

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST*, DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KLINIK KECANTIKAN ATHENA SURABAYA

Dengan hormat,

Saya Ainur Rachmawati mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) dengan judul "**Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Athena Surabaya**". Oleh karena itu, saya selaku peneliti mengharapkan bantuan Anda selaku pelanggan Klinik Kecantikan Athena Surabaya agar dapat mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya.

Hormat saya,

Ainur

Rachmawati

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Pilih poin yang Anda anggap sesuai, dan berikan tanda checklis (✓) pada poin yang Anda anggap sesuai.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Nama lengkap responden :

Jenis Kelamin :

☐ Laki-laki

Usia

☐ 15 – 20 tahun

Perempuan

- ☐ >20 – 30 tahun
- ☐ >20 – 40 tahun
- ☐ >40 – 50 tahun
- ☐ >50 – 60 tahun
- ☐ >60 tahun

Berapa pendapatan Saudara :

- ☐ < 3.000.000
- ☐ 3.000.000 – 5.000.000
- ☐ > 5.000.000

Apakah anda pernah melakukan transaksi pembelian di Klinik Kecantikan Athena Surabaya?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Brand Image (Citra Merek)						
No	Pernyataan	ST S	TS	K S	S	SS
1	Saya mengenal Klinik Kecantikan Athena karena merek.					
2	Saya merasa bahwa reputasi klinik kecantikan Athena mencerminkan komitmen terhadap kepuasan pelanggan.					
3	Saya merasa tertarik untuk berkunjung ke klinik kecantikan Athena daripada Klinik Kecantikan lainnya.					
4	Saya merasa bahwa program reward dari klinik kecantikan ini membuat saya cenderung untuk menjadi pelanggan setia.					
Trust (Kepercayaan)						
No	Pernyataan	ST S	TS	K S	S	SS
1	Saya merasa yakin bahwa klinik kecantikan Athena memiliki kemampuan yang tinggi dalam menyediakan perawatan yang berkualitas.					
2	Saya yakin bahwa klinik kecantikan Athena terus berkontribusi untuk kebaikan masyarakat diindustri perawatan kulit.					
3	Saya percaya bahwa klinik kecantikan Athena menjaga standar etika yang tinggi dalam semua aspek layanan yang mereka sediakan.					

Sales Promotion (Promosi Penjualan)						
No	Pernyataan	ST S	TS	K S	S	SS
1	Saya merasa klinik kecantikan Athena di promosikan berkali-kali di sosial media.					
2	Saya percaya bahwa promosi klinik kecantikan Athena memberikan informasi yang jelas dan komprehensif tentang layanan atau produk yang ditawarkan.					
3	Saya merasa bahwa promosi klinik kecantikan Athena relevan dengan preferensi dan minat saya dalam perawatan kulit.					
Kepuasan Pelanggan						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa puas, karena klinik kecantikan Athena memberikan solusi yang sesuai dengan harapan saya terhadap perawatan yang diinginkan.					
2	Saya merasa puas, karena klinik kecantikan Athena memiliki potensi untuk memberikan hasil yang lebih baik lagi, sehingga saya ingin memberikan kesempatan untuk berkunjung kembali.					
3	Saya merasa puas, karena klinik kecantikan Athena sering direkomendasikan sebagai klinik yang berkualitas.					

Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Variabel Brand Image (X1)

		Correlations				
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005
VAR00001	Pearson Correlation	1	.382*	.286	.576**	.712**
	Sig. (2-tailed)		.037	.125	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.382*	1	.499**	.612**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.037		.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.286	.499**	1	.458*	.719**
	Sig. (2-tailed)	.125	.005		.011	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	.576**	.612**	.458*	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.011		.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	.712**	.823**	.719**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.779	4

b. Variabel Trust (X2)**Correlations**

		VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010
VAR00007	Pearson Correlation	1	.386*	.621**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.035	.000	.000
	N	30	30	30	30
VAR00008	Pearson Correlation	.386*	1	.371*	.707**
	Sig. (2-tailed)	.035		.044	.000
	N	30	30	30	30
VAR00009	Pearson Correlation	.621**	.371*	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.044		.000
	N	30	30	30	30
VAR00010	Pearson Correlation	.867**	.707**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.716	.718	3

c. Variabel Sales Promotion (X3)

Correlations

		VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015
VAR00012	Pearson Correlation	1	.422*	.684**	.856**
	Sig. (2-tailed)		.020	.000	.000
	N	30	30	30	30
VAR00013	Pearson Correlation	.422*	1	.422*	.749**
	Sig. (2-tailed)	.020		.020	.000
	N	30	30	30	30
VAR00014	Pearson Correlation	.684**	.422*	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.020		.000
	N	30	30	30	30
VAR00015	Pearson Correlation	.856**	.749**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.757	3

d. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020
VAR00017	Pearson Correlation	1	.343	.583**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.064	.001	.000
	N	30	30	30	30
VAR00018	Pearson Correlation	.343	1	.372*	.740**
	Sig. (2-tailed)	.064		.043	.000
	N	30	30	30	30
VAR00019	Pearson Correlation	.583**	.372*	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.001	.043		.000
	N	30	30	30	30
VAR00020	Pearson Correlation	.807**	.740**	.818**	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).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.692	.696	3

Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40819227
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.055
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

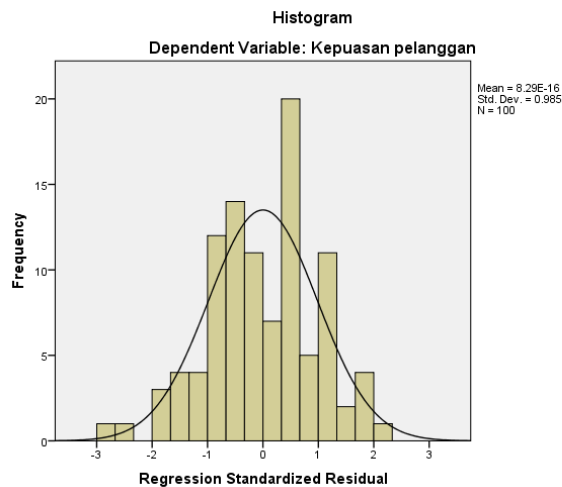
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

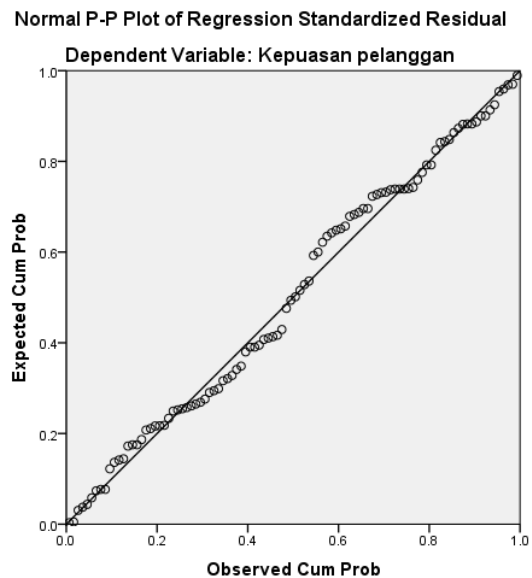
d. This is a lower bound of the true significance.

Uji

Normalitas Model Histogram



Uji P-Plot



b) Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.340	1.372		3.893	.000		
Brand image	.062	.064	.091	.970	.335	.914	1.094
Trust	.171	.080	.200	2.140	.035	.914	1.094
Sales promotion	.329	.083	.365	3.959	.000	.940	1.064

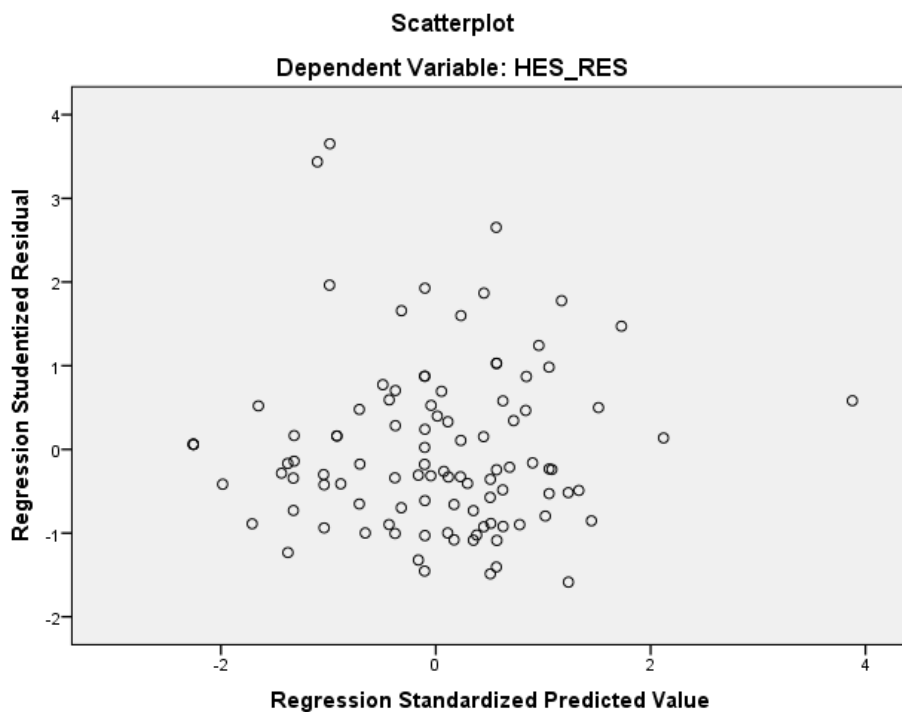
a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

c) Uji heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.254	.760		2.967
	Brand image	-.043	.036	-.127	-1.207
	Trust	.000	.044	.000	.004
	Sales promotion	-.035	.046	-.080	-.765

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Scatterplot



d) Uji Linearitas

Uji Linearitas Brand Image (X1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan * BRAND IMAGE	Between Groups	(Combined)	175.411	74	2.370	.719	.848
		Linearity	8.800	1	8.800	2.670	.117
		Deviation from Linearity	166.611	73	2.282	.692	.873
	Within Groups		69.214	21	3.296		
	Total		244.625	95			

Uji Linearitas Trust (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan * TRUST	Between Groups	(Combined)	175.411	74	2.370	.719	.848
		Linearity	4.848	1	4.848	1.471	.239
		Deviation from Linearity	170.563	73	2.336	.709	.858
	Within Groups		69.214	21	3.296		
	Total		244.625	95			

Uji Linearitas Sales Promotion (X3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan * SALES PROMOTION	Between Groups	(Combined)	175.411	74	2.370	.719	.848
		Linearity	4.848	1	4.848	1.471	.239
		Deviation from Linearity	170.563	73	2.336	.709	.858
	Within Groups		69.214	21	3.296		
	Total		244.625	95			

Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.340	1.372		3.893	.000
	Brand image	.062	.064	.091	.970	.335
	Trust	.171	.080	.200	2.140	.035
	Sales promotion	.329	.083	.365	3.959	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Lampiran 5 Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.340	1.372		3.893
	Brand image	.062	.064	.091	.970
	Trust	.171	.080	.200	2.140
	Sales promotion	.329	.083	.365	3.959

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	59.392	3	19.797	9.681
	Residual	196.318	96	2.045	
	Total	255.710	99		

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), Sales promotion, Brand image, Trust

Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 ^a	.232	.208	1.43003

a. Predictors: (Constant), Sales promotion, Brand image, Trust

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Lampiran 6 Bukti Foto Penelitian



Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi



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 : fsip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ainur Rachmawati
NBI : 1122000063
Program Studi : Administrasi Niaga
Dosen Pembimbing I : Dra. Awin Mulyati, M.M.
Dosen Pembimbing II : Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Trust, dan Sales Promotion terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Athena Surabaya

Ace. Jhaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	7/3/24	Ace judul, Kerjakan Bab I & Konten skripsi ke. pemb. II	<i>[Signature]</i>	
2.	14 Mei 24	bab I, II & III, skripsi		<i>[Signature]</i>
3.	26 Mei 24	Bab I & II		<i>[Signature]</i>
4	28 Mei 24	Bab I Ace.		<i>[Signature]</i>
5	3/6/24	bab II, ker. penulisan		<i>[Signature]</i>
6	22/2024 /4	Perjelas Alasan memilih judul ini dan buktinya.	<i>[Signature]</i>	
7	23/2024 /4	Bab I Ace.	<i>[Signature]</i>	
8	25 Apr 24	Bab II Ace & Perb.		<i>[Signature]</i>
9	30 Apr 24	Bab II Perbaikan		<i>[Signature]</i>
10	2 Mei 24	Bab III Ace & Perb.		<i>[Signature]</i>
11	6/5	Bab II perbaiki penyusunan tambahan materi Mix	<i>[Signature]</i>	
12	7/5	Bab II Ace	<i>[Signature]</i>	
13	8/5	Bab III	<i>[Signature]</i>	



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 : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
14	8/5/2024	Question Ace		
15	20 Mei 24	Bab IV perbaiki		
16	21 Mei 24	Bab IV Ace		
17	28/5/24	Bab IV perbaiki sesuai anjuran		
18	29/5/24	Bab IV Ace		
19	30 Mei 24	Bab V ACC & Aerb		
20	30/5/24	Bab V perbaiki sesuai anjuran		
21	5/6/2024	Bab V Ace		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 5 Juni 2024

Dosen Pembimbing I,

(..... Awin M)

Dosen Pembimbing II,

(.....)

Lampiran 8 Uji 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: 365/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 : Ainur Rachmawati

NBI : 1122000063

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, 03 Juni 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otonomi

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Lampiran 9 Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

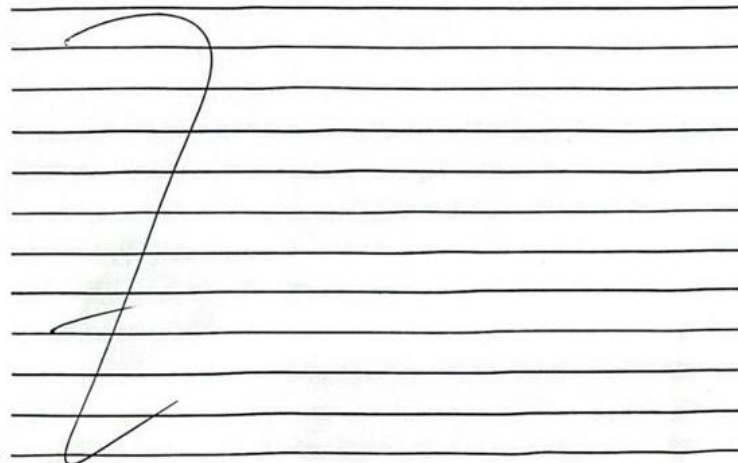
Nama : Ainur Rachmawati

NIM : 1122000063

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 2 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Athena Surabaya

Catatan Perbaikan:



Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji, Telah Revisi/Perbaikan,


(Ainur)

Revisi dari Dosen Penguji,


(Ainur)

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 : Ainur Rachmawati
NIM : 1122000063
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 2 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Athena Surabaya

Catatan Perbaikan:

- ① Format penulisan
- ② Daftar Pustaka
- ③ Pembahasan
- ④ Rekomendasi

Surabaya, 8 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


(Ni Made Ida P)


(Ni Made Ida P)

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 : Ainur Rachmawati

NIM : 1122000063

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 2 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Athena Surabaya

Catatan Perbaikan:

- Daftar pustaka di perbaiki.

- Pembahasan hasil Banzel
Bhs Statistika

- Landasan teori penulisan
MKT Kotor

Surabaya, 8 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.