

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KONTEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERIOR PADA IDEE PROJECTS

Yth. Bapak/Ibu,

Perkenalkan, saya Erico Surya Prayoga, seorang mahasiswa tingkat akhir dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini, saya tengah menyusun skripsi dengan judul "**Pengaruh *Brand Image* dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian Interior pada Idee Projects**". Untuk itu, saya memohon bantuan Bapak/Ibu meluangkan waktu mengisi kuesioner ini secara jujur, sesuai dengan pengalaman pribadi Anda dalam memanfaatkan layanan interior dari Idee Project. Seluruh data yang terkumpul akan dijaga kerahasiaannya. Atas ketersediaan dan waktunya dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Erico Surya Prayoga

Kuesioner Penelitian

"Pengaruh *Brand Image* dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian Interior pada Idee Projects"

A. Kriteria Responden

1. Konsumen Idee Project
2. Orang yang memahami tentang furniture
3. Orang yang membutuhkan jasa interior design

B. Petunjuk Pengisian

Dalam memudahkan responden mengisi pernyataan kuesioner, maka peneliti memberikan petunjuk pengisian sebagai berikut:

1. Setiap butir pernyataan wajib dijawab 1 (satu) kali
2. Pengisi butir pernyataan sesuai dengan pengalaman individu dari responden
3. Setiap butir pernyataan memiliki bobot nilai atau skor 1-5 dengan penjelasan jawaban dibawah ini:

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju	1

C. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki
☐ Perempuan

Usia : ☐ 20 – 30 Tahun
☐ 31 – 40 Tahun
☐ 41 – 50 Tahun

Pekerjaan : ☐ Pegawai Swasta
☐ Pegawai Negeri
☐ Wiraswasta
☐ Ibu Rumah Tangga
☐ Yang Lain:

Pendapatan ☐ < Rp4.000.000
☐ > Rp4.000.000 – Rp8.000.000
☐ > Rp8.000.000 – Rp16.000.000
☐ > Rp16.000.000 – Rp32.000.000
☐ > Rp32.000.000

D. Daftar Pernyataan

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari sejumlah butir pernyataan. Setiap butir pernyataan harus dijawab oleh responden dengan memilih satu opsi jawaban yang paling sesuai.

Brand Image (X1)						
No.	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Idee Project adalah studio desain interior yang terkenal dan diminati masyarakat karena memiliki citra baik dalam penanganan keluhan konsumen					
2.	Idee Project memiliki kredibilitas yg tinggi di masyarakat					
3.	Desain dan pelayanan Idee Project memberikan kesan yang baik dan positif di masyarakat					
4.	Saya merasa puas terhadap kualitas produk dan bahan baku yang digunakan oleh Idee Project					
5.	Harga produk yang ditawarkan sebanding dengan kualitasnya					
6.	Layanan yang diberikan memfasilitasi dan memberikan kemudahan bagi konsumen					
Konten Marketing (X2)						
No.	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Idee Project memiliki konten yang menarik					
2.	Saya dapat memahami konten dari Idee Project dengan baik					
3.	Konten pada Idee Project memiliki visual yang bagus					
4.	Idee Project memiliki pesan yang baik di setiap konten yang mereka pilih					
5.	Konten pada Idee Project membantu konsumen dalam memilih produk.					
6.	Idee project memiliki konten yang lebih menarik dari kompetitor yang lain					
Keputusan Pembelian (Y)						
No.	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membutuhkan produk interior serta studio design and build					

2.	Saya mencari berbagai informasi di sosial media untuk menemukan produk kebutuhan saya					
3.	Saya membandingkan idee project dengan perusahaan interior dan studio design lain.					
4.	Saya membeli produk dari Idee project karena ketepatan dalam memberi kualitas yang baik.					
5.	Saya memutuskan pembelian pada idee project karena lebih unggul dalam beberapa aspek dengan kompetitor lain.					
6.	Saya berniat untuk melakukan pembelian ulang pada idee project karena kepuasan saya dalam menggunakan produk mereka.					

Lampiran 2 Uji Validitas

a. Variabel *Brand Image* (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.473***	.341***	.331**	.114	.222*	.680***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.001	.281	.034	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X1.2	Pearson Correlation	.473***	1	.473***	.397***	.298**	.273**	.773***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.004	.009	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X1.3	Pearson Correlation	.341***	.473***	1	.161	.303**	.033	.593***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.127	.004	.757	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X1.4	Pearson Correlation	.331**	.397***	.161	1	.283**	.207*	.632***
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.127		.007	.049	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X1.5	Pearson Correlation	.114	.298**	.303**	.283**	1	.247*	.562***
	Sig. (2-tailed)	.281	.004	.004	.007		.018	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X1.6	Pearson Correlation	.222*	.273**	.033	.207*	.247*	1	.538***
	Sig. (2-tailed)	.034	.009	.757	.049	.018		<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.680***	.773***	.593***	.632***	.562***	.538***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	91	91	91	91	91	91	91

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

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

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

b. Variabel *Konten Marketing* (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.223*	.518***	.120	.182	.291**	.650***
	Sig. (2-tailed)		.034	<.001	.257	.083	.005	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X2.2	Pearson Correlation	.223*	1	.328**	.202	.166	.051	.596***
	Sig. (2-tailed)	.034		.002	.054	.115	.633	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X2.3	Pearson Correlation	.518***	.328**	1	.075	.315**	.272**	.722***
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002		.482	.002	.009	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X2.4	Pearson Correlation	.120	.202	.075	1	.216*	.164	.451***
	Sig. (2-tailed)	.257	.054	.482		.040	.121	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X2.5	Pearson Correlation	.182	.166	.315**	.216*	1	.378***	.604***
	Sig. (2-tailed)	.083	.115	.002	.040		<.001	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
X2.6	Pearson Correlation	.291**	.051	.272**	.164	.378***	1	.571***
	Sig. (2-tailed)	.005	.633	.009	.121	<.001		<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.650***	.596***	.722***	.451***	.604***	.571***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	91	91	91	91	91	91	91

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

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

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

c. Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.385***	.233*	.204	.241*	.142	.611***
	Sig. (2-tailed)		<.001	.026	.052	.021	.179	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y.2	Pearson Correlation	.385***	1	.582***	.234*	.162	.161	.630***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.025	.126	.128	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y.3	Pearson Correlation	.233*	.582***	1	.114	.068	.059	.479***
	Sig. (2-tailed)	.026	<.001		.281	.524	.576	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y.4	Pearson Correlation	.204	.234*	.114	1	.356***	.233*	.651***
	Sig. (2-tailed)	.052	.025	.281		<.001	.026	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y.5	Pearson Correlation	.241*	.162	.068	.356***	1	.203	.616***
	Sig. (2-tailed)	.021	.126	.524	<.001		.054	<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y.6	Pearson Correlation	.142	.161	.059	.233*	.203	1	.552***
	Sig. (2-tailed)	.179	.128	.576	.026	.054		<.001
	N	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.611***	.630***	.479***	.651***	.616***	.552***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	91	91	91	91	91	91	91
***. Correlation at 0.001 (2-tailed)								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

a. Brand Image (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.1758	3.991	.466	.643
X1.2	21.1099	3.810	.623	.588
X1.3	20.9780	4.466	.398	.665
X1.4	21.1209	4.263	.427	.656
X1.5	20.8352	4.606	.372	.673
X1.6	20.9341	4.507	.293	.701

b. Konten Marketing (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.645	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21.8132	3.887	.450	.575
X2.2	21.9231	3.827	.310	.636
X2.3	21.8681	3.494	.515	.543
X2.4	21.8462	4.532	.239	.645
X2.5	21.8571	4.057	.401	.594
X2.6	21.9011	4.135	.356	.610

c. Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.617	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	21.4835	4.808	.376	.561
Y.2	21.1209	5.085	.468	.541
Y.3	20.9231	5.561	.297	.594
Y.4	21.4725	4.474	.389	.556
Y.5	21.3846	4.684	.358	.570
Y.6	21.3626	4.923	.265	.612

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

1) One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.55901625	
Most Extreme Differences	Absolute	.076	
	Positive	.067	
	Negative	-.076	
Test Statistic		.076	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.212	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.201
		Upper Bound	.222

a. Test distribution is Normal.

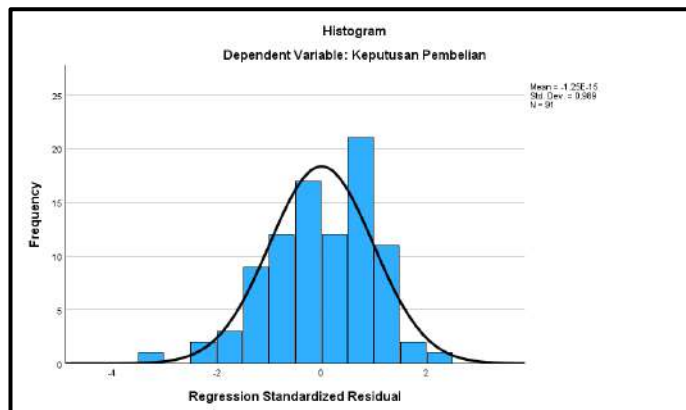
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

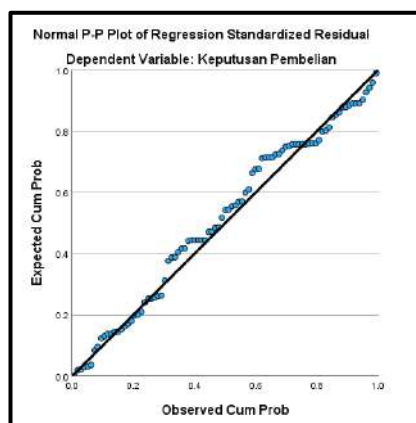
d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

2) Model Histogram



3) Model P-Plot



b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.642	2.991		2.555	.012		
	Brand Image	.312	.106	.293	2.958	.004	.820	1.219
	Konten Marketing	.382	.110	.345	3.478	<.001	.820	1.219

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

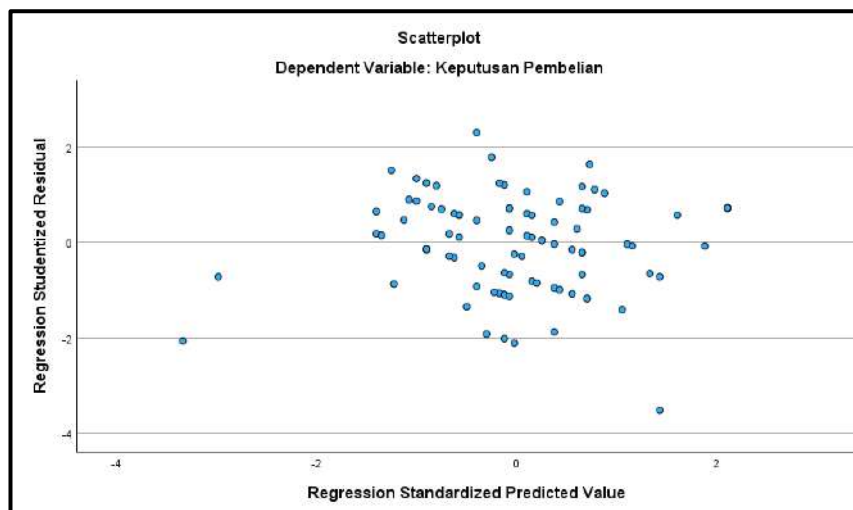
c. Uji Heteroskedastisitas

1) Model Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.904	1.791		1.063	.291
	Brand Image	.012	.063	.022	.189	.851
	Konten Marketing	-.018	.066	-.033	-.281	.779

a. Dependent Variable: Abs_RES

2) Model Scatterplot



d. Uji Linearitas

1) Variabel *Brand Image* (X1)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand Image	Between Groups	(Combined)	181.760	11	16.524	3.178	.001
		Linearity	96.012	1	96.012	18.465	<.001
		Deviation from Linearity	85.748	10	8.575	1.649	.108
	Within Groups		410.768	79	5.200		
	Total		592.527	90			

2) Variabel *Konten Marketing* (X2)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Konten Marketing	Between Groups	(Combined)	185.622	9	20.625	4.106	<.001
		Linearity	130.432	1	130.432	25.964	<.001
		Deviation from Linearity	55.190	8	6.899	1.373	.221
	Within Groups		406.906	81	5.024		
	Total		592.527	90			

Lampiran 5 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.642	2.991		2.555	.012
	Brand Image	.312	.106	.293	2.958	.004
	Konten Marketing	.382	.110	.345	3.478	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 6 Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.539 ^a	.291	.275	2.185
a. Predictors: (Constant), Konten Marketing, Brand Image				

b. Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.642	2.991		2.555	.012
	Brand Image	.312	.106	.293	2.958	.004
	Konten Marketing	.382	.110	.345	3.478	<.001
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

c. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	172.224	2	86.112	18.029	<.001 ^b
	Residual	420.304	88	4.776		
	Total	592.527	90			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Konten Marketing, Brand Image						

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 : fslp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Erico Surya Prayoga

NBI : 1122000153

Program Studi : Administrasi Niaga

Dosen Pembimbing I : Dra. Sri Andayani, M.M.

Dosen Pembimbing II : Drs. Agung Pujianto, M.M.

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Konten Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Interior Pada Ikea Projects

Dr. jura hce

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	24/24	Judul hce	<i>\$</i>	
	15/4	Bab I latar belakang		<i>Revisi</i>
	18/3	Bab I hce (Perbaikan Rumusan)		<i>Revisi</i>
20/3		Bab I hce	<i>\$</i>	
	6/5	Bab II + teori model keputusan		<i>Revisi</i>
	27/1	Bab II hce		<i>Revisi</i>
3/25		Bab II hce Catatan Grand Tour P. Kurat	<i>\$</i>	
3/6		Bab IV Rancangan Hipotesis & Sampel		<i>Revisi</i>
40/6		Bab IV hce (Kutipan)		<i>Revisi</i>
21/10		Bab IV Teknik Sampling (hce)		<i>Revisi</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 : fkip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
	22/11	Kuesioner ?		
	22/11	penjelasan tabel 4.14. des kriptik hasil uji hipotesis		<i>[Signature]</i>
	22/2021	Bab III	Acc.	
		Bab IV Perbaikan	—	
	20/2021	Bab IV. Perbaikan	§	
	26/11	Bab IV interpretasi hasil uji hip.		<i>[Signature]</i>
	2/12	Bab V & VI	Acc	<i>[Signature]</i>
	5/12	Bab VII & VIII	§	

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal :

Dosen Pembimbing I,

[Signature]

Dosen Pembimbing II,

[Signature]

Lampiran 8 Surat 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: 94/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 : Erico Surya Prayoga

NBI : 1122000153

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 9 Hasil Uji Turnitin

Skripsi			
ORIGINALITY REPORT			
16%	14%	8%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.umpo.ac.id Internet Source	1	1 %
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1	1 %
3	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1	1 %
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1	1 %
5	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1	1 %
6	core.ac.uk Internet Source	<1	<1 %
7	www.yrpiiku.com Internet Source	<1	<1 %
8	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1	<1 %
9	allrelease.id Internet Source	<1	<1 %
10	e-journalfb.ukdw.ac.id Internet Source	<1	<1 %
11	dewey.petra.ac.id Internet Source	<1	<1 %
12	repository.unim.ac.id Internet Source	<1	<1 %

Lampiran 10 Surat Keterangan Turnitin



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

SURAT KETERANGAN
Nomor: 629/K/LOD/XII/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 : Erico Surya Prayoga
NBI : 1122000153

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk 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 Desember 2025

Mengetahui
Kepala Lab. Otonomi Daerah,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Lampiran 11 Bukti Publish LoA Jurnal



COMMUNITY OF RESEARCH LABORATORY SURABAYA
DEPARTEMEN PENERBITAN

GEMAH RIPAH: JURNAL PENELITIAN BISNIS

Jl. Nginden Intan Timur XV. No. 11 Surabaya, Indonesia

<https://www.aksiologi.org/index.php/gemahripah/index>; e-mail: jurnalgemahripah@gmail.com



GEMAH RIPAH: Jurnal Penelitian Bisnis

5/04/2025/#2538

L.o.A

09/12/2025

Kepada

ERICO SURYA PRAYOGA,

erikosurya7@gmail.com;

SRI ANDAYANI,

sri@untag-sby.ac.id;

AGUNG PUJANTO,

agung@untag-sby.ac.id;

Di

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

INDONESIA

Sehubungan dengan naskah artikel ilmiah yang saudara kirimkan ke redaksi jurnal GEMAH RIPAH, maka dengan ini redaksi informasikan bahwa naskah anda telah diproses untuk publikasi di Jurnal GEMAH RIPAH. Redaksi sangat mengapresiasi kontribusi naskah anda ke jurnal GEMAH RIPAH. Dan redaksi telah mengambil keputusan mengenai pengajuan naskah berjudul: **"PENGARUH BRAND IMAGE DAN KONTEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERIOR PADA IDEE PROJECTS"**, yang diterbitkan pada bulan Desember Tahun 2025: Volume 5, No. 04 (2025).

Dengan keputusan redaksi adalah: "DITERIMA"

Hormat kami,

Editor in Chief,

Mohamad Roisul Basyar

GEMAH RIPAH: Jurnal Penelitian Bisnis

<https://aksiologi.org/index.php/gemahripah/index>



Lampiran 12 **Bukti ACC Revisi Skripsi**

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Erico Surya Prayoga
NIM : 1122000153
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 18 Desember 2025

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Konten
Marketing terhadap Keputusan Pembelian
Interior pada Idee Projects

Catatan Perbaikan:

*Diperbaiki sesuai arahan
penguji.*

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.

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

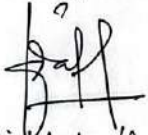
Nama : Erico Surya Prayoga
NIM : 1122000153
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 18 Desember 2025

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Konten
Marketing terhadap Keputusan Pembelian
Interior pada Idee Projects

Catatan Perbaikan:

1. Abstrak
2. Kata pengantar
3. Kerangka pikir
4. Instrumen penelitian
5. Kesimpulan
6. Saran

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


(Ni Made De P)

Revisi dari Dosen Penguji,



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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Erico Surya Prayoga
NIM : 1122000153
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 18 Desember 2025

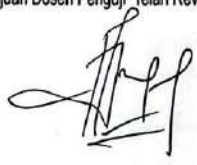
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Konten
Marketing terhadap Keputusan Pembelian
Interior pada Idee Projects

Catatan Perbaikan:

1. Perbaiki teknik penulisan
2. dll sesuai saran

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji, Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

 07-26.
Acc 

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