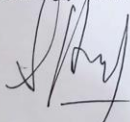
Nama : Nina Nabila
NIM : 1122000135
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 1 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jawa Timur pada Produk Skintific di Sosial Media Instagram

Catatan Perbaikan:

Gambarkan hub Ukiabe

Surabaya, 09 Juli 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.

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nina Nabila
NIM : 1122000135
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 1 Juli 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jawa Timur pada Produk Skintific di Sosial Media Instagram

Catatan Perbaikan:

✓ Tambahkan 4.6 menit bel. 7
✓ Tambahkan 4.17 kekepercayaan score tertinggi

Surabaya, 11 Juli 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.