

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

ANALISI PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW PERFECT COVER CUSHION (Studi Kasus Pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi TikTok Shop di Surabaya)

Perkenalkan, saya Jauzaa Ronaa Nuur Aqiila, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sedang melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Perfect Cover Cushion (Studi Kasus Pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi TikTok Shop di Surabaya)”.

Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dengan mengisi kuesioner berikut. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan analisis dalam penelitian ini. Partisipasi Saudara/i sangat berarti dan berkontribusi besar bagi kelancaran penelitian ini. Berikut adalah daftar pernyataan yang perlu diisi; pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi yang Saudara/i alami

Identitas Responden

Nama :

1. Berapakah rentang usia Anda saat ini?

14-19 tahun

>19 – 28 tahun

2. Di kota manakah Anda berdomisili?

Surabaya

3. Apakah Anda pernah membeli produk kecantikan/kosmetik melalui TikTok Shop?

Ya

Tidak

KETERANGAN

Berikut ini merupakan pilihan jawaban pernyataan kuisioner :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS).

DAFTAR PERNYATAAN

1. Influencer Marketing (X1)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Popularity (Popularitas/Visibility)						
1.	<i>Influencer</i> yang anda ikuti sering muncul di TikTok Shop saat mempromosikan produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i>					
2.	<i>Influencer</i> tersebut dikenal luas oleh banyak pengguna TikTok, khususnya di Surabaya					
3.	<i>Influencer</i> tersebut memiliki jumlah pengikut yang aktif di media sosial					
Credibility (Kredibilitas)						
1.	Saya percaya bahwa <i>influencer</i> yang mempromosikan produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> memberikan informasi yang dapat dipercaya					
2.	<i>Influencer</i> yang mengulas produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> memiliki pengetahuan mengenai produk kecantikan					
3.	Saya menganggap rekomendasi <i>influencer</i> tersebut berdasarkan pengalaman nyata					
Attractiveness (Daya Tarik)						
1.	<i>Influencer</i> yang mempromosikan produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> memiliki penampilan menarik sehingga membuat saya tertarik memperhatikan promosinya					

2.	Gaya komunikasi <i>influencer</i> dalam mempromosikan produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> sangat menarik bagi saya					
3.	Konten promosi yang dibuat <i>influencer</i> tampil menarik secara visual					
Power (Kekuatan)						
1.	Saya merasa terpengaruh untuk mempertimbangkan pembelian produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> setelah melihat promosi dari <i>influencer</i>					
2.	Rekomendasi dari <i>influencer</i> di TikTok Shop membuat keputusan saya dalam membeli produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> menjadi lebih yakin					
3.	Menurut saya <i>Influencer</i> memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik mengenai produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i>					

2. Brand image (X2)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Citra Perusahaan (Corporate Image)						
1.	Perusahaan Glad2glow dikenal sebagai merek yang inovatif dalam menghadirkan produk kecantikan					
2.	Saya percaya Glad2glow memperhatikan keamanan produknya					
3.	Perusahaan Glad2glow menunjukkan tanggung jawab dalam menjaga kualitas produknya					
Citra Produk (Product Image)						
1.	Produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> dikenal memiliki kualitas yang baik di kalangan pengguna TikTok Shop					
2.	Produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> memiliki kemasan yang menarik dan modern dibandingkan produk sejenis					

1.	Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> tahan lama saat dipakai sepanjang hari					
2.	Produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> tidak mudah habis walaupun sering digunakan					
3.	Produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> tetap memberikan performa baik meski digunakan dalam kondisi cuaca berbeda					
Consistent (Konsistensi)						
1.	Saya percaya produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> menjaga standarisasi kualitasnya secara terus-menerus					
2.	Kualitas produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> selalu konsisten dari waktu ke waktu					
3.	Konsistensi hasil membuat saya percaya dan nyaman menggunakan produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i>					
Design (Desain)						
1.	Kemasan Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> terlihat modern.					
2.	Desain produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> memudahkan saya untuk membawanya ke mana saja					
3.	Warna dan visual kemasan produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> mencerminkan identitas merek dengan baik					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk						
1.	Informasi yang saya dapat mengenai Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> membuat saya mantap tidak ragu dalam melakukan pembelian					
2.	Pengetahuan yang saya peroleh tentang manfaat, kualitas Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> sangat berpengaruh pada keputusan saya membeli produk					

3.	Penjelasan mengenai produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> di TikTok membantu saya mengambil keputusan pembelian					
Memilih membeli karena merek yang paling disukai						
1.	Saya membeli Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> karena merek Glad2glow adalah salah satu merek favorit saya					
2.	Saya cenderung memilih produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> karena sudah menyukai mereknya sejak awal					
3.	Glad2glow adalah merek yang saya percayai dalam kategori cushion kecantikan					
Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan						
1.	Produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya dalam bermake-up					
2.	Saya memilih membeli Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> karena fiturnya memenuhi apa yang saya cari di produk cushion					
3.	Glad2glow cocok dengan selera preferensi saya dalam memilih cushion					
Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain						
1.	Rekomendasi dari <i>influencer</i> pengguna lain menjadi alasan penting dalam memilih Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i>					
2.	Keputusan saya membeli produk Glad2glow <i>Perfect Cover Cushion</i> dipengaruhi oleh ulasan positif dari pengguna lain di TikTok Shop					
3.	Saya tertarik membeli produk ini setelah mendengar pengalaman positif orang lain					

Lampiran 2 Tabulasi Data

<i>Influencer Marketing</i>													
	Variabel (X1)												Total
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
2	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	54
3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	56
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	55
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	54
8	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	56
9	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	51
10	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	47
11	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	54
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	55
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	56
18	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51
19	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	47
20	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	53

21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
23	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	55
24	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	53
25	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	51
26	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	57
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
29	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	57
30	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	53
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
32	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	52
33	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	52
34	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	51
35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
36	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	55
37	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	57
38	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	55
39	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	56
40	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	55
41	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	55
44	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	53

45	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	52
46	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	56
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	51
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	4	5	3	4	3	3	4	5	2	4	5	2	44
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
55	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	5	46
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
59	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	52
60	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	53
61	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	51
62	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	53
63	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	55
64	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	52
65	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	53
66	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	54
67	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	53
68	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	53

69	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	52
70	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	56
71	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	53
72	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	55
73	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	56
74	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
75	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	54
76	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	54
77	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	55
78	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	54
79	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	55
80	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	56
81	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	54
82	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	54
83	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	55
84	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	55
85	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	54
86	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55
87	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	53
88	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	55
89	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	54
90	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	53
91	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	54
92	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	54

93	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	53
94	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	54
95	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	54
96	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	54
97	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	53
98	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	55
99	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	54
100	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	54
101	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	54

<i>Brand Image</i>													
	Variabel (X2)												Total
No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	52
2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	57
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	55
8	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58
9	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
10	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	36
11	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	56

12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	56
18	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
19	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46
20	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	53
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
23	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	53
24	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	52
25	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	52
26	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	56
27	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	54
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
29	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	56
30	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	54
31	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	57
32	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	51
33	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	52
34	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	52
35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59

36	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	51
37	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	56
38	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	54
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	55
41	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	54
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	54
44	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53
45	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	51
46	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	57
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	55
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	5	4	42
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
55	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	3	44
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
58	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	46
59	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	49

60	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	57
61	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	49
62	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	49
63	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	52
64	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	55
65	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	52
66	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	54
67	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	56
68	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	55
69	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	3	4	49
70	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	55
71	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	44
72	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	54
73	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	55
74	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	54
75	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	55
76	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	55
77	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	55
78	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	55
79	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
80	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	54
81	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
82	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	54
83	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	54

84	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	55
85	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	55
86	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
87	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	52
88	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	55
89	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	54
90	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	53
91	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	53
92	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	54
93	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	55
94	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	55
95	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	54
96	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	55
97	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	54
98	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	55
99	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	54
100	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	54
101	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	54

Kualitas Produk													
	Variabel (X3)												Total
No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	
1	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	55
2	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	53

3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	57
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	54
8	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	55
9	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	50
10	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	32
11	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	53
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	53
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	57
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	4	4	4	4	2	3	4	4	4	5	5	5	48
20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
23	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	56
24	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	54
25	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	55
26	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59

51	3	4	4	2	5	4	5	3	3	5	4	3	45
52	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	53
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
55	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	41
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
58	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	46
59	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	51
60	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	56
61	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	48
62	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	52
63	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	50
64	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	52
65	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	52
66	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	49
67	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	54
68	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	53
69	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	48
70	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	53
71	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	44
72	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
73	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	52
74	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	54

75	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	53
76	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	54
77	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	55
78	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	55
79	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	55
80	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	56
81	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55
82	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	54
83	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	55
84	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	56
85	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	54
86	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	54
87	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	53
88	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	55
89	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	54
90	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	55
91	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
92	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	53
93	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	54
94	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	54
95	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	53
96	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	54
97	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	55
98	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55

99	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
100	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
101	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	54

Keputusan Pembelian													
	Variabel (Y)												Total
No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	55
2	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	54
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	56
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	56
8	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	56
9	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
10	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
11	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	53
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	57

18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
20	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
23	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	55
24	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	51
25	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	55
26	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	57
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
29	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	58
30	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	55
31	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	56
32	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	54
33	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	54
34	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	51
35	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
37	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	53
38	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	54
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	57
41	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	52

[illegible]

66	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	52
67	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	53
68	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	56
69	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	46
70	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	5	51
71	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	44
72	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	54
73	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	54
74	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	54
75	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55
76	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	55
77	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	53
78	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	54
79	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	54
80	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	55
81	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	54
82	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	54
83	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
84	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	55
85	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	54
86	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55
87	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	53
88	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	54
89	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	53

90	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	54
91	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	54
92	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	54
93	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
94	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	54
95	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	54
96	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	53
97	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	54
98	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	55
99	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	55
100	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	53
101	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	54

		Correlations														
		X2-01	X2-02	X2-04	X2-04	X2-08	X2-08	X2-01	X2-08	X2-08	X2-19	X2-11	X2-15	TOTAL		
X2-01	Pearson Correlation	1	0.75	0.88	0.88	0.83	0.80	0.87	0.78	0.88	0.88	0.81	0.84	0.70		
	Sig. (2-tailed)		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
X2-02	Pearson Correlation		1	0.78	0.84	0.75	0.68	0.78	1	0.84	0.88	0.78	0.76	0.60		
	Sig. (2-tailed)			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
X2-04	Pearson Correlation			1	0.72	0.84	0.68	0.83		0.78	0.88	0.78	0.70	0.55		
	Sig. (2-tailed)				0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
X2-08	Pearson Correlation				1	0.82	0.78	0.78		0.88	0.88	0.80	0.75	0.60		
	Sig. (2-tailed)					0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
X2-19	Pearson Correlation					1	0.83	0.83		0.88	0.88	0.80	0.75	0.60		
	Sig. (2-tailed)						0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
X2-11	Pearson Correlation						1	0.83		0.88	0.88	0.80	0.75	0.60		
	Sig. (2-tailed)							0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
X2-15	Pearson Correlation							1	0.83		0.88	0.88	0.80	0.75		
	Sig. (2-tailed)								0.00		0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
TOTAL	Pearson Correlation								1	0.83	0.88	0.88	0.80	0.75		
	Sig. (2-tailed)									0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101		
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																

Gambar Hasil Uji Validitas Variabel X3

		Correlations												TOTAL
		X3.01	X3.02	X3.03	X3.04	X3.05	X3.06	X3.07	X3.08	X3.09	X3.10	X3.11	X3.12	
X3.01	Pearson Correlation	1	.867 ^{**}	.905 ^{**}	.477 ^{**}	.228	.600 ^{**}	.391	.482 ^{**}	.543 ^{**}	.219	.818 ^{**}	.529 ^{**}	.702 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.027	.000	.000	.000	.000	.038	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.02	Pearson Correlation	.867 ^{**}	1	.796 ^{**}	.272 ^{**}	.926 ^{**}	.236 ^{**}	.188	.288 ^{**}	.244 ^{**}	.379 ^{**}	.238 ^{**}	.261 ^{**}	.524 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.017	.084	.000	.014	.000	.022	.004	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.03	Pearson Correlation	.905 ^{**}	.796 ^{**}	1	.448 ^{**}	.824 ^{**}	.607 ^{**}	.344 ^{**}	.484 ^{**}	.388 ^{**}	.228 ^{**}	.831 ^{**}	.438 ^{**}	.770 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.04	Pearson Correlation	.477 ^{**}	.272 ^{**}	.448 ^{**}	1	.231 [*]	.400 ^{**}	.348 ^{**}	.278 ^{**}	.401 ^{**}	.221 [*]	.488 ^{**}	.425 ^{**}	.075 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.030	.000	.000	.000	.000	.029	.000	.000	.088
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.05	Pearson Correlation	.228	.926 ^{**}	.824 ^{**}	.231 [*]	1	.388 ^{**}	.347 ^{**}	.528 ^{**}	.391 [*]	.479 ^{**}	.116	.206 ^{**}	.367 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.027	.000	.000	.020		.000	.000	.001	.011	.000	.248	.004	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.06	Pearson Correlation	.600 ^{**}	.236 ^{**}	.607 ^{**}	.400 ^{**}	.388 ^{**}	1	.258 ^{**}	.518 ^{**}	.582 ^{**}	.222 [*]	.447 ^{**}	.420 ^{**}	.725 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.039	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.07	Pearson Correlation	.391	.188	.344 ^{**}	.348 ^{**}	.347 ^{**}	.258 ^{**}	1	.386 ^{**}	.440 ^{**}	.302 [*]	.248	.228 ^{**}	.510 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.064	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.028	.015	.021	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.08	Pearson Correlation	.543 ^{**}	.244 ^{**}	.388 ^{**}	.272 ^{**}	.322 ^{**}	.310 ^{**}	.388 ^{**}	1	.388 ^{**}	.222 [*]	.248 ^{**}	.244 ^{**}	.878 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.022	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.09	Pearson Correlation	.219	.379 ^{**}	.228 ^{**}	.221 [*]	.479 ^{**}	.222 [*]	.302 [*]	.222 [*]	1	.199	1	.228	.398 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000	.029	.000	.028	.000	.022	.049		.022	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.10	Pearson Correlation	.818 ^{**}	.238 ^{**}	.831 ^{**}	.488 ^{**}	.116	.447 ^{**}	.248 ^{**}	.447 ^{**}	.447 ^{**}	.228 ^{**}	1	.302 [*]	.447 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.248	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.11	Pearson Correlation	.529 ^{**}	.261 ^{**}	.438 ^{**}	.425 ^{**}	.206 ^{**}	.420 ^{**}	.222 [*]	.248 ^{**}	.206 ^{**}	.302 [*]	.248	1	.031 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.014	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
TOTAL	Pearson Correlation	.261 ^{**}	.824 ^{**}	.770 ^{**}	.075 [*]	.367 ^{**}	.725 ^{**}	.510 ^{**}	.878 ^{**}	.712 ^{**}	.541 ^{**}	.841 ^{**}	.637 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.088	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Gambar Hasil Uji Validitas Variabel Y

		Correlations												TOTAL
		Y.01	Y.02	Y.03	Y.04	Y.05	Y.06	Y.07	Y.08	Y.09	Y.10	Y.11	Y.12	
Y.01	Pearson Correlation	1	.167	.401 ^{**}	.328 ^{**}	.118	.202 ^{**}	.155	.215 [*]	.202 ^{**}	.203 ^{**}	.348 ^{**}	.292 ^{**}	.540 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.088	.000	.001	.241	.000	.128	.031	.000	.011	.000	.004	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.02	Pearson Correlation	.167	1	.305 ^{**}	.318 ^{**}	.422 ^{**}	.206 ^{**}	.206 ^{**}	.482 ^{**}	.193	.532 ^{**}	.272 ^{**}	.441 ^{**}	.602 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.090		.000	.001	.000	.007	.007	.000	.122	.001	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.03	Pearson Correlation	.401 ^{**}	.305 ^{**}	1	.188	.488 ^{**}	.272 ^{**}	.388	.328 ^{**}	.242 ^{**}	.314 ^{**}	.321 [*]	.582 ^{**}	.888 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.013	.001	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.04	Pearson Correlation	.328 ^{**}	.318 ^{**}	.188	1	.272 ^{**}	.387 ^{**}	.298 ^{**}	.328 ^{**}	.460 ^{**}	.292 ^{**}	.328 ^{**}	.236 ^{**}	.600 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.007	.001	.018	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.05	Pearson Correlation	.118	.422 ^{**}	.488 ^{**}	.272 ^{**}	1	.301 ^{**}	.442 ^{**}	.346 ^{**}	.320 ^{**}	.323 ^{**}	.178	.495 ^{**}	.660 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.241	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.06	Pearson Correlation	.202 ^{**}	.206 ^{**}	.272 ^{**}	.387 ^{**}	.301 ^{**}	1	.393 ^{**}	.142 ^{**}	.431 ^{**}	.288 ^{**}	.484 ^{**}	.292 ^{**}	.607 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.007	.000	.004	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.07	Pearson Correlation	.155	.206 ^{**}	.388	.298 ^{**}	.442 ^{**}	.393 ^{**}	1	.383 ^{**}	.336 ^{**}	.408 ^{**}	.238	.342 ^{**}	.508 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.128	.007	.000	.000	.000	.000		.004	.000	.000	.011	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.08	Pearson Correlation	.215 [*]	.482 ^{**}	.328 ^{**}	.328 ^{**}	.347 ^{**}	.292 ^{**}	.383 ^{**}	1	.221 [*]	.421 ^{**}	.248	.348 ^{**}	.613 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.021	.000	.012	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.09	Pearson Correlation	.202 ^{**}	.193	.242 ^{**}	.468 ^{**}	.320 ^{**}	.431 ^{**}	.339 ^{**}	.221 [*]	1	.208 ^{**}	.454 ^{**}	.360 ^{**}	.627 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.122	.000	.000	.000	.000	.000	.020		.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.10	Pearson Correlation	.203 ^{**}	.532 ^{**}	.314 ^{**}	.292 ^{**}	.422 ^{**}	.288 ^{**}	.421 ^{**}	.288 ^{**}	.421 ^{**}	1	.110	.382 ^{**}	.877 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.276	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.11	Pearson Correlation	.348 ^{**}	.272 ^{**}	.321 [*]	.328 ^{**}	.178	.494 ^{**}	.264 ^{**}	.248 ^{**}	.454 ^{**}	.110	1	.212 [*]	.522 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.241	.000	.000	.000	.000	.276	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.12	Pearson Correlation	.292 ^{**}	.441 ^{**}	.582 ^{**}	.600 ^{**}	.495 ^{**}	.292 ^{**}	.347 ^{**}	.346 ^{**}	.200 ^{**}	.215 [*]	.454 ^{**}	1	.644 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.031	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
TOTAL	Pearson Correlation	.541 ^{**}	.841 ^{**}	.637 ^{**}	.878 ^{**}	.712 ^{**}	.878 ^{**}	.878 ^{**}	.878 ^{**}	.878 ^{**}	.878 ^{**}	.878 ^{**}	.878 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Gambar Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	12

Gambar Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	12

Gambar Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	12

Gambar Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	12

Lampiran 5 Asumsi Klasik

Tabel Hasil Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.26727975
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.060
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

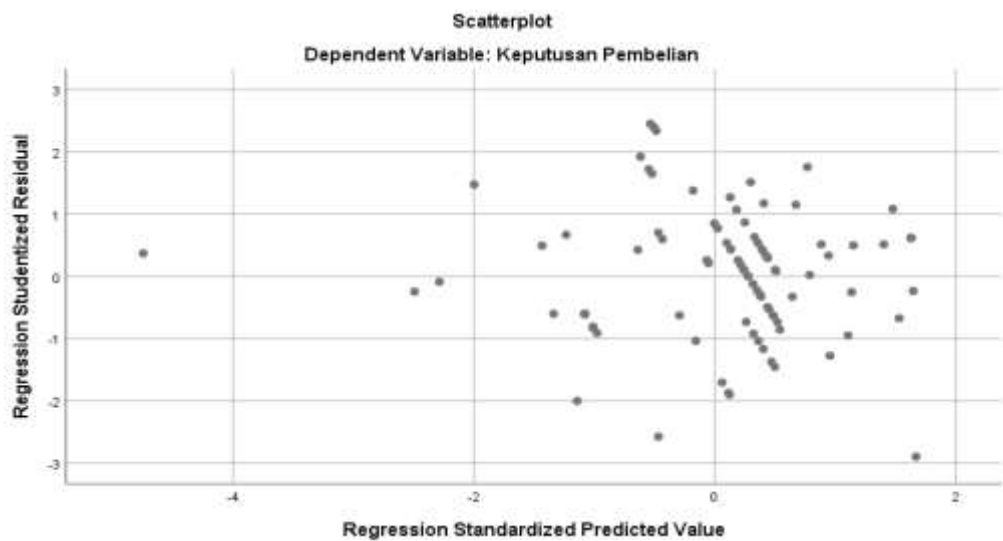
Tabel Hasil Multikolinearitas

Coefficients^a

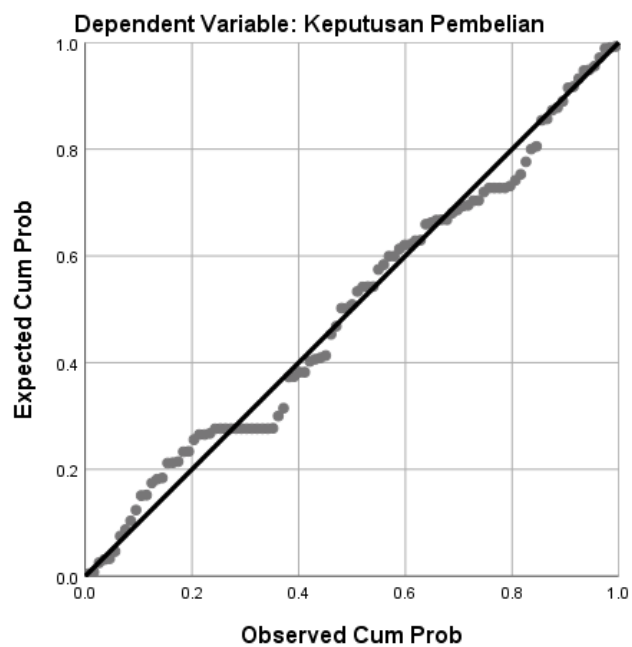
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.161	1.961		3.652	.000		
	Influencer Marketing	-.127	.063	-.110	-2.031	.045	.343	2.915
	Brand Image	.411	.072	.428	5.741	.000	.180	5.551
	Kualitas Produk	.584	.060	.639	9.654	.000	.229	4.366

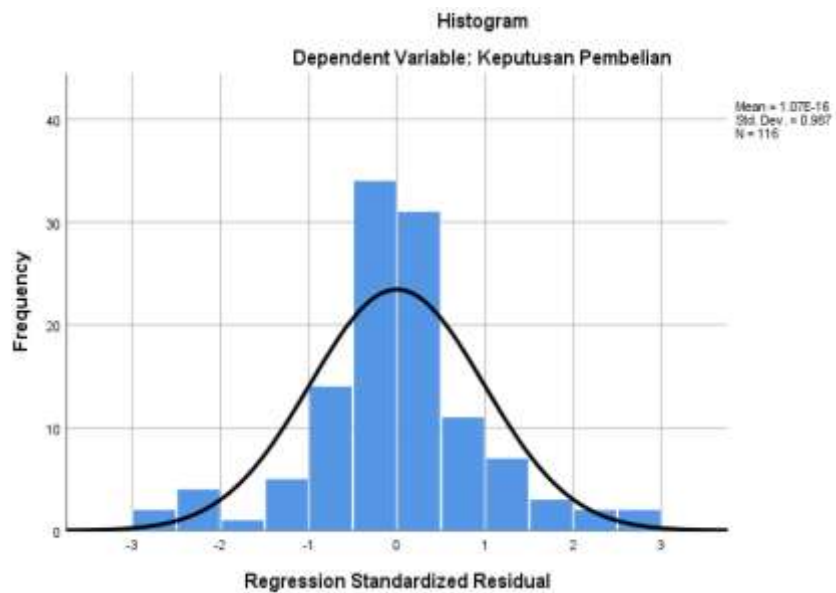
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel Hasil (Heteroskedastisitas)



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Lampiran 6 Uji Hipotesis

R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.900	1.28673

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Influencer Marketing, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji T Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.161	1.961		3.652	.000
	Influencer Marketing	-.127	.063	-.110	-2.031	.045
	Brand Image	.411	.072	.428	5.741	.000
	Kualitas Produk	.584	.060	.639	9.654	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1489.915	3	496.638	299.963	.000 ^b
	Residual	160.600	97	1.656		
	Total	1650.515	100			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Influencer Marketing, Brand Image

Lampiran 7 Hasil Turnitin

Analisis Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2glow Perfect Cover Cushion Pada Aplikasi Tiktok Shop

ORIGINALITY REPORT

15 %	14 %	12 %	12 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	5 %
2	penerbitgoodwood.com Internet Source	1 %
3	publikasi.mercubuana.ac.id Internet Source	1 %
4	infeb.org Internet Source	1 %
5	journal.neolectura.com Internet Source	1 %
6	digilib.unila.ac.id Internet Source	1 %
7	jurnal.iicet.org Internet Source	1 %
8	prosiding.borobudur.ac.id Internet Source	1 %
9	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1 %
10	Abdurrahman Abdurrahman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kabupaten Sumbawa Besar)", Target : Jurnal Manajemen Bisnis, 2019 Publication	1 %

Lampiran 8 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Pst 148&141 E-mail : febi@untag-sby.ac.id

SEMESTER
Gasal/ Genap

2025 / 2026

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



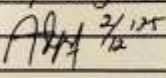


Nama Mahasiswa / NBI : Jawaa Bonan Nuh Adila

Nama Pembimbing : I.A. Nuh Kartini SE., MM

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Perfect Cover Cushion

Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak. **Selesai Bimbingan Tanggal**

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	Kamis 11/9 ²⁵	JUDUL	ACC	
2	Rabu 1/10 ²⁵	BAB I	Revisi	
3	Rabu 1/10 ²⁵	BAB II	Revisi	
4	Jumat 3/10 ²⁵	BAB II	ACC	
5	Kamis 9/10 ²⁵	BAB III	ACC	
6	Senin 22/10 ²⁵	BAB IV	Revisi	
7	Senin 12/11 ²⁵	BAB IV	Revisi	
8	Rabu 26/11 ²⁵	BAB IV, V	ACC	
		Abstrak	ACC	
			SKRIPSI UNIS SEP DITOLONG	
				

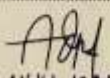
Perpanjang I _____

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kajar : _____

Surabaya,



IDA AYU NUH KARTINI, SE, MM

(Nama dan tanda tangan Pembimbing)