

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner

#### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH GAYA HIDUP, VIRAL MARKETING, DAN BEAUTY INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PINKFLASH DI KOTA SURABAYA**

Dengan Hormat, perkenalkan saya Mila Amelia mahasiswi dari Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Disini saya mengharapkan kesediaan ibu/saudari untuk meluangkan waktu sebentar untuk mengisi data kuesioner ini. Kuesioner ini adalah alat untuk mengambil data dalam menyusun penelitian tugas akhir (skripsi) saya yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, *Viral Marketing*, dan *Beauty Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pinkflash di Kota Surabaya”. Atas waktu dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih. Untuk mendukung penelitian ini, adapun kriteria responden yang saya butuhkan:

1. Perempuan
2. Berusia 16 – 40 Tahun
3. Sudah bekerja
4. Mempunyai pendapatan < Rp 500.000 – > Rp 5.000.000
5. Berdomisili di Kota Surabaya
6. Pernah melakukan pembelian produk kosmetik Pinkflash.

#### **A. PETUNJUK PENGISIAN**

- Mohon dengan hormat bantuan saudara untuk menjawab setiap pernyataan yang ada dengan sejujur-jujurnya

- Berikan tanda checklist (√) untuk setiap jawaban dari pernyataan yang paling tepat menurut Anda.
- Setiap pernyataan mempunyai lima alternatif jawaban, yaitu:
 

SS	=	Sangat Setuju	(5)
S	=	Setuju	(4)
KS	=	Kurang Setuju	(3)
TS	=	Tidak Setuju	(2)
STS	=	Sangat Tidak Setuju	(1)

## B. IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanda Check list (√)

- a. Nama : .....
- b. Usia
 

<input type="checkbox"/> 16 – 20 tahun	<input type="checkbox"/> 26 – 30 tahun	<input type="checkbox"/> 35 – 40 tahun
<input type="checkbox"/> 21 – 25 tahun	<input type="checkbox"/> 31 – 35 tahun	
- c. Pekerjaan
 

<input type="checkbox"/> <i>Part Time</i>	<input type="checkbox"/> Wiraswasta	<input type="checkbox"/> Lainnya
<input type="checkbox"/> <i>Freelance</i>	<input type="checkbox"/> Karyawan Swasta	
- d. Komunitas Yang Diikuti
 

<input type="checkbox"/> Olahraga	<input type="checkbox"/> Musik	<input type="checkbox"/> Lainnya
<input type="checkbox"/> Kecantikan	<input type="checkbox"/> Ibu Rumah Tangga	
- e. Pendapatan
 

<input type="checkbox"/> < Rp 500.000	<input type="checkbox"/> Rp 2.000.000 – Rp 3.500.000
<input type="checkbox"/> Rp 500.000 – Rp 2.000.000	<input type="checkbox"/> Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000

- g. Berdomisili di Kota Surabaya
- Surabaya Pusat                       Surabaya Barat                       Surabaya Selatan
- Surabaya Timur                       Surabaya Utara
- h. Apakah anda mengetahui apa itu Pinkflash
- Ya     Tidak
- i. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk kosmetik Pinkflash
- Ya     Tidak

### C. PERNYATAAN PENELITIAN

GAYA HIDUP						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Activities (Kegiatan)</b>						
1	Saya selalu menggunakan produk kosmetik Pinkflash pada saat melakukan rutinitas pekerjaan					
2	Saya menggunakan produk kosmetik Pinkflash pada saat berkumpul bersama komunitas					
3	Saya menggunakan produk kosmetik Pinkflash pada saat bersama teman untuk mengisi waktu luang di luar rumah					
<b>Interest (Minat)</b>						

4	Karena tuntutan pekerjaan yang harus berpenampilan menarik saya berminat menggunakan produk kosmetik Pinkflash					
5	Media sosial mendorong minat saya untuk mencoba produk kosmetik Pinkflash					
<b>Opinions (Pendapat)</b>						
6	Saya membeli produk kosmetik Pinkflash karena cocok di kulit					
7	Saya membeli produk kosmetik Pinkflash karena produknya yang <i>pigmented</i>					
8	Produk kosmetik Pinkflash sesuai dengan <i>budget</i> pengeluaran saya					

<b><i>VIRRAL MARKETING</i></b>						
<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>Pengetahuan Produk</b>						
1	Saya mudah mendapatkan informasi tentang keunggulan produk Pinkflash melalui media sosial					
2	FYP media sosial TikTok sering menampilkan informasi mengenai produk Pinkflash					

<b>Penjelasan Informasi</b>						
3	Informasi yang saya dapatkan dari media sosial membuat saya paham tentang informasi produk					
4	Saya merasa mendapatkan manfaat dari konten <i>viral marketing</i> mengenai produk yang akan saya beli					
<b>Membicarakan Produk</b>						
5	Saya dan (teman, kerabat, keluarga) sering berdiskusi tentang produk Pinkflash.					
6	Saya mencari produk yang akan saya beli melalui testimoni dan saran dari (teman, kerabat, keluarga)					

<b>BEAUTY INFLUENCER</b>						
<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>Trusworthiness (Kepercayaan)</b>						
1	<i>Beauty Influencer</i> dapat dipercaya dalam memberikan review produk.					
2	<i>Beauty Influencer</i> bersikap jujur dalam memberikan review produk.					
<b>Attractiveness (Daya Tarik)</b>						

3	<i>Beauty Influencer</i> memiliki daya fisik menarik yang dapat membuat penonton tertarik					
4	<i>Beauty Influencer</i> memiliki kepribadian yang sama dengan penonton.					
5	<i>Beauty Influencer</i> memiliki popularitas yang baik di masyarakat.					
<b>Expertise (Keahlian)</b>						
6	<i>Beauty Influencer</i> memiliki keahlian dalam menyampaikan review kepada penonton					
7	<i>Beauty Influencer</i> memiliki keterampilan yang berhubungan dengan produk yang di <i>review</i>					
8	<i>Beauty Influencer</i> memiliki pengalaman dalam menggunakan produk yang di <i>review</i>					

KEPUTUSAN PEMBELIAN						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Kemantapan Pada Sebuah Produk</b>						
1	Saya membeli produk kosmetik Pinkflash karena memiliki kualitas yang bagus.					
<b>Kebiasaan Dalam Membeli Produk</b>						
2	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian produk.					
3	Setelah melihat konsumen lain banyak menggunakan produk kosmetik Pinkflash saya tertarik untuk membelinya.					
<b>Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain</b>						
4	Saya menggunakan produk kosmetik Pinkflash karena adanya bujukan orang lain.					
5	Saya puas menggunakan produk kosmetik Pinkflash sehingga saya merekomendasikan kepada orang lain.					
<b>Melakukan Pembelian Ulang</b>						
6	Hasil yang sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan membeli produk kosmetik Pinkflash kembali.					

## Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden

### Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
16 – 20 Tahun	34	35,4%
21 – 25 Tahun	48	50%
26 – 30 Tahun	7	7,3%
31 – 35 Tahun	4	4,2%
36 – 40 Tahun	3	3,1%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

### Pekerjaan

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<i>Part Time</i>	17	17,7%
<i>Freelance</i>	11	11,5%
Wiraswasta	10	10,4%
Karyawan Swasta	9	9,4%
Lainnya	49	51%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

### Komunitas Yang Diikuti

Usia	Jumlah	Persentase (%)
Olahraga	12	12,5%
Kecantikan	51	53,1%
Musik	11	11,5%
Ibu Rumah Tangga	10	10,4%
Lainnya	12	12,5%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>



## Pendapatan

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
< Rp 500.000	38	39,6%
Rp 500.000 -< Rp 2.000.000	30	31,2%
Rp 2.000.000 -< Rp 3.500.000	13	13,5%
Rp 3.500.000 -> Rp 5.000.000	15	15,6%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

## Domisili

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Surabaya Pusat	16	16,7%
Surabaya Timur	47	49%
Surabaya Barat	13	13,5%
Surabaya Utara	4	4,2%
Surabaya Selatan	16	16,7%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

## Tabulasi Data Responden

## Hasil Tabulasi Variabel Gaya Hidup

<b>Gaya Hidup</b>										
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>								<b>Total</b>	<b>Rata-rata Score</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>		
1	5	5	5	4	4	4	4	5	36	4,38
2	4	4	4	5	4	4	5	5	35	4,75
3	5	4	5	4	5	5	5	5	38	5,00
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4,88
5	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,88
6	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4,50
7	5	4	5	4	5	4	5	4	36	4,38



41	5	4	3	4	3	4	5	5	33	4,50
42	5	4	5	4	5	4	4	5	36	4,88
43	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4,38
44	4	4	5	4	4	5	5	4	35	4,00
45	3	4	4	5	4	4	4	4	32	3,50
46	4	3	3	3	3	4	4	4	28	4,00
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,75
48	5	5	5	4	5	5	4	5	38	3,75
49	4	4	4	3	4	4	4	3	30	4,38
50	3	5	5	4	4	4	5	5	35	4,88
51	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,13
52	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4,63
53	5	5	5	5	5	4	4	4	37	3,88
54	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4,13
55	4	4	4	3	5	5	4	4	33	4,88
56	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,38
57	4	4	4	5	5	4	4	5	35	4,13
58	4	4	4	4	4	4	5	4	33	5,00
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3,63
60	3	3	4	2	4	4	4	5	29	5,00
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4,13
62	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4,63
63	5	5	4	5	4	4	5	5	37	4,50
64	4	4	5	4	5	4	5	5	36	4,00
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,88
66	5	5	5	5	5	4	5	5	39	5,00
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4,00
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3,00
71	2	2	2	3	5	3	3	4	24	4,00
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
73	3	4	3	4	5	4	4	5	32	4,50

74	4	5	5	4	5	4	5	4	36	4,50
75	4	5	4	5	4	5	5	4	36	4,38
76	4	4	4	5	5	5	4	4	35	4,38
77	4	5	4	4	5	5	4	4	35	4,50
78	5	5	4	4	4	5	4	5	36	4,50
79	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4,25
80	4	5	4	5	4	4	4	4	34	3,88
81	5	4	3	3	4	3	5	4	31	4,50
82	4	5	5	5	4	4	5	4	36	4,00
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5,00
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4,50
85	4	5	4	5	4	5	4	5	36	5,00
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4,00
87	4	4	4	3	5	4	4	4	32	4,63
88	5	5	5	4	4	5	4	5	37	4,38
89	4	4	4	4	5	4	5	5	35	4,00
90	4	4	4	4	3	3	5	5	32	4,75
91	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5,00
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4,63
93	4	5	5	4	4	5	5	5	37	3,88
94	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4,75
95	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4,38
96	4	4	5	5	5	4	4	4	35	4,50
<b>Total Score</b>									<b>3379</b>	<b>422,57</b>
<b>Rata-rata</b>										<b>4,40</b>

**Tabulasi Data Responden**  
 Hasil Tabulasi Variabel *Viral Marketing*

<b><i>Viral Marketing</i></b>								
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>						<b>Total</b>	<b>Rata-rata Score</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>		
1	4	4	4	4	4	5	25	4,17
2	5	5	4	4	4	4	26	4,33
3	5	5	4	5	5	5	29	4,83
4	4	4	4	4	4	4	24	4,00
5	4	4	4	4	4	4	24	4,00
6	4	4	5	5	4	5	27	4,50
7	5	5	4	4	5	4	27	4,50
8	5	5	5	5	5	5	30	5,00
9	4	5	5	4	5	4	27	4,50
10	4	5	5	4	4	5	27	4,50
11	5	5	5	5	4	5	29	4,83
12	5	4	5	4	5	4	27	4,50
13	4	5	4	5	4	5	27	4,50
14	4	4	4	4	4	4	24	4,00
15	5	5	4	4	5	5	28	4,67
16	5	5	5	4	4	4	27	4,50
17	5	4	5	5	4	4	27	4,50
18	5	5	5	5	5	5	30	5,00
19	5	5	5	5	3	5	28	4,67
20	5	5	5	5	4	5	29	4,83
21	5	4	4	5	5	4	27	4,50
22	5	4	5	4	5	5	28	4,67
23	5	4	5	4	3	4	25	4,17
24	5	5	5	5	5	5	30	5,00
25	4	4	4	4	4	5	25	4,17
26	4	4	4	4	4	4	24	4,00
27	5	5	5	4	3	4	26	4,33
28	5	5	4	4	4	4	26	4,33



62	3	4	4	4	4	4	23	3,83
63	5	4	4	4	4	5	26	4,33
64	4	4	5	4	4	5	26	4,33
65	4	4	4	4	4	4	24	4,00
66	5	5	5	5	4	5	29	4,83
67	5	5	5	5	5	5	30	5,00
68	4	4	4	4	4	4	24	4,00
69	4	4	4	4	4	4	24	4,00
70	4	4	4	4	4	4	24	4,00
71	5	5	5	5	4	5	29	4,83
72	4	4	4	4	4	4	24	4,00
73	4	5	5	4	4	4	26	4,33
74	5	5	5	5	3	4	27	4,50
75	4	5	5	4	5	4	27	4,50
76	4	5	4	5	5	4	27	4,50
77	4	4	5	5	5	4	27	4,50
78	5	4	4	4	5	5	27	4,50
79	4	5	4	5	4	5	27	4,50
80	4	4	5	4	5	5	27	4,50
81	5	5	5	4	5	4	28	4,67
82	5	5	5	5	5	5	30	5,00
83	4	5	5	4	5	5	28	4,67
84	5	5	5	5	5	5	30	5,00
85	4	5	4	5	4	5	27	4,50
86	5	5	5	5	5	5	30	5,00
87	5	5	5	5	4	5	29	4,83
88	5	5	5	5	4	5	29	4,83
89	5	5	5	5	5	5	30	5,00
90	4	5	4	5	4	5	27	4,50
91	4	4	4	4	4	5	25	4,17
92	5	5	5	5	5	5	30	5,00
93	5	5	5	5	5	5	30	5,00
94	5	5	5	5	4	5	29	4,83

95	5	5	5	4	4	5	28	4,67
96	5	5	5	5	5	5	30	5,00
<b>Total Score</b>							<b>2561</b>	<b>426,83</b>
<b>Rata-rata</b>								<b>4,45</b>

### Tabulasi Data Responden

Hasil Tabulasi Variabel *Beauty Influencer*

<i>Beauty Influencer</i>										
No	Pernyataan								Total	Rata-rata Score
	1	2	3	4	5	6	7	8		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
2	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4,13
3	5	4	5	4	5	5	5	5	38	4,75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
5	5	4	5	4	5	5	5	5	38	4,75
6	5	4	4	3	3	4	4	4	31	3,88
7	5	4	4	5	4	5	5	4	36	4,50
8	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
9	4	5	5	5	4	5	4	4	36	4,50
10	5	5	5	4	4	4	5	5	37	4,63
11	4	4	5	4	4	5	4	5	35	4,38
12	4	5	4	5	5	4	5	4	36	4,50
13	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4,50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
15	5	4	5	4	5	5	4	5	37	4,63
16	3	3	4	3	5	4	4	4	30	3,75
17	5	4	5	4	4	5	5	5	37	4,63
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
19	5	5	5	3	5	5	5	5	38	4,75
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
21	5	4	4	4	4	5	4	5	35	4,38
22	4	4	5	4	5	5	5	5	37	4,63





56	4	3	4	3	4	5	4	4	31	3,88
57	5	4	5	4	4	5	5	5	37	4,63
58	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4,25
59	4	4	4	1	2	4	4	3	26	3,25
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
61	3	3	5	3	4	5	5	4	32	4,00
62	5	4	3	3	3	3	3	3	27	3,38
63	4	4	5	4	5	5	4	4	35	4,38
64	4	4	5	4	5	5	5	5	37	4,63
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
66	4	4	5	4	5	5	5	5	37	4,63
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
71	5	5	5	1	3	3	3	3	28	3,50
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
73	4	4	5	4	4	5	5	4	35	4,38
74	4	5	4	5	4	5	4	4	35	4,38
75	4	5	4	5	4	5	5	4	36	4,50
76	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4,13
77	4	5	4	5	5	4	5	4	36	4,50
78	5	4	5	5	4	4	5	5	37	4,63
79	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4,50
80	4	5	5	5	4	4	5	4	36	4,50
81	4	4	3	4	4	5	4	4	32	4,00
82	4	4	5	4	5	5	4	5	36	4,50
83	5	5	4	4	5	5	4	5	37	4,63
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
85	4	5	5	5	4	5	4	5	37	4,63
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
87	4	3	5	3	5	5	5	4	34	4,25
88	4	5	4	5	4	5	4	4	35	4,38

89	4	4	5	4	5	5	3	4	34	4,25
90	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4,13
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
92	4	4	5	5	5	5	5	5	38	4,75
93	4	3	4	4	4	5	5	5	34	4,25
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
95	4	5	5	5	4	4	5	5	37	4,63
96	5	4	5	4	5	4	5	4	36	4,50
<b>Total Score</b>									<b>3260</b>	<b>407,70</b>
<b>Rata-rata</b>										<b>4,25</b>

### Tabulasi Data Responden

Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian

No	Keputusan Pembelian						Total	Rata-rata Score
	Pernyataan							
	1	2	3	4	5	6		
1	5	4	4	4	5	5	27	4,50
2	4	4	5	5	4	4	26	4,33
3	5	5	5	4	5	5	29	4,83
4	5	5	5	4	5	5	29	4,83
5	5	5	4	4	5	5	28	4,67
6	4	4	4	3	4	4	23	3,83
7	4	5	5	5	5	5	29	4,83
8	4	5	5	5	5	5	29	4,83
9	5	5	4	5	4	5	28	4,67
10	5	5	5	5	4	4	28	4,67
11	5	4	4	5	4	5	27	4,50
12	5	5	4	5	5	4	28	4,67
13	4	5	4	5	4	5	27	4,50
14	4	4	4	4	4	4	24	4,00
15	5	5	4	4	5	5	28	4,67
16	4	5	4	4	4	4	25	4,17

17	4	5	5	4	5	5	28	4,67
18	5	5	5	5	5	5	30	5,00
19	5	5	5	3	5	5	28	4,67
20	5	5	5	5	5	5	30	5,00
21	5	4	5	4	5	5	28	4,67
22	5	5	5	4	5	5	29	4,83
23	4	5	4	3	4	4	24	4,00
24	5	5	5	5	5	5	30	5,00
25	4	5	4	3	4	5	25	4,17
26	4	4	4	4	4	4	24	4,00
27	4	4	4	3	3	4	22	3,67
28	5	5	5	4	4	5	28	4,67
29	5	5	5	1	5	5	26	4,33
30	4	4	4	3	4	4	23	3,83
31	4	4	4	3	4	4	23	3,83
32	5	5	4	4	5	5	28	4,67
33	5	5	5	4	5	5	29	4,83
34	4	4	4	4	4	4	24	4,00
35	5	5	5	5	5	5	30	5,00
36	4	4	4	3	4	4	23	3,83
37	4	4	5	3	4	5	25	4,17
38	4	4	4	2	4	4	22	3,67
39	4	5	3	1	3	4	20	3,33
40	5	5	4	4	5	5	28	4,67
41	5	4	4	3	4	5	25	4,17
42	4	5	5	4	5	5	28	4,67
43	5	5	4	5	5	5	29	4,83
44	4	5	5	3	5	5	27	4,50
45	4	4	4	4	4	4	24	4,00
46	4	4	4	3	4	4	23	3,83
47	3	4	4	2	3	3	19	3,17
48	5	4	4	2	5	5	25	4,17
49	4	3	4	2	4	4	21	3,50



83	4	5	5	5	5	5	29	4,83
84	5	5	5	5	5	5	30	5,00
85	4	5	4	5	4	5	27	4,50
86	5	5	5	5	5	5	30	5,00
87	4	5	5	5	5	4	28	4,67
88	5	5	4	1	5	5	25	4,17
89	4	5	5	5	5	4	28	4,67
90	4	5	4	5	4	5	27	4,50
91	5	5	5	5	5	5	30	5,00
92	5	5	5	5	5	5	30	5,00
93	5	5	5	5	5	5	30	5,00
94	4	5	5	5	4	5	28	4,67
95	4	5	4	5	5	4	27	4,50
96	5	5	4	5	5	5	29	4,83
<b>Total Score</b>							<b>2536</b>	<b>422,69</b>
<b>Rata-rata</b>								<b>4,40</b>

### Lampiran 3. Uji Validitas

#### 1. Variabel Gaya Hidup (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,780**	,575**	,500**	,444*	,486**	,500**	,436*	,848**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,005	,014	,006	,005	,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,780**	1	,464**	,555**	,370*	,485**	,354	,388*	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000		,010	,001	,044	,007	,055	,034	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,575**	,464**	1	,177	,370*	,396*	,206	,388*	,648**
	Sig. (2-tailed)	,001	,010		,351	,044	,031	,274	,034	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,500**	,555**	,177	1	,477**	,498**	,310	,297	,680**
	Sig. (2-tailed)	,005	,001	,351		,008	,005	,096	,111	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,444*	,370*	,370*	,477**	1	,340	,358	,425*	,653**
	Sig. (2-tailed)	,014	,044	,044	,008		,066	,052	,019	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,486**	,485**	,396*	,498**	,340	1	,582**	,665**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,006	,007	,031	,005	,066		,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,500**	,354	,206	,310	,358	,582**	1	,461*	,640**
	Sig. (2-tailed)	,005	,055	,274	,096	,052	,001		,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,436*	,388*	,388*	,297	,425*	,665**	,461*	1	,674**
	Sig. (2-tailed)	,016	,034	,034	,111	,019	,000	,010		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,848**	,798**	,648**	,680**	,653**	,754**	,640**	,674**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,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. Variabel *Viral Marketing* (X2)

		Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total	
X2.1	Pearson Correlation	1	,433*	,575**	,434*	,198	,541**	,704**	
	Sig. (2-tailed)		,017	,001	,016	,294	,002	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
X2.2	Pearson Correlation	,433*	1	,498**	,347	,461*	,385*	,770**	
	Sig. (2-tailed)	,017		,005	,060	,010	,036	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
X2.3	Pearson Correlation	,575**	,498**	1	,193	,048	,404*	,594**	
	Sig. (2-tailed)	,001	,005		,307	,803	,027	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
X2.4	Pearson Correlation	,434*	,347	,193	1	,092	,598**	,576**	
	Sig. (2-tailed)	,016	,060	,307		,627	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
X2.5	Pearson Correlation	,198	,461*	,048	,092	1	,387*	,660**	
	Sig. (2-tailed)	,294	,010	,803	,627		,035	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
X2.6	Pearson Correlation	,541**	,385*	,404*	,598**	,387*	1	,782**	
	Sig. (2-tailed)	,002	,036	,027	,000	,035		,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
Total	Pearson Correlation	,704**	,770**	,594**	,576**	,660**	,782**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,001	,000	,000		
	N	30	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).





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

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

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,436*	,637**	,561**	,699**	,796**	,861**
	Sig. (2-tailed)		,016	,000	,001	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,436*	1	,299	,122	,253	,412*	,463*
	Sig. (2-tailed)	,016		,109	,521	,177	,024	,010
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,637**	,299	1	,517**	,492**	,557**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,109		,003	,006	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,561**	,122	,517**	1	,606**	,648**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,001	,521	,003		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	,699**	,253	,492**	,606**	1	,626**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000	,177	,006	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	,796**	,412*	,557**	,648**	,626**	1	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000	,024	,001	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,861**	,463*	,739**	,842**	,791**	,865**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,010	,000	,000	,000	,000	
	N	30	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).

## Lampiran 4. Uji Reliabilitas

### 1. Variabel Gaya Hidup (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,855	8

### 2. Variabel *Viral Marketing* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,736	6

### 3. Variabel *Beauty Influencer* (X3)

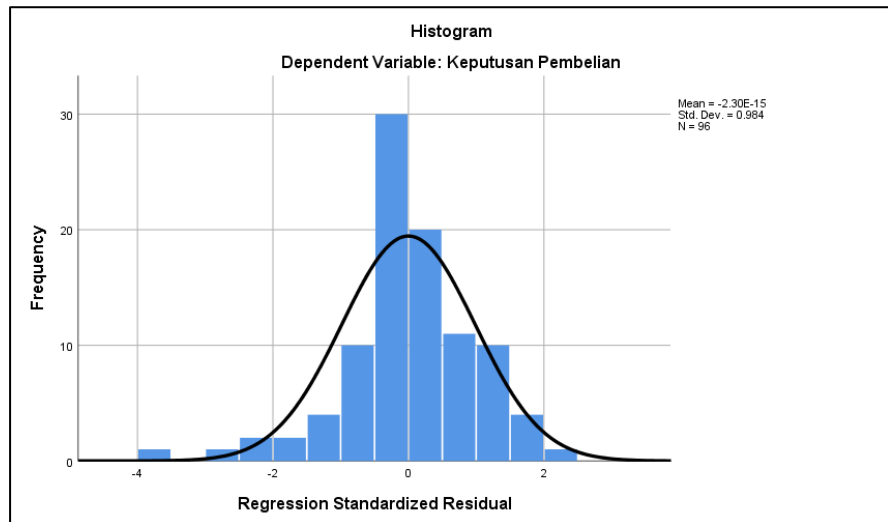
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,912	8

### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

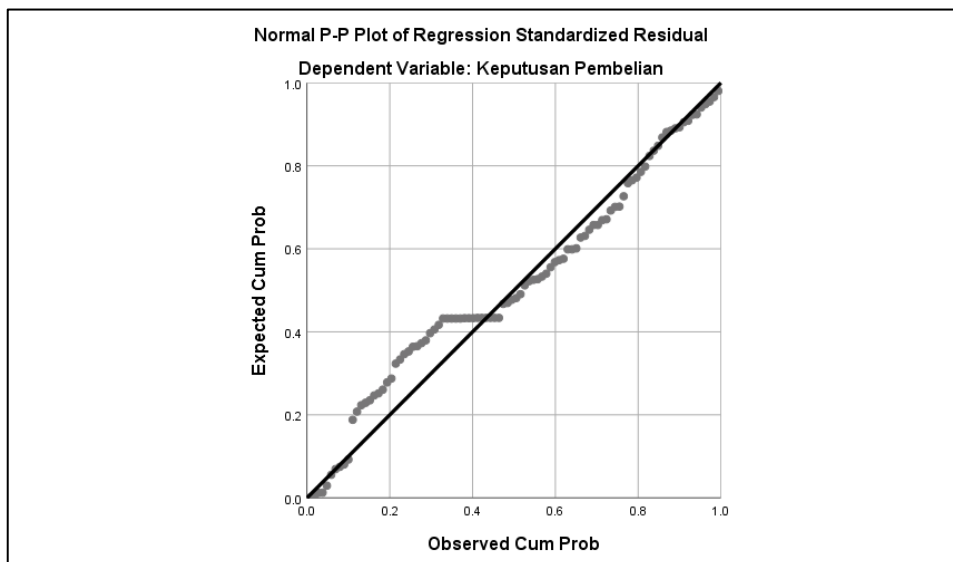
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,820	6

## Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

### Hasil Uji Normalitas Data Model Histogram



### Hasil Uji Normalitas Data Model P-Plot

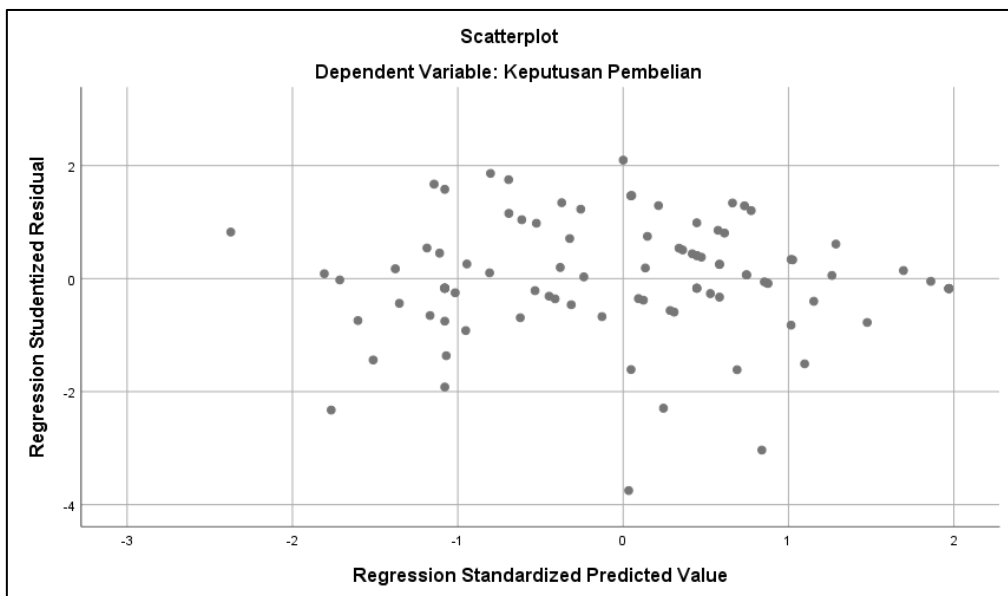


### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.262	2.476		.106	.916		
Gaya Hidup	.318	.061	.401	5.210	.000	.788	1.270
Viral Marketing	.216	.095	.186	2.281	.025	.705	1.418
Beauty Influencer	.271	.061	.363	4.456	.000	.706	1.417

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.262	2.476		.106	.916
	Gaya Hidup	.318	.061	.401	5.210	.000
	Viral Marketing	.216	.095	.186	2.281	.025
	Beauty Influencer	.271	.061	.363	4.456	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 7. Uji Determinasi ( $R^2$ )

### Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 <sup>a</sup>	.570	.556	1.740

a. Predictors: (Constant), Beauty Influencer, Gaya Hidup, Viral Marketing  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 8. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

### Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.262	2.476		.106	.916
	Gaya Hidup	.318	.061	.401	5.210	.000
	Viral Marketing	.216	.095	.186	2.281	.025
	Beauty Influencer	.271	.061	.363	4.456	.000


a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Lampiran 9. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

#### Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	368.760	3	122.920	40.595	.000 <sup>b</sup>
	Residual	278.573	92	3.028		
	Total	647.333	95			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Beauty Influencer, Gaya Hidup, Viral Marketing						

## Lampiran 10. 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 : fsiip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Mila Amelia  
 NBI : 1122000132  
 Program Studi : Administrasi Niaga  
 Dosen Pembimbing I : Drs. Agung Pujiyanto, M.M.  
 Dosen Pembimbing II : Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.  
 Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Viral Marketing, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pinkflash di Kota Surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	6/3/24	Judul ke laku belakang + studi pendahuluan	<i>[Signature]</i>	
2	18/3/24	Bab I Ace dgn catatan		<i>[Signature]</i>
3	21/3/24	BAB I ke	<i>[Signature]</i>	
4	28/3/24	Bab II Perbaiki format penulisan + penelitian terdahulu		<i>[Signature]</i>
5	1/4/24	Bab II Ace		<i>[Signature]</i>
	4/4/24	BAB II + (20% & 10/10/24)	<i>[Signature]</i>	
	4/4/24	BAB I ke	<i>[Signature]</i>	
	13/4/24	Bab III Ace		<i>[Signature]</i>
	19/4/24	BAB III kuesioner di perbaiki	<i>[Signature]</i>	
	20/4/24	BAB III ke	<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
	20/5/24	Bab III Perbaiki pembahasan		
	22/5/24	Bab IV Ace		
	27/5/24	Bab V Revisi rekomendasi		
	27/5/24	BAB IV Berkur.		
	28/5/24	BAB IV Ace (perbaiki deskripsi)		
	29/5/24	Bab V Ace		
	30/5/24	BAB V kesimpulan (rekomendasi)		
	3/6/24	BAB V Ace		

Catatan:

- Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
- Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai  
 Tanggal : 03-06-2024

Dosen Pembimbing I,

(.....)




Dosen Pembimbing II,

(.....)

## Lampiran 11. Hasil Uji Turnitin

Bab 1,4,5 Mila			
ORIGINALITY REPORT			
<b>19%</b>	<b>18%</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper		<b>2%</b>
<b>2</b>	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source		<b>2%</b>
<b>3</b>	123dok.com Internet Source		<b>1%</b>
<b>4</b>	eprints.walisongo.ac.id Internet Source		<b>1%</b>
<b>5</b>	fliphtml5.com Internet Source		<b>1%</b>
<b>6</b>	repository.untag-sby.ac.id Internet Source		<b>1%</b>
<b>7</b>	jurnal.uts.ac.id Internet Source		<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	repository.wima.ac.id Internet Source		<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	pdfcoffee.com Internet Source		<b>&lt;1%</b>

## Lampiran 12. Keterangan Bebas Lab

	UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK <b>LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN</b>	
Gedung F Lantai 1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800		
<hr/>		
<b><u>SURAT KETERANGAN</u></b>		
Nomor: 197/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	:	Mila Amelia
NBI	:	1122000132
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: 20150.17.0746		

### Lampiran 13 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1, 2, dan 3

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

#### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Mila Amelia

NIM :1122000132

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 2 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Viral Marketing, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pinkflash di Kota Surabaya

Catatan Perbaikan:

*tabak dan es. ?*

Surabaya, *5 Juli 2024*

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

*Receipt*

*Receipt*

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 : Mila Amelia

NIM : 1122000132

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 2 Juli 2024



Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Viral Marketing, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pinkflash di Kota Surabaya

Catatan Perbaikan:

1. Perbaiki teknik penulisan
2. Tambahkan teori
3. Perbaiki deskripsi tabulasi data

Surabaya, .....  
 Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

 Acc  
 9/7-24  


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 :Mila Amelia  
 NIM :1122000132  
 Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 2 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Viral Marketing, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pinkflash di Kota Surabaya

Catatan Perbaikan:

Motivasi dan Tujuan ditambahkan ✓  
 Teknik penulisan → hipotesis  
 Daftar pustaka → banyak gelar dan tak. pakai huruf besar  
 semua.

Surabaya, .....  
 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.