

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH EXO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI SHOPEE

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Nafaricha Putri Qurbawati mahasiswi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh EXO sebagai *Brand Ambassador* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening di Shopee”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya berharap atas ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Adapun jawaban yang Anda berikan akan sangat membantu saya dalam pengumpulan data. Atas waktu dan kesediannya, saya ucapkan terima kasih.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berusia 16-40 Tahun
2. Pernah membeli produk Scarlett Whitening X EXO di Shopee minimal 1 kali

A. Identitas Responden

Berilah tanda Checklist (✓)

Nama :

Jenis Kelamin :

☐ Perempuan ☐ Laki-Laki

Usia :

☐ 16-20 ☐ 26-30 ☐ 36-40

☐ 21-25 ☐ 31-35

Pekerjaan :

☐ Pelajar ☐ PNS ☐ Wirausaha
☐ Mahasiswa ☐ Karyawan Swasta ☐ Ibu Rumah Tangga

Pendapatan :

☐ < Rp 500.000

☐ Rp 500.000 – Rp 1.000.000

☐ Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000

☐ Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000

☐ > Rp 3.000.000

Apakah Anda pernah membeli produk Scarlett Whitening x EXO di Shopee?

☐ Ya ☐ Tidak

B. Petunjuk Pengisian

1. Mohon untuk menjawab setiap pernyataan dengan teliti dan sejujur-jujurnya.
2. Berilah tanda checklist (✓) pada setiap jawaban yang menurut Anda sesuai.

Setiap pernyataan mempunyai lima alternatif jawaban, sebagai berikut:

$$SS = \text{Sangat Setuju} \quad (5)$$
$$S = \text{Setuju} \quad (4)$$
$$\text{KS} = \text{Kurang Setuju} \quad (3)$$
$$\text{TS} = \text{Tidak Setuju} \quad (2)$$

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. Kuesioner Penelitian

BRAND AMBASSADOR						
No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Transference (Pemindahan)						
1.	EXO sebagai <i>brand ambassador</i> memberikan dukungan terhadap merek Scarlett Whitening.					
2.	EXO sebagai <i>brand ambassador</i> mampu mempromosikan Scarlett Whitening melalui profesinya.					
Congruence (Kesesuaian)						

1.	EXO memiliki kesesuaian dengan produk yang ditawarkan oleh Scarlett Whitening.					
Credibility (Kredibilitas)						
1.	EXO memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk Scarlett Whitening dengan baik.					
2.	Informasi yang disampaikan EXO mengenai produk Scarlett Whitening dapat dipercaya.					
Attraction (Daya Tarik)						
1.	Penampilan EXO dalam iklan Scarlett Whitening membuat saya tertarik pada produk tersebut.					
2.	EXO sebagai <i>brand ambassador</i> memiliki visual yang menarik perhatian saya.					
Power (Kekuatan)						
1.	Kharisma EXO mampu mempengaruhi saya untuk menggunakan produk Scarlett Whitening.					

BRAND TRUST						
No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Brand Characteristic (Karakteristik Merek)						
1.	Scarlett Whitening merupakan merek yang terpercaya.					
2.	Saya memilih Scarlett Whitening karena memiliki reputasi merek yang baik.					
Company Characteristic (Karakteristik Perusahaan)						
1.	Scarlett Whitening memiliki motivasi untuk menciptakan produk-produk yang berkualitas tinggi.					

2.	Scarlett Whitening merupakan perusahaan yang memiliki reputasi yang tinggi.					
Consumer Brand Characteristic (Karakteristik Konsumen)						
1.	Scarlett Whitening dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.					
2.	Scarlett Whitening merupakan merek yang disukai oleh masyarakat.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN						
No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Pilihan Produk						
1.	Saya memutuskan membeli produk Scarlett Whitening di Shopee karena pilihan produk yang ditawarkan beragam.					
Pilihan Merek						
1.	Saya memutuskan membeli produk Scarlett Whitening di Shopee karena menjadi merek yang populer.					
Pilihan Penyalur						
1.	Saya memutuskan membeli produk Scarlett Whitening di Shopee karena penyalur yang menjual produk resmi.					
Waktu Pembelian						
1.	Saya membeli produk Scarlett Whitening di Shopee pada saat kapanpun yang saya inginkan.					
Jumlah Pembelian						
1.	Saya membeli produk Scarlett Whitening di Shopee sesuai dengan jumlah yang saya inginkan.					

Metode Pembayaran					
1.	Saya memutuskan membeli produk Scarlett Whitening di Shopee karena kemudahan metode pembayarannya.				

Lampiran 2. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	95	95%
Laki-Laki	5	5%
TOTAL	100	100%

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16-20 Tahun	19	19%
21-25 Tahun	71	71%
26-30 Tahun	5	5%
31-35 Tahun	3	3%
36-40 Tahun	2	2%
TOTAL	100	100%

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar	5	5%
Mahasiswa	77	77%
PNS	2	2%
Karyawan Swasta	12	12%
Wirausaha	2	2%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
TOTAL	100	100%

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp 500.000	20	20%
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	34	34%
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	24	24%
Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	9	9%
> Rp 3.000.000	13	13%
TOTAL	100	100%

Lampiran 3. Tabulasi Data

1. Tabulasi Data *Brand Ambassador*

No. Responden	Brand Ambassador (X1)								Total Skor	Rata-Rata Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8		
1.	4	5	4	5	4	5	5	4	36	4,50
2.	4	4	4	5	4	5	5	4	35	4,37
3.	4	4	5	4	3	4	5	3	32	4,00
4.	4	5	4	4	4	4	5	5	35	4,37
5.	5	5	4	5	4	5	5	5	38	4,75
6.	5	5	5	4	3	5	5	5	37	4,62
7.	4	4	5	3	5	3	3	3	30	3,75
8.	4	4	5	3	3	4	5	4	32	4,00
9.	5	5	4	4	5	5	4	5	37	4,62
10.	5	4	4	4	5	5	5	4	36	4,50
11.	5	5	5	4	4	5	5	5	38	4,75
12.	5	5	3	4	4	5	5	5	36	4,50
13.	5	5	4	4	4	5	4	4	35	4,37
14.	5	4	4	4	3	5	5	4	34	4,25
15.	5	5	5	4	4	5	5	5	38	4,75
16.	4	5	4	4	4	5	5	4	35	4,37
17.	5	5	4	5	3	5	5	5	37	4,62
18.	4	5	4	4	4	4	5	4	34	4,25
19.	5	5	5	4	3	4	5	5	36	4,50
20.	4	5	5	4	4	5	5	4	36	4,50
21.	4	4	4	5	5	5	5	5	37	4,62
22.	5	5	4	4	4	5	5	4	36	4,50
23.	4	5	4	4	4	5	5	4	35	4,37

24.	4	5	5	4	4	4	5	4	35	4,37
25.	5	4	4	4	4	5	5	5	36	4,50
26.	4	5	5	4	5	4	4	5	36	4,50
27.	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4,50
28.	5	4	4	4	4	5	4	4	34	4,25
29.	5	4	5	4	5	4	5	3	35	4,37
30.	5	5	5	4	3	4	4	4	34	4,25
31.	4	5	4	3	4	5	5	5	35	4,37
32.	5	5	5	5	4	5	4	5	38	4,75
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
34.	5	4	5	4	5	4	4	4	35	4,37
35.	5	4	5	4	4	5	5	5	37	4,62
36.	5	5	4	5	4	5	5	5	38	4,75
37.	5	4	4	5	4	5	4	5	36	4,50
38.	4	5	4	4	3	5	5	5	35	4,37
39.	5	5	4	4	4	5	5	4	36	4,50
40.	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,87
41.	5	4	4	5	3	4	5	5	35	4,37
42.	5	4	4	4	5	5	4	5	36	4,50
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
44.	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,87
45.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
46.	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4,87
47.	4	5	5	5	4	3	4	5	35	4,37
48.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
49.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
50.	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4,12
51.	5	5	4	5	4	5	5	5	38	4,75

52.	5	5	4	4	5	5	5	4	37	4,62
53.	4	5	4	4	4	5	5	4	35	4,37
54.	4	5	5	5	4	5	4	5	37	4,62
55.	5	5	4	4	4	5	5	5	37	4,62
56.	4	5	4	5	4	4	5	4	35	4,37
57.	4	4	5	5	4	4	5	4	35	4,37
58.	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4,87
59.	5	3	5	4	4	5	5	5	36	4,50
60.	5	5	4	4	4	5	5	5	37	4,62
61.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
62.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
63.	4	4	4	3	4	4	3	4	30	3,75
64.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
65.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
66.	3	4	4	3	3	3	4	3	27	3,37
67.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
68.	5	5	4	5	3	5	5	5	37	4,62
69.	4	4	4	3	2	2	5	2	26	3,25
70.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
71.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
72.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
73.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
74.	5	4	4	4	5	4	4	4	34	4,25
75.	4	5	4	4	5	5	4	5	36	4,50
76.	4	4	5	5	5	5	5	3	36	4,50
77.	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
78.	4	5	4	4	4	5	4	4	34	4,25
79.	5	4	4	5	5	5	5	5	38	4,75

2. Tabulasi Data *Brand Trust*

No. Responden	<i>Brand Trust (X2)</i>						Total Skor	Rata-Rata Skor
	1	2	3	4	5	6		
1.	5	5	4	5	4	4	27	4,50
2.	5	4	5	5	4	4	27	4,50
3.	4	5	5	5	4	3	26	4,33
4.	5	4	4	5	4	4	26	4,33
5.	4	4	3	4	4	5	24	4,00
6.	4	3	4	4	4	3	22	3,66
7.	4	5	4	5	4	5	27	4,50
8.	4	4	4	4	4	5	25	4,16
9.	5	5	4	5	5	5	29	4,83
10.	4	5	5	4	4	5	27	4,50
11.	4	4	4	4	4	5	25	4,16
12.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
13.	3	3	4	3	4	4	21	3,50
14.	4	5	4	5	4	4	26	4,33
15.	4	5	5	5	4	5	28	4,66
16.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
17.	3	3	4	4	4	3	21	3,50
18.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
19.	5	4	4	4	4	4	25	4,16
20.	4	5	4	4	5	4	26	4,33
21.	5	5	5	4	4	4	27	4,50
22.	3	4	4	5	4	4	24	4,00
23.	5	4	4	5	5	5	28	4,66
24.	4	4	5	5	3	4	25	4,16
25.	3	3	3	4	4	4	21	3,50

26.	5	4	4	5	4	4	26	4,33
27.	3	4	4	4	5	5	25	4,16
28.	4	4	5	5	4	4	26	4,33
29.	5	4	3	3	3	5	23	3,83
30.	4	4	4	3	4	4	23	3,83
31.	4	4	5	4	5	4	26	4,33
32.	5	4	5	5	4	4	27	4,50
33.	4	4	4	4	4	5	25	4,16
34.	3	4	5	3	5	4	24	4,00
35.	4	5	5	5	4	5	28	4,66
36.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
37.	4	5	4	4	4	5	26	4,33
38.	4	4	3	4	5	5	25	4,16
39.	4	5	4	3	4	4	24	4,00
40.	4	4	4	4	4	5	25	4,16
41.	3	5	4	4	4	5	25	4,16
42.	5	5	4	5	4	4	27	4,50
43.	4	5	5	4	5	4	27	4,50
44.	4	4	4	4	5	4	25	4,16
45.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
46.	5	4	5	5	4	5	28	4,66
47.	3	4	4	5	4	5	25	4,16
48.	4	4	5	4	4	4	25	4,16
49.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
50.	4	4	5	4	4	4	25	4,16
51.	4	4	4	5	4	4	25	4,16
52.	5	5	4	4	4	5	27	4,50
53.	5	4	4	4	4	5	26	4,33

54.	4	3	4	4	4	4	23	3,83
55.	3	3	3	4	4	4	21	3,50
56.	4	4	4	4	3	4	23	3,83
57.	5	5	4	4	4	5	27	4,50
58.	5	5	4	4	4	5	27	4,50
59.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
60.	5	5	4	4	4	4	26	4,33
61.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
62.	5	4	5	4	4	4	26	4,33
63.	4	4	3	4	4	3	22	3,66
64.	3	4	3	3	3	4	20	3,33
65.	4	4	5	5	5	5	28	4,66
66.	4	3	4	3	3	4	21	3,50
67.	4	4	4	4	5	5	26	4,33
68.	4	4	2	4	4	3	21	3,50
69.	5	3	4	4	3	3	22	3,66
70.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
71.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
72.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
73.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
74.	5	4	4	5	3	4	25	4,16
75.	4	4	5	4	4	5	26	4,33
76.	4	4	4	3	4	4	23	3,83
77.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
78.	4	5	5	5	5	4	28	4,66
79.	4	4	5	4	4	4	25	4,16
80.	4	4	5	5	5	5	28	4,66
81.	4	4	4	4	5	5	26	4,33

82.	5	5	5	4	4	5	28	4,66
83.	4	5	5	5	5	4	28	4,66
84.	4	4	4	4	3	5	24	4,00
85.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
86.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
87.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
88.	4	3	4	3	4	4	22	3,66
89.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
90.	4	3	4	3	3	4	21	3,50
91.	5	5	4	5	5	4	28	4,66
92.	4	4	3	4	3	4	22	3,66
93.	5	5	4	5	4	4	27	4,50
94.	5	5	4	4	4	3	25	4,16
95.	5	4	5	4	4	4	26	4,33
96.	5	5	3	4	4	4	25	4,16
97.	4	4	4	5	5	5	27	4,50
98.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
99.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
100.	5	5	2	5	4	4	25	4,16
Total Skor								422,2
Rata-Rata Skor								4,22

3. Tabulasi Data Keputusan Pembelian

No. Responden	Keputusan Pembelian (Y)						Total Skor	Rata-Rata Skor
	1	2	3	4	5	6		
1.	4	4	4	5	4	5	26	4,33
2.	5	4	4	5	4	5	27	4,50
3.	5	4	4	3	4	5	25	4,16

4.	5	5	4	4	5	5	28	4,66
5.	4	3	5	4	4	5	25	4,16
6.	4	3	5	4	4	5	25	4,16
7.	5	5	4	4	5	5	28	4,66
8.	5	4	4	5	4	4	26	4,33
9.	5	5	5	3	3	5	26	4,33
10.	5	4	4	5	5	5	28	4,66
11.	5	5	5	4	5	4	28	4,66
12.	5	4	4	4	4	5	26	4,33
13.	5	5	4	4	4	5	27	4,50
14.	4	4	4	5	5	5	27	4,50
15.	5	4	5	5	5	5	29	4,83
16.	5	4	5	5	4	4	27	4,50
17.	4	4	5	2	5	5	25	4,16
18.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
19.	4	4	5	5	3	4	25	4,16
20.	4	5	5	4	4	5	27	4,50
21.	5	4	5	4	5	4	27	4,50
22.	4	5	5	5	4	4	27	4,50
23.	4	4	5	4	4	5	26	4,33
24.	5	4	4	5	5	5	28	4,66
25.	4	4	4	4	4	5	25	4,16
26.	4	4	5	4	5	5	27	4,50
27.	4	4	4	4	5	5	26	4,33
28.	4	5	5	4	5	4	27	4,50
29.	5	5	5	5	3	4	27	4,50
30.	4	4	4	4	5	4	25	4,16
31.	5	4	4	4	4	5	26	4,33

32.	5	5	5	4	4	5	28	4,66
33.	4	5	5	5	5	5	29	4,83
34.	4	5	4	5	4	5	27	4,50
35.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
36.	5	4	5	4	4	4	26	4,33
37.	4	5	4	5	5	4	27	4,50
38.	5	4	4	2	5	5	25	4,16
39.	4	4	5	4	4	5	26	4,33
40.	4	3	5	5	5	5	27	4,5
41.	4	5	4	4	5	3	25	4,16
42.	5	5	5	4	5	5	29	4,83
43.	5	4	5	4	4	4	26	4,33
44.	3	4	3	4	5	5	24	4,00
45.	4	4	5	3	4	4	24	4,00
46.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
47.	4	5	4	5	4	5	27	4,50
48.	5	5	5	4	4	4	27	4,50
49.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
50.	4	4	5	4	4	5	26	4,33
51.	4	4	4	5	5	5	27	4,50
52.	5	5	4	4	5	5	28	4,66
53.	4	4	5	4	4	5	26	4,33
54.	4	3	5	5	5	5	27	4,50
55.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
56.	3	4	4	4	5	5	25	4,16
57.	5	4	5	5	5	4	28	4,66
58.	4	5	4	4	4	4	25	4,16
59.	5	4	4	4	4	4	25	4,16

60.	4	3	4	4	4	5	24	4,00
61.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
62.	4	4	4	3	4	3	22	3,66
63.	4	2	3	3	4	4	20	3,33
64.	5	4	3	3	5	5	25	4,16
65.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
66.	4	3	4	4	4	4	23	3,83
67.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
68.	4	5	5	4	5	4	27	4,50
69.	3	4	4	3	5	4	23	3,83
70.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
71.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
72.	4	4	4	4	4	4	24	4,00
73.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
74.	4	5	2	4	4	2	21	3,50
75.	5	5	4	4	5	5	28	4,66
76.	5	5	4	4	5	4	27	4,50
77.	5	4	4	4	4	4	25	4,16
78.	4	4	4	4	4	5	25	4,16
79.	4	4	3	5	4	4	24	4,00
80.	4	4	5	5	4	5	27	4,50
81.	5	5	4	4	4	5	27	4,50
82.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
83.	5	4	5	4	5	5	28	4,66
84.	4	5	3	4	4	5	25	4,16
85.	4	4	4	3	4	4	23	3,83
86.	5	5	5	5	5	5	30	5,00
87.	5	4	4	4	4	5	26	4,33

	Sig. (2-tailed)	.006	.280	.032	.050	.005		.011	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0007	Pearson Correlation	.237	.296	.324	-.074	.771**	.459*	1	.475**	.571*
	Sig. (2-tailed)	.206	.112	.081	.697	.000	.011		.008	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0008	Pearson Correlation	.263	.348	.369*	.114	.488**	.402*	.475**	1	.602*
	Sig. (2-tailed)	.160	.059	.045	.547	.006	.028	.008		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.743**	.638**	.828**	.614**	.762**	.682**	.571**	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	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).

2. Hasil Uji Validitas *Brand Trust*

		Correlations						
		VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	Total
VAR00014	Pearson Correlation	1	.646**	.380*	.263	.385*	.307	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.038	.160	.036	.099	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00015	Pearson Correlation	.646**	1	.293	.352	.546**	.290	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.116	.056	.002	.121	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 16	Pearson	.380*	.293	1	.216	.436*	.250	.634**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.038	.116		.251	.016	.184	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 17	Pearson	.263	.352	.216	1	.377*	.083	.566**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.160	.056	.251		.040	.664	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 18	Pearson	.385*	.546**	.436*	.377*	1	.436*	.789**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.036	.002	.016	.040		.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 19	Pearson	.307	.290	.250	.083	.436*	1	.604**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.099	.121	.184	.664	.016		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson	.712**	.756**	.634**	.566**	.789**	.604**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.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).

3. Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations						
		VAR000 01	VAR00 002	VAR00 003	VAR00 004	VAR00 005	VAR00 006	Total
VAR000 01	Pearson	1	.601**	.557**	.478**	.368*	.334	.793**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.008	.045	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

VAR000 02	Pearson	.601**	1	.408*	.225	.180	.051	.594**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.025	.233	.340	.788	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 03	Pearson	.557**	.408*	1	.724**	.253	.268	.779**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.001	.025		.000	.177	.152	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 04	Pearson	.478**	.225	.724**	1	.432*	.466**	.798**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.008	.233	.000		.017	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 05	Pearson	.368*	.180	.253	.432*	1	.556**	.644**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.045	.340	.177	.017		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 06	Pearson	.334	.051	.268	.466**	.556**	1	.608**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.071	.788	.152	.010	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson	.793**	.594**	.779**	.798**	.644**	.608**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.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).

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas *Brand Ambassador*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	8

2. Uji Reliabilitas *Brand Trust*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	6

3. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	6

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

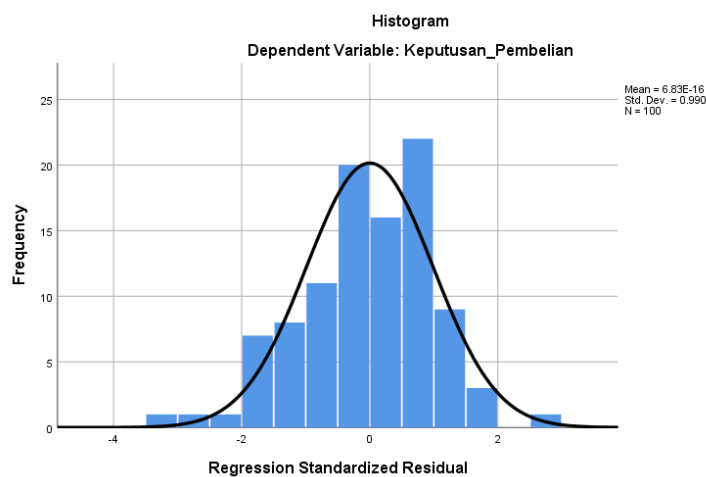
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79949116
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.047
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.130 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.764	2.865		3.408	.001		
Brand_Ambassador	.229	.070	.292	3.285	.001	.947	1.056
Brand_Trust	.334	.079	.374	4.207	.000	.947	1.056

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.900	1.763		-.511	.611
Brand_Ambassador	.075	.043	.179	1.745	.084
Brand_Trust	-.017	.049	-.036	-.352	.726

a. Dependent Variable: ABS_RES

5. Hasil Uji Linearitas *Brand Ambassador*

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand_Ambassador	Between Groups	(Combined)	71.257	11	6.478	1.537	.133
		Linearity	63.108	1	63.108	14.972	.000
		Deviation from Linearity	8.149	10	.815	.193	.996
	Within Groups		370.933	88	4.215		
	Total		442.190	99			

6. Hasil Uji Linearitas *Brand Trust***ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Brand_Trust	Between	(Combined)	132.687	10	13.269	3.816	.000
	Groups	Linearity	85.943	1	85.943	24.714	.000
		Deviation from Linearity	46.744	9	5.194	1.494	.163
		Within Groups	309.503	89	3.478		
	Total		442.190	99			

Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.764	2.865		3.408	.001
Brand_Ambassador	.229	.070	.292	3.285	.001
Brand_Trust	.334	.079	.374	4.207	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 8. Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.764	2.865		3.408	.001
Brand_Ambassador	.229	.070	.292	3.285	.001
Brand_Trust	.334	.079	.374	4.207	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.611	2	60.806	18.398	.000 ^b
	Residual	320.579	97	3.305		
	Total	442.190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand_Trust, Brand_Ambassador

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.275	.260	1.81795

a. Predictors: (Constant), Brand_Trust, Brand_Ambassador

Lampiran 9. 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 : Nafaricha Putri Qurbawati
 NBI : 1122000133
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
 Dosen Pembimbing II : Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

Judul Skripsi :

PENGARUH EXO SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN BRAND TRUST
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING
 DI SHOPEE

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	07-03-2024	Acc judul	✓	
2	18-3-24	Prab I Perbaiki LAM sesuai saran		h ₂
3. 28-3-24	Prab I Acc			h ₂
4 5 APRIL	Prab I. ACC & Perb.	✓		
5. 4-4-24	Prab II : tambahkan grand theory teori di Konsep & Operasional.			h ₂
6. 17-4-24	Prab II Acc			h ₂
7 25 APR 24	Prab II > teori, Perbaiki	✓		
8 30 APR 24	Prab II. ACC.	✓		
9. 7-5-24	Prab III Perbaiki sesuai saran Kuesioner : Acc & catatan			h ₂
10. 8-5-24	Prab III Acc Kuesioner Acc			h ₂
11 13 MEI 24	Prab III ACC.	✓		
12. 24-5-24	Prab IV : - Pembahasan & kesimpulan Prab V : Rekomendasi & bimbingan			h ₂



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

[illegible]

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : ...3 Juli 2024.

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 10. Hasil Uji Turnitin

Bab 1,4,5 Nafaricha

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Student Paper

1%

2

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

1%

3

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

1%

4

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

1%

5

repository.upm.ac.id

Internet Source

1%

6

repo.stiapembangunanjember.ac.id

Internet Source

1%

7

ejournal.unhi.ac.id

Internet Source

1%

8

Submitted to Universitas Wiraraja

Student Paper

1%

9

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

<1%

Lampiran 11. Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

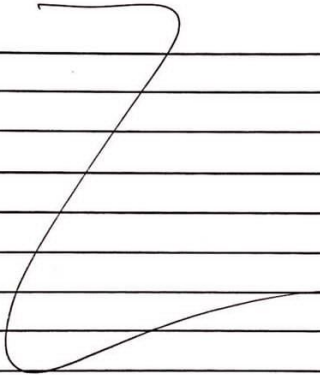
Nama : Nafaricha Putri Qurbawati

NIM : 1122000133

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh EXO sebagai Brand Ambassador dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening di Shopee

Catatan Perbaikan:



Surabaya, 3 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 : Nafaricha Putri Qurbawati

NIM : 1122000133

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh EXO sebagai Brand Ambassador dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening di Shopee

Catatan Perbaikan:

Surabaya, 3 Juni 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,


C Ni Made (Dx Rafiwi)

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 : Nafaricha Putri Qurbawati
NIM : 1122000133
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024
Judul Skripsi : Pengaruh EXO sebagai Brand Ambassador dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening di Shopee

Catatan Perbaikan:

Surabaya, 3 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

(Amin)

Revisi dari Dosen Penguji,

(Amin)

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

Lampiran 12. Bukti Bebas Lab



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: 203/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 : Nafaricha Putri Qurbawati

NBI : 1122000133

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: 201 50.17.0746