

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Bapak/ Ibu/ Saudara/i Responden

Ditempat

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Tri Wulan Septi Wahyudi, mahasiswi program studi Administrasi Bisnis, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, pada saat ini sedang menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh *Content Marketing*, *Product Variety*, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Toko Kosmetik Di Envio Store Surabaya”** Adapun pengumpulan data dari kuesioner ini semata-mata hanya digunakan untuk keperluan akademis dan penelitian guna menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Semua data dalam kuesioner ini akan dijamin kerahasiannya oleh peneliti.

Kesediaan dan Kerjasama yang Bapak / Ibu / Saudara(i) berikan dalam bentuk informasi yang benar dan lengkap akan sangat mendukung keberhasilan penelitian ini. Akhir kata, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan kesediaan Bapak / Ibu / Saudara(i) yang telah meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner ini.

Hormat Saya,

Peneliti

PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah terlebih dahulu identitas Bapak/ Ibu / Saudara(i)
2. Pilihlah salah satu jawaban yang mungkin menurut Bapak/ Ibu/ Saudara(i) paling sesuai dengan kondisi Bapak/ Ibu/ Saudara(i) dengan memberikan tanda (√)
3. Pilih sesuai dengan kriteria dibawah ini:

Skor	Keterangan
SS	(Sangat Setuju)
S	(Setuju)
KS	(Kurang Setuju)
TS	(Tidak Setuju)
STS	(Sangat Tidak Setuju)

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Pekerjaan :
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Pegawai Negeri
 - Karyawan
 - Wirausaha
 - Swasta
 - Lainnya
4. Usia :
 - 17 - 20 tahun
 - 21 - 25 tahun
 - 21 - 25 tahun
 - 31 - 35 tahun
5. Berapa kali anda pernah membeli produk dari Toko Envio Store Surabaya
 - Ya, 1 kali
 - Ya, > 1 kali
6. Dari media sosial mana anda mengetahui informasi tentang Envio Store Surabaya
 - Instagram
 - TikTok

Daftar Pernyataan

1. *Content Marketing* (Variabel X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Relevansi					
1.	Konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store berisi informasi yang cukup jelas					
2.	Konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store dapat membangun dan menjaga komunikasi dengan baik					
	Akurasi					
3.	Konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store berisi informasi yang rill mengenai produk					
4.	Konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store menjelaskan informasi kandungan serta manfaat dari produk					
	Bernilai					
5.	Informasi konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store dipercaya					
6.	Konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store memberikan manfaat					
	Mudah dipahami					
7.	Informasi atau pesan pada konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store mudah dipahami					
8.	Konten <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> @Envio.store mendorong target audiens untuk mencari informasi lebih rinci tentang produk yang dijual					

2. *Product Variety* (Variabel X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Variasi Merek Produk					
1.	Jenis merek produk yang ditawarkan Envio Store Surabaya lengkap					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
2.	Tersedianya banyak merek memudahkan saya dalam memilih produk sesuai keinginan					
Variasi Kelengkapan Produk						
3.	Toko Envio Store menyediakan berbagai jenis produk dalam satu katagori					
4.	Produk yang dijual Envio Store ini tergolong lengkap					
Variasi Kualitas Produk						
5.	Toko Envio Store menyediakan produk dengan berbagai tingkat kualitas					
6.	Kualitas produk yang ditawarkan Envio Store bervariasi sesuai keinginan					
Variasi Ukuran						
7.	Toko Envio Store menyediakan produk dengan berbagai ukuran travel size					
8.	Saya merasa terbantu dengan pilihan ukuran yang ditampilkan di Toko Envio Store lengkap					

3. *Store Atmosphere* (Variabel X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<i>Store Exterior</i> (Bagian Luar Toko)						
1.	Tampilan luar toko Envio Store ini menarik perhatian saya untuk masuk					
2.	Papan nama dan logo toko Envio Store terlihat jelas dan mencolok dari luar					
<i>Generial Interio</i> (Bagian dalam toko)						
3.	Suasana di dalam toko Envio Store terasa sejuk sehingga membuat nyaman					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
4.	Pencahayaan dan suhu dalam toko Envio Store membuat saya betah berbelanja					
	<i>Layout</i> (Tata letak toko)					
5.	Tata letak produk di toko Envio Store memudahkan saya untuk mencari produk					
6.	Jalur pergerakan dan penempatan rak produk terlihat rapi dan tertata dengan baik					
	<i>Interior Display</i> (Papan Pengumuman)					
7.	Informasi produk seperti harga normal dan harga diskon ditampilkan dengan jelas di dalam toko Envio Store					
8.	Display produk di toko Envio Store membantu saya memahami manfaat produk					

4. Keputusan Pembelia (Variabel Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.					
1.	Saya merasa yakin untuk membeli produk di toko kosmetik Envio Store setelah mengetahui informasinya					
2.	Saya membeli produk toko kosmetik Envio Store kerana sudah memahami manfaat dan kegunaanya					
	Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.					
3.	Saya membeli produk toko kosmetik di Envio Store karena secara harga termasuk <i>worth it</i> dengan produk yang dijual					
4.	Saya cenderung memilih produk di toko kosmetik Envio Store berdasarkan merek favorit saya					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.					
5.	Saya merasa apa yang ditawarkan toko kosmetik Envio Store sesuai kebutuhan saya					
6.	Saya membeli produk di toko Envio Store untuk memenuhi kebutuhan kosmetik dan skincare					
	Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.					
7.	Saya membeli produk di toko Envio Store karena mendapat rekomendasi dari teman atau keluarga					
8.	Saya tidak ragu untuk merekomendasikan produk di Envio Store kepada teman dan keluarga					

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki-Laki	10	10,42%
Perempuan	86	89,58%
Total	96	100%

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase %
Pelajar/Mahasiswa	48	45,83%
Karyawan	10	10,42%
Swasta	25	26,04%
Pegawai Negeri	9	9,38%
Wirausaha	8	8,33%
Total	96	100%

Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase %
17 - 20 tahun	23	23,96%
21 - 25 tahun	33	34,38%
26 - 30 tahun	25	26,04%
31 - 35 tahun	15	15,63%
Total	96	100%

Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Presentase
1 kali	6	6,25%
> 1 kali	90	93,75%
Total	96%	100%

Berdasarkan Media Sosial Mana Mengetahui Informasi Envio Store

Media Sosial	Jumlah Responden	Presentase
Instagram	59%	61,46%
Tiktok	37%	38,53%
Total	96%	100%

Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden

Hasil Tabulasi *Content Marketing* (X1)

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
1	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4,88
2	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4,88
3	4	4	3	4	3	4	4	4	30	3,75
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
5	4	4	4	4	5	5	5	4	35	4,38
6	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4,13
7	4	5	5	4	4	4	4	5	35	4,38
8	4	4	4	3	4	3	3	4	29	3,63
9	3	3	2	3	3	2	3	2	21	2,63
10	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,88
11	5	5	5	5	5	4	4	5	38	4,75
12	5	5	5	4	5	4	5	5	38	4,75
13	4	3	4	3	4	3	3	3	27	3,38
14	4	5	5	5	4	5	4	4	36	4,50
15	5	4	5	4	4	4	5	4	35	4,38
16	5	4	4	5	5	5	5	5	38	4,75
17	3	4	4	5	4	4	5	4	33	4,13
18	4	3	4	3	3	3	3	3	26	3,25
19	4	3	3	3	3	4	3	3	26	3,25
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
21	4	5	5	4	4	4	5	4	35	4,38
22	3	4	4	3	3	3	3	4	27	3,38
23	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
24	5	5	4	5	5	4	5	4	37	4,63
25	3	4	4	4	3	4	4	4	30	3,75
26	3	3	3	4	3	3	3	2	24	3,00
27	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4,88
28	2	2	2	3	3	2	3	3	20	2,50
29	5	4	5	5	5	5	5	4	38	4,75
30	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
31	4	4	3	4	4	4	4	3	30	3,75
32	4	5	5	4	5	5	4	5	37	4,63
33	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4,13
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
35	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4,13
36	4	4	3	3	4	3	4	3	28	3,50

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
38	4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,88
39	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,88
40	4	4	4	5	4	4	5	4	34	4,25
41	4	4	4	4	4	4	3	3	30	3,75
42	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4,88
43	5	4	5	4	4	5	4	5	36	4,50
44	4	4	4	4	3	4	3	4	30	3,75
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
46	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3,25
47	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,88
48	5	4	4	4	4	5	5	5	36	4,50
49	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,88
50	3	3	3	3	3	3	3	2	23	2,88
51	5	4	5	3	5	5	4	3	34	4,25
52	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4,75
53	3	4	4	4	4	3	4	4	30	3,75
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
55	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2,00
56	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4,13
57	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4,50
58	3	4	3	4	4	4	3	3	28	3,50
59	4	5	4	4	5	5	4	5	36	4,50
60	4	4	4	4	5	4	4	5	34	4,25
61	3	3	3	3	3	4	4	4	27	3,38
62	3	4	3	3	4	4	3	3	27	3,38
63	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4,88
64	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3,00
65	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,88
66	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
67	5	4	3	4	5	4	5	5	35	4,38
68	5	5	3	4	5	4	5	4	35	4,38
69	4	4	5	5	4	5	5	4	36	4,50
70	2	3	3	3	3	3	3	3	23	2,88
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
72	3	3	4	3	4	4	3	4	28	3,50
73	4	5	4	5	5	5	4	5	37	4,63
74	5	5	4	4	4	5	5	4	36	4,50
75	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3,00
76	5	5	5	5	5	4	5	4	38	4,75

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
78	4	4	5	5	4	5	4	5	36	4,50
79	5	4	4	5	5	4	4	5	36	4,50
80	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3,00
81	5	4	5	5	5	5	4	5	38	4,75
82	4	5	4	4	5	4	4	4	34	4,25
83	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3,00
84	5	5	5	4	4	5	5	5	38	4,75
85	3	4	3	4	3	3	4	4	28	3,50
86	4	4	5	5	4	5	5	4	36	4,50
87	4	5	5	5	5	5	5	4	38	4,75
88	5	4	4	5	4	5	5	4	36	4,50
89	4	4	4	4	4	5	4	5	34	4,25
90	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3,88
91	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4,13
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
93	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3,13
94	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,88
95	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,88
96	4	4	4	3	4	3	4	4	30	3,75
TOTAL	391	393	387	389	396	398	395	390	3139	392,38
Rata-Rata Skor										4,09

Hasil Tabulasi *Product Variety* (X2)

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
1	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4,88
2	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
4	3	2	3	2	2	3	3	3	21	2,63
5	2	3	3	3	3	3	3	3	23	2,88
6	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4,88
7	3	4	4	4	3	3	4	4	29	3,63
8	3	3	4	4	3	3	3	3	26	3,25
9	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,88
10	4	4	3	4	5	4	4	4	32	4,00
11	5	5	5	5	5	3	5	5	38	4,75

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
12	4	3	4	4	5	4	4	4	32	4,00
13	4	5	5	5	5	4	4	5	37	4,63
14	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,88
15	3	2	3	3	3	3	3	3	23	2,88
16	3	4	3	4	4	4	3	4	29	3,63
17	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,88
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
19	4	4	4	5	5	4	5	5	36	4,50
20	4	4	4	4	4	3	3	5	31	3,88
21	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,88
22	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4,13
23	4	4	4	3	4	3	3	4	29	3,63
24	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4,88
25	4	5	4	5	4	5	4	4	35	4,38
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
27	4	4	3	4	3	4	3	4	29	3,63
28	3	4	3	4	3	4	4	3	28	3,50
29	5	4	5	4	5	4	5	4	36	4,50
30	4	3	3	3	3	4	4	3	27	3,38
31	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,88
32	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,88
33	5	5	5	5	4	5	5	4	38	4,75
34	4	4	3	3	4	3	3	4	28	3,50
35	5	4	4	5	5	4	4	4	35	4,38
36	5	4	5	5	5	4	4	5	37	4,63
37	3	3	4	4	4	3	4	4	29	3,63
38	4	4	5	4	3	4	4	4	32	4,00
39	5	4	4	5	5	5	4	5	37	4,63
40	4	4	4	5	4	4	5	4	34	4,25
41	4	3	3	4	3	4	3	4	28	3,50
42	4	5	4	5	5	4	4	4	35	4,38
43	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3,00
44	4	5	4	5	3	5	4	5	35	4,38
45	4	3	4	3	4	3	4	4	29	3,63
46	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4,25
47	5	4	4	5	5	5	4	4	36	4,50
48	3	3	3	3	3	2	3	3	23	2,88
49	5	4	5	4	4	5	4	4	35	4,38
50	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4,25
51	4	5	3	4	5	5	4	3	33	4,13

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
52	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,88
53	4	4	5	4	5	5	4	5	36	4,50
54	5	4	5	4	5	4	5	4	36	4,50
55	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3,13
56	5	4	5	4	5	4	4	5	36	4,50
57	3	3	4	4	3	4	4	4	29	3,63
58	4	3	4	3	3	3	3	3	26	3,25
59	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4,88
60	4	4	4	4	3	4	3	4	30	3,75
61	5	4	4	5	4	4	4	4	34	4,25
62	4	5	4	3	5	5	5	5	36	4,50
63	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,88
64	3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
65	4	5	4	4	5	3	4	4	33	4,13
66	3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
67	4	5	4	5	5	5	5	5	38	4,75
68	3	3	4	3	3	3	3	3	25	3,13
69	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4,13
70	4	3	4	3	4	3	4	3	28	3,50
71	4	5	5	5	5	5	4	4	37	4,63
72	5	5	5	4	5	4	5	5	38	4,75
73	5	4	5	4	4	5	4	5	36	4,50
74	4	5	5	4	5	5	4	5	37	4,63
75	4	5	5	4	5	4	4	5	36	4,50
76	4	5	5	3	5	4	5	4	35	4,38
77	3	3	4	4	3	4	4	4	29	3,63
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
79	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4,13
80	4	5	5	4	5	5	5	5	38	4,75
81	4	3	4	3	4	4	3	3	28	3,50
82	5	4	4	5	4	5	4	5	36	4,50
83	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4,13
84	5	5	4	4	5	4	4	4	35	4,38
85	4	4	5	4	4	5	4	5	35	4,38
86	4	3	4	3	3	4	3	3	27	3,38
87	5	4	5	4	4	4	5	4	35	4,38
88	2	3	2	2	2	2	3	2	18	2,25
89	5	5	4	5	5	4	5	4	37	4,63
90	5	5	5	4	4	5	5	4	37	4,63
91	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3,75

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
92	5	4	4	4	5	4	5	5	36	4,50
93	5	5	4	4	5	4	4	4	35	4,38
94	4	3	4	4	4	3	4	4	30	3,75
95	4	4	3	3	3	4	3	3	27	3,38
96	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4,88
TOTAL	388	384	395	388	398	385	385	388	3111	388,88
Rata-Rata Skor										4,05

Hasil Tabulasi *Store Atmosphere* (X3)

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-rata
1	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,88
2	4	5	4	3	4	4	5	3	32	4,00
3	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,88
4	5	4	5	5	4	5	4	5	37	4,63
5	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4,13
6	4	4	4	4	5	4	5	5	35	4,38
7	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4,25
8	4	5	5	4	5	5	4	5	37	4,63
9	4	5	5	4	5	4	5	5	37	4,63
10	4	3	4	4	4	3	4	4	30	3,75
11	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4,88
12	4	5	5	5	4	5	4	4	36	4,50
13	4	4	5	4	4	4	5	4	34	4,25
14	4	5	5	5	5	5	4	4	37	4,63
15	4	5	4	5	4	5	4	4	35	4,38
16	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,88
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3,00
18	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,88
19	4	4	5	4	5	4	5	3	34	4,25
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3,00
21	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4,13
22	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,88
23	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3,13
24	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3,75
25	4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,63
26	4	4	4	4	4	3	5	3	31	3,88

Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian (Y)

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
1	4	5	5	4	5	5	5	5	38	4,75
2	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4,13
3	3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,63
4	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4,13
5	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,88
6	4	5	4	4	4	4	5	5	35	4,38
7	3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,63
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
12	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4,25
13	4	5	5	4	4	5	5	5	37	4,63
14	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4,13
15	3	4	3	3	3	4	4	4	28	3,50
16	4	5	4	4	4	4	5	5	35	4,38
17	3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,63
18	3	4	4	3	4	4	4	4	30	3,75
19	3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,63
20	3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,63
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
22	4	5	4	4	4	5	5	5	36	4,50
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
24	4	5	4	4	4	5	5	5	36	4,50
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
26	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,88
27	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
29	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
30	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4,25
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
32	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4,25
33	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4,25
34	3	4	3	3	3	3	4	4	27	3,38
35	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,88
36	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4,25
37	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4,25
38	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4,25

No	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	TOTAL	Rata-Rata
39	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4,88
40	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4,25
41	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4,13
42	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,88
43	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4,13
44	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,88
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
46	3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,63
47	3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,63
48	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,88
49	4	5	5	4	4	5	5	5	37	4,63
50	3	3	3	2	3	3	3	3	23	2,88
51	4	5	4	5	5	4	5	4	36	4,50
52	3	4	3	4	4	4	4	4	30	3,75
53	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,88
54	4	5	4	5	5	4	5	5	37	4,63
55	3	3	3	3	4	3	4	3	26	3,25
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
57	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4,13
58	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3,88
59	4	5	4	5	5	4	5	4	36	4,50
60	4	5	4	5	5	4	5	5	37	4,63
61	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4,13
62	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4,25
63	4	5	4	5	5	4	5	5	37	4,63
64	3	4	3	4	4	3	4	3	28	3,50
65	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4,25
66	3	3	3	4	4	3	4	3	27	3,38
67	4	5	4	5	5	4	5	4	36	4,50
68	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3,88
69	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4,25
70	3	4	3	4	4	3	4	4	29	3,63
71	4	4	4	5	5	4	5	4	35	4,38
72	4	4	5	4	5	4	4	4	34	4,25
73	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4,25
74	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4,25
75	4	4	4	5	5	4	5	4	35	4,38
76	4	5	4	5	5	4	5	5	37	4,63
77	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3,88
78	4	5	4	5	5	4	5	5	37	4,63

[illegible]

[illegible]

Hasil Uji Validitas Variabel *Store Atmosphere*

Correlations

	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P8	TOTAL
P.1	Pearson Correlation	1	-.083	.351	.429*	.429*	.074	.456*	.529**
	Sig. (2-tailed)		.663	.057	.018	.698	.425	.011	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.2	Pearson Correlation	-.083	1	.189	.397**	.397**	.231	.228	.339
	Sig. (2-tailed)	.663		.317	.030	.030	.219	.225	.067
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.3	Pearson Correlation	.351	.189	1	.342	.342	.337	.302	.236
	Sig. (2-tailed)	.057	.317		.064	.064	.068	.105	.209
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.4	Pearson Correlation	.429*	.397*	.342	1	.569**	.153	.249	.573**
	Sig. (2-tailed)	.018	.030	.064		.001	.421	.185	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.5	Pearson Correlation	.429*	.397*	.342	.569**	1	.276	.375*	.573**
	Sig. (2-tailed)	.018	.030	.064	.001		.139	.041	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.6	Pearson Correlation	.074	.231	.337	.153	.276	1	.244	.247
	Sig. (2-tailed)	.698	.219	.068	.421	.139		.194	.188
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.7	Pearson Correlation	.151	.228	.302	.249	.375*	.244	1	.383*
	Sig. (2-tailed)	.425	.225	.105	.185	.041	.194		.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.456*	.339	.236	.573**	.573**	.247	.383*	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.067	.209	.001	.001	.188	.037	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.529**	.515**	.603**	.710**	.762**	.599**	.558**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

[illegible]

B. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Content Marketing*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha N of Items

.807	8
------	---

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Product Variety*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha N of Items

.772	8
------	---

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Store Atmosphere*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha N of Items

.780	8
------	---

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha N of Items

.805	8
------	---

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05613491
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.044
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

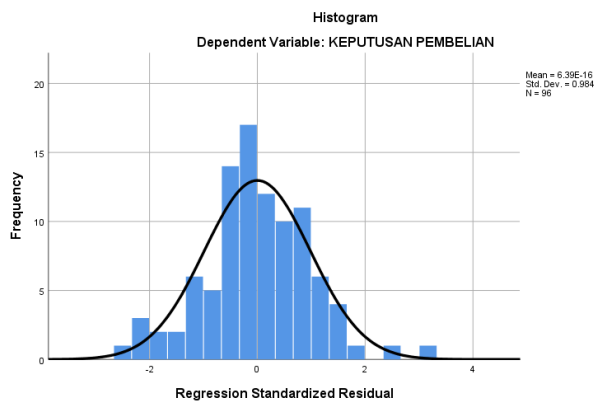
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

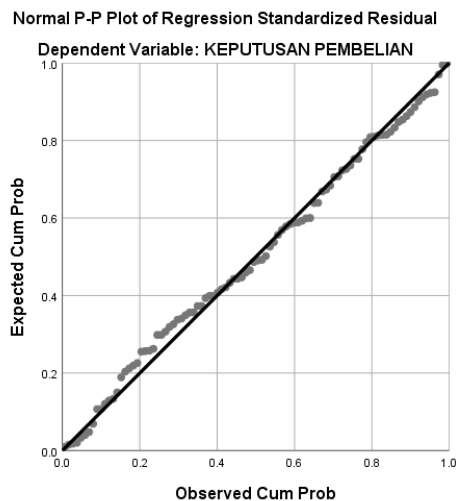
c. Lilliefors Significance Correction.

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

Uji Normalitas Data Menggunakan Model Histogram



Uji Normalitas Dengan Menggunakan P-Plot



Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.462	2.506			1.382	.170		
	CONTENT MARKETING	.261	.040	.428		6.500	.000	.995	1.005
	PRODUCT VARIETY	.351	.047	.498		7.534	.000	.989	1.011
	STORE ATMOSPHERE	.309	.043	.469		7.110	.000	.990	1.010

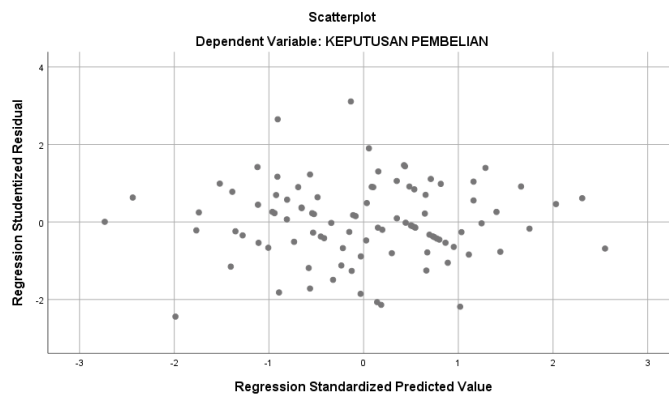
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.147	1.566			1.371	.174
	CONTENT MARKETING	.015	.025	.063		.617	.539
	PRODUCT VARIETY	.008	.029	.028		.272	.786
	STORE ATMOSPHERE	-.043	.027	-.162		-1.573	.119

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Uji Linieritas *Content Marketing*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * CONTENT MARKETING	Between Groups	(Combined)	421.898	20	21.095	2.684	.001
		Linearity	179.038	1	179.038	22.781	.000
		Deviation from Linearity	242.860	19	12.782	1.626	.071
	Within Groups		589.435	75	7.859		
	Total		1011.333	95			

Uji Linieritas *Product Variety*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * PRODUCT VARIETY	Between Groups	(Combined)	313.537	19	16.502	1.797	.038
		Linearity	187.815	1	187.815	20.456	.000
		Deviation from Linearity	125.722	18	6.985	.761	.737
	Within Groups		697.796	76	9.182		
	Total		1011.333	95			

Uji Linieritas *Store Atmosphere*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * STORE ATMOSPHERE	Between Groups	(Combined)	376.294	18	20.905	2.535	.003
		Linearity	199.077	1	199.077	24.139	.000
		Deviation from Linearity	177.217	17	10.425	1.264	.239
	Within Groups		635.039	77	8.247		
	Total		1011.333	95			

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.462	2.506		1.382	.170
CONTENT MARKETING	.261	.040	.428	6.500	.000
PRODUCT VARIETY	.351	.047	.498	7.534	.000
STORE ATMOSPHERE	.309	.043	.469	7.110	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Lampiran 6 Uji Hepotesis

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.462	2.506		1.382	.170
CONTENT MARKETING	.261	.040	.428	6.500	.000
PRODUCT VERIETY	.351	.047	.498	7.534	.000
STORE ATMOSPHERE	.309	.043	.469	7.110	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	609.703	3	203.234	46.554	.000 ^b
	Residual	401.631	92	4.366		
	Total	1011.333	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), STORE ATMOSPHERE, CONTENT MARKETING, PRODUCT VERIETY

Uji Determinasi R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.590	2.08939

a. Predictors: (Constant), STORE ATMOSPHERE, CONTENT MARKETING, PRODUCT VERIETY

Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian



Lampiran 8 Lembar Revisi Ujian Skripsi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi

NIM : 1122100034

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 17 Juni 2025

Judul Skripsi : PENGARUH CONTENT MARKETING, PRODUCT VARIETY, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO
KOSMETIK DI ENVIO STORE SURABAYA

Catatan Perbaikan:

Revisi interpretasi

2

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Acc
23/6

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi
NIM : 1122100034
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 17 Juni 2025

Judul Skripsi : PENGARUH CONTENT MARKETING, PRODUCT VARIETY, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO KOSMETIK DI ENVIO STORE SURABAYA

Catatan Perbaikan:

1. Tekniks penulisan
2. Kutipan tambahkan literatur buku
3. Pembahasan
4. Rekomendasi

Surabaya, 23 Juni 2025
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,


(Tri Made Ida P.)

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi

NIM : 1122100034

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 17 Juni 2025

Judul Skripsi : PENGARUH CONTENT MARKETING, PRODUCT VARIETY, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO KOSMETIK DI
ENVIO STORE SURABAYA

Catatan Perbaikan:

Perbaiki letak pd tabel. Kata = tabulasi ke 65 70 75

Handwritten signature across the revision notes area.

Surabaya, 23-06-2025
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Handwritten signature of Awin Mulyah.

Awin Mulyah

Handwritten signature of Awin Mulyah.

Awin Mulyah

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

Lampiran 9 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 : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi

NBI : 1122100034

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Dosen Pembimbing I : Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

Dosen Pembimbing II : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.

Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing, Product Variety, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Toko Kosmetik Di Envio Store Surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	4-3-25	Intro Acc		
2	7-3-25	Bab I → Acc ds. perbaikan manfaat Praktis		
3	13-3-25	Bab I sempurnakan intro, manfaat		
4	13-3-25	Bab II → acc.		
5	19-3-25	Bab I Acc		
6	16-4-25	Bab III → acc ds. tambahkan rumus SL uji t dicek ulang		
7	21-4-25	Bab II Tambahkan teori Bab III Disempurnakan referensi saran		
8	23-4-25	Bab II, III Acc		
9	30-4-25	Kuesioner Acc.		
10	30-4-25	Kuesioner Acc, silahkan disebar		



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 - 6 - 2025

Dosen Pembimbing I,



Dosen Pembimbing II,

Handwritten signature: *Winf*

Lampiran 10 Bukti Turnitin Untag Surabaya



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: 576/K/LOD/VI/2025

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 : Tri Wulan Septi
 NBI : 1122100034

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 Juni 2025

Mengetahui
 Kepala Lab. Otda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Laboratorium



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: 373/SK/KWU-K/Genap/VIII/2024

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

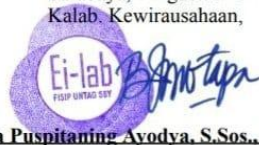
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi
NBI : 1122100034

telah menyelesaikan pembayaran Laboratorium Kewirausahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 Agustus 2024
Kalab. Kewirausahaan,



Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA.
NPP: 20150.17.0746

Lampiran 12 Bukti Turnitin Jurnal Penelitian

JURNAL TRI WULAN BARU.docx			
ORIGINALITY REPORT			
10%	10%	2%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	4%	
2	eprints3.upgris.ac.id Internet Source	1%	
3	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	1%	
4	www.loker.id Internet Source	1%	
5	journal.thamrin.ac.id Internet Source	1%	
6	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%	
7	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	1%	
8	jepa.ub.ac.id Internet Source	1%	