LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Product Innovation, Perceived Quality*, dan *Price Bundling* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Finally Found You* pada Pengguna Aktif TikTok Shop di Surabaya

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto, mahasiswa Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sedang melaksanakan penelitian untuk melengkapi tugas akademik dan memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Strata-1 (S1). Adapun judul penelitian saya adalah "Pengaruh *Product Innovation, Perceived Quality,* dan *Price Bundling* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Finally Found You* pada Pengguna Aktif TikTok Shop di Surabaya."

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data penelitian mengenai pendapat dan pengalaman konsumen terhadap produk *skincare Finally Found You* di TikTok Shop. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai kondisi sebenarnya, dengan beberapa kriteria penelitian sebagai berikut:

1. Pengguna aktif TikTok Shop berusia 17-35 tahun
2. Mengetahui dan pernah membeli produk *Skincare Finally Found You* minimal satu kali.
3. Berdomisili di Kota Surabaya

Seluruh data dan informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik penelitian. Atas kesediaan dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih. Semoga kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang terbaik.

A. IDENTITAS RESPONDEN

a. Nama :
b. Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki
☐ Perempuan

c. Usia : ☐17-23 Tahun
☐24-29 Tahun
☐30-35 Tahun

d. Pekerjaan : ☐Pelajar/Mahasiswa
☐Wirausaha
☐Karyawan
☐Ibu Rumah Tangga
☐Lainnya

e. Pendapatan : ☐< Rp1.000.000
☐Rp1.000.001 – Rp2.000.000
☐Rp2.000.001 – Rp3.000.000
☐Rp3.000.001 – Rp4.000.000
☐> Rp4.000.000

f. Apakah anda berdomisili di Surabaya?
☐Ya
☐Tidak

g. Apakah Anda pernah membeli produk *skincare Finally Found You* melalui aplikasi TikTok Shop?
☐Ya
☐Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN

a) Pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda pada setiap pernyataan yang tersedia.

b) Setiap pernyataan memiliki lima alternatif jawaban, yaitu:

SS : Sangat Setuju (5)

S: Setuju (4)

RG: Ragu-ragu (3)

TS: Tidak Setuju (2)

STS: Sangat Tidak Setuju (1)

C. PERNYATAAN PENELITIAN

1. *Product Innovation* (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya merasa perubahan desain pada produk *Finally Found You* menunjukkan adanya perbaikan dari desain sebelumnya.					
2	*Finally Found You* menghadirkan teknologi dan formula produk yang membuat manfaat produk terasa lebih efektif.					
3	*Finally Found You* menghadirkan cara baru dalam penggunaan dan perawatan kulit yang lebih praktis dan bermanfaat bagi konsumen.					
4	*Finally Found You* mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan tren perawatan kulit konsumen.					
5	*Finally Found You* memodifikasi kemasan dan kandungan produknya agar menjadi lebih baik dari sebelumnya.					

2. *Perceived Quality* (X2)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Produk *Finally Found You* mampu memberikan manfaat perawatan kulit sesuai dengan fungsi dan klaim produk yang dijanjikan.					
2	Produk *Finally Found You* dapat digunakan dengan baik secara rutin dalam jangka waktu tertentu tanpa menimbulkan masalah pada kulit.					
3	Kandungan dan manfaat tambahan pada produk *Finally Found You* menjadi pembeda dibanding produk skincare lainnya.					
4	Produk *Finally Found You* tetap nyaman dan memberikan hasil yang baik meskipun digunakan dalam jangka waktu tertentu.					
5	Produk *Finally Found You* memiliki kualitas yang sesuai dengan manfaat dan fungsi produk seperti yang diinformasikan kepada konsumen.					
6	Desain kemasan dan tampilan produk *Finally Found You* terlihat menarik dan meningkatkan ketertarikan saya untuk membeli produk tersebut.					

3. *Price Bundling* (X3)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Paket bundling *Finally Found You* memberikan kemudahan bagi saya untuk memperoleh beberapa produk skincare dengan harga yang lebih ekonomis.					
2	Harga paket yang ditawarkan *Finally Found You* sesuai dengan manfaat yang diperoleh.					
3	Perbedaan harga antara produk satuan dan paket/bundling membuat saya lebih tertarik membeli produk bundling.					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Produk *Finally Found You* membuat saya tertarik membeli karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan perawatan kulit saya.					
2	Informasi dan promosi produk *Finally Found You* di TikTok Shop membuat saya tertarik untuk mencoba produk tersebut.					
3	Kualitas produk *Finally Found You* membuat saya merasa yakin untuk membelinya dibanding produk skincare lain.					
4	Pengalaman positif saat menggunakan produk *Finally Found You* membuat saya yakin untuk membeli kembali produk tersebut di masa mendatang.					

Lampiran 2. Tabulasi Data

1. Hasil Tabulasi Data Variabel *Product Innovation* (X1)

No Responden	Variabel *Product Innovation* (X1)					Total	Rata-rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
1	3	4	3	5	4	19	3,80
2	4	3	5	4	4	20	4,00
3	4	5	5	3	4	21	4,20
4	4	3	3	5	4	19	3,80
5	3	2	2	3	4	14	2,80
6	5	5	5	4	4	23	4,60
7	3	4	3	5	4	19	3,80
8	4	5	4	5	5	23	4,60
9	5	4	5	4	5	23	4,60
10	4	3	4	3	3	17	3,40
11	3	3	4	3	5	18	3,60
12	3	4	3	4	3	17	3,40
13	4	4	3	4	4	19	3,80
14	4	4	3	4	4	19	3,80
15	3	2	3	3	4	15	3,00
16	4	5	5	4	5	23	4,60
17	4	5	4	4	5	22	4,40
18	4	5	5	4	5	23	4,60
19	4	5	4	5	4	22	4,40
20	3	5	4	5	3	20	4,00
21	3	5	5	4	5	22	4,40
22	5	3	4	3	4	19	3,80
23	5	3	4	3	4	19	3,80
24	4	3	4	3	5	19	3,80
25	5	3	4	3	4	19	3,80
26	4	3	5	4	5	21	4,20
27	4	4	5	3	5	21	4,20
28	5	4	4	5	4	22	4,40

No Responden	Variabel *Product Innovation* (X1)					Total	Rata-rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
29	4	5	3	5	5	22	4,40
30	4	4	5	3	5	21	4,20
31	5	4	4	5	3	21	4,20
32	3	3	4	2	5	17	3,40
33	4	5	5	4	5	23	4,60
34	4	5	4	5	4	22	4,40
35	4	4	3	5	4	20	4,00
36	4	4	3	5	4	20	4,00
37	3	3	4	4	4	18	3,60
38	5	4	5	4	3	21	4,20
39	3	4	5	4	3	19	3,80
40	4	5	4	5	4	22	4,40
41	4	5	4	5	5	23	4,60
42	5	5	3	4	4	21	4,20
43	4	4	5	5	4	22	4,40
44	3	4	3	4	4	18	3,60
45	4	5	3	5	4	21	4,20
46	3	4	3	4	5	19	3,80
47	4	5	4	4	5	22	4,40
48	4	5	4	5	5	23	4,60
49	4	5	5	4	3	21	4,20
50	4	5	3	5	4	21	4,20
51	4	3	5	4	4	20	4,00
52	3	5	4	4	5	21	4,20
53	4	5	3	5	4	21	4,20
54	4	5	5	4	4	22	4,40
55	4	5	3	5	4	21	4,20
56	4	3	5	4	4	20	4,00
57	4	5	3	4	5	21	4,20
58	4	5	4	3	4	20	4,00
59	4	3	5	3	4	19	3,80
60	4	3	4	3	5	19	3,80

No Responden	Variabel *Product Innovation* (X1)					Total	Rata-rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
61	5	4	5	3	4	21	4,20
62	4	3	5	4	5	21	4,20
63	5	4	5	3	4	21	4,20
64	5	4	5	3	4	21	4,20
65	4	5	3	5	4	21	4,20
66	5	4	5	4	5	23	4,60
67	5	4	3	5	4	21	4,20
68	4	3	5	4	5	21	4,20
69	5	4	5	4	3	21	4,20
70	5	5	4	3	4	21	4,20
71	5	4	5	5	3	22	4,40
72	4	3	5	4	5	21	4,20
73	4	5	3	5	4	21	4,20
74	5	4	5	4	5	23	4,60
75	4	5	3	5	4	21	4,20
76	5	4	5	4	5	23	4,60
77	4	4	5	4	4	21	4,20
78	5	4	4	5	3	21	4,20
79	4	5	5	4	5	23	4,60
80	4	5	3	5	4	21	4,20
81	4	5	3	4	5	21	4,20
82	5	4	5	5	4	23	4,60
83	4	5	4	5	5	23	4,60
84	5	4	4	3	4	20	4,00
85	5	4	5	3	4	21	4,20
86	4	4	5	5	4	22	4,40
87	4	4	5	4	4	21	4,20
88	4	4	5	5	3	21	4,20
89	4	5	5	4	4	22	4,40
90	5	4	4	5	5	23	4,60
91	4	5	4	2	4	19	3,80
92	5	5	4	4	5	23	4,60

No Responden	Variabel *Product Innovation* (X1)					Total	Rata-rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
93	4	5	5	4	5	23	4,60
94	4	4	4	4	4	20	4,00
95	5	4	5	3	4	21	4,20
96	5	4	5	4	5	23	4,60
Total Score	397	400	399	391	407	1994	398,8
Rata-Rata Score	4,14	4,17	4,16	4,07	4,24	20,78	4,15

2. Hasil Tabulasi Data Variabel *Perceived Quality* (X2)

No Responden	Variabel *Perceived Quality* (X2)						Total	Rata-rata
	X2.1	X2.1	X2.3	X2.4	X3.5	X2.6		
1	4	3	5	3	3	4	22	3,67
2	3	5	3	4	4	5	24	4,00
3	4	3	3	5	5	4	24	4,00
4	4	3	5	5	4	3	24	4,00
5	4	2	2	3	3	2	16	2,67
6	4	5	5	4	4	5	27	4,50
7	4	4	4	4	4	4	24	4,00
8	4	5	4	5	5	5	28	4,67
9	5	4	5	4	5	4	27	4,50
10	5	5	5	4	4	4	27	4,50
11	5	4	4	5	5	3	26	4,33
12	4	3	4	3	4	3	21	3,50
13	3	4	4	5	5	5	26	4,33
14	4	3	3	4	4	4	22	3,67
15	3	1	3	4	4	5	20	3,33
16	4	5	3	4	4	5	25	4,17
17	4	4	4	3	4	5	24	4,00
18	4	4	5	4	5	5	27	4,50
19	4	4	4	4	5	5	26	4,33

No Responden	Variabel *Perceived Quality* (X2)						Total	Rata-rata
	X2.1	X2.1	X2.3	X2.4	X3.5	X2.6		
20	4	3	5	4	5	4	25	4,17
21	4	3	3	5	3	4	22	3,67
22	3	4	4	3	5	4	23	3,83
23	4	3	3	5	4	5	24	4,00
24	4	5	3	4	3	5	24	4,00
25	4	3	3	5	4	5	24	4,00
26	4	3	3	5	4	5	24	4,00
27	4	5	3	5	4	4	25	4,17
28	5	3	5	4	4	5	26	4,33
29	4	5	4	4	5	3	25	4,17
30	4	5	3	5	4	4	25	4,17
31	5	4	5	5	3	5	27	4,50
32	3	4	2	4	3	3	19	3,17
33	3	5	4	4	5	3	24	4,00
34	3	4	4	5	5	5	26	4,33
35	4	5	4	5	4	3	25	4,17
36	4	4	5	4	3	4	24	4,00
37	4	3	3	3	4	3	20	3,33
38	4	5	4	5	4	4	26	4,33
39	4	4	5	3	4	2	22	3,67
40	5	5	5	4	3	4	26	4,33
41	4	5	3	4	5	4	25	4,17
42	5	4	5	3	4	5	26	4,33
43	5	3	4	5	4	5	26	4,33
44	5	4	5	3	4	5	26	4,33
45	4	5	4	4	5	4	26	4,33
46	5	4	3	5	4	4	25	4,17
47	4	5	3	4	4	5	25	4,17
48	4	5	3	5	4	4	25	4,17
49	4	5	2	3	5	5	24	4,00
50	5	4	5	3	5	4	26	4,33
51	5	4	5	3	5	4	26	4,33

No Responden	Variabel *Perceived Quality* (X2)						Total	Rata-rata
	X2.1	X2.1	X2.3	X2.4	X3.5	X2.6		
52	5	4	5	3	5	4	26	4,33
53	5	4	5	3	5	4	26	4,33
54	3	5	4	4	5	5	26	4,33
55	5	4	5	3	5	4	26	4,33
56	5	4	5	3	5	4	26	4,33
57	4	5	4	3	4	5	25	4,17
58	5	4	5	3	4	3	24	4,00
59	5	4	5	3	4	5	26	4,33
60	5	4	3	4	3	5	24	4,00
61	4	3	4	5	3	4	23	3,83
62	4	5	3	5	3	4	24	4,00
63	4	5	5	4	3	4	25	4,17
64	5	4	5	3	5	4	26	4,33
65	5	4	5	3	5	4	26	4,33
66	4	5	3	5	4	5	26	4,33
67	5	4	5	5	4	5	28	4,67
68	4	5	4	5	4	3	25	4,17
69	4	5	4	5	5	4	27	4,50
70	5	4	5	4	4	5	27	4,50
71	4	5	4	5	3	5	26	4,33
72	4	5	4	5	5	4	27	4,50
73	5	4	5	3	5	4	26	4,33
74	4	5	3	5	4	5	26	4,33
75	5	4	5	3	5	4	26	4,33
76	4	5	3	5	4	5	26	4,33
77	5	4	3	5	5	5	27	4,50
78	4	5	5	4	5	3	26	4,33
79	4	3	5	4	4	5	25	4,17
80	5	5	4	4	5	3	26	4,33
81	4	4	5	5	3	4	25	4,17
82	5	3	4	4	5	5	26	4,33
83	4	5	3	5	4	4	25	4,17

No Responden	Variabel *Perceived Quality* (X2)						Total	Rata-rata
	X2.1	X2.1	X2.3	X2.4	X3.5	X2.6		
84	4	4	5	5	4	5	27	4,50
85	5	5	4	4	5	3	26	4,33
86	5	5	4	4	4	4	26	4,33
87	4	4	5	5	5	4	27	4,50
88	5	5	4	4	3	5	26	4,33
89	4	4	5	4	5	5	27	4,50
90	5	5	4	5	5	2	26	4,33
91	5	4	4	5	5	5	28	4,67
92	5	5	4	4	5	4	27	4,50
93	4	5	5	5	4	5	28	4,67
94	4	4	4	4	4	4	24	4,00
95	5	5	3	4	4	3	24	4,00
96	4	3	4	5	5	4	25	4,17
Total Score	411	401	389	398	408	403	2410	401,67
Rata-Rata Score	4,28	4,18	4,05	4,15	4,25	4,20	25,10	4,18

3. Hasil Tabulasi Data Variabel *Price Bundling* (X3)

No Responden	Variabel *Price Bundling* (X3)			Total	Rata-rata
	X3.1	X3.2	X3.3		
1	4	3	3	10	3,33
2	3	3	4	10	3,33
3	3	4	5	12	4,00
4	4	3	5	12	4,00
5	3	2	3	8	2,67
6	5	5	5	15	5,00
7	4	4	4	12	4,00
8	5	4	4	13	4,33
9	4	5	4	13	4,33
10	5	4	5	14	4,67

No Responden	Variabel *Price Bundling* (X3)			Total	Rata-rata
	X3.1	X3.2	X3.3		
11	3	3	5	11	3,67
12	4	3	3	10	3,33
13	5	4	4	13	4,33
14	4	4	4	12	4,00
15	3	4	3	10	3,33
16	5	4	3	12	4,00
17	4	4	4	12	4,00
18	4	3	4	11	3,67
19	3	5	5	13	4,33
20	3	4	3	10	3,33
21	4	3	5	12	4,00
22	4	3	3	10	3,33
23	4	3	5	12	4,00
24	4	3	3	10	3,33
25	4	3	3	10	3,33
26	5	4	5	14	4,67
27	5	4	5	14	4,67
28	3	5	4	12	4,00
29	5	4	5	14	4,67
30	5	5	4	14	4,67
31	4	4	5	13	4,33
32	4	3	4	11	3,67
33	5	4	5	14	4,67
34	5	4	3	12	4,00
35	4	5	5	14	4,67
36	5	5	5	15	5,00
37	3	4	4	11	3,67
38	5	4	3	12	4,00
39	4	3	4	11	3,67
40	4	5	4	13	4,33
41	5	4	4	13	4,33

No Responden	Variabel *Price Bundling* (X3)			Total	Rata-rata
	X3.1	X3.2	X3.3		
42	4	5	5	14	4,67
43	4	5	5	14	4,67
44	4	5	5	14	4,67
45	3	5	4	12	4,00
46	3	4	5	12	4,00
47	4	5	4	13	4,33
48	4	5	4	13	4,33
49	3	5	3	11	3,67
50	5	5	4	14	4,67
51	5	4	4	13	4,33
52	4	5	5	14	4,67
53	5	4	4	13	4,33
54	5	4	4	13	4,33
55	4	5	4	13	4,33
56	4	4	5	13	4,33
57	4	5	4	13	4,33
58	4	3	5	12	4,00
59	5	3	4	12	4,00
60	3	5	4	12	4,00
61	5	3	4	12	4,00
62	4	3	5	12	4,00
63	4	5	4	13	4,33
64	4	3	5	12	4,00
65	4	5	3	12	4,00
66	5	4	5	14	4,67
67	4	3	4	11	3,67
68	4	5	4	13	4,33
69	5	3	4	12	4,00
70	4	5	4	13	4,33
71	4	5	4	13	4,33
72	3	5	4	12	4,00

No Responden	Variabel *Price Bundling* (X3)			Total	Rata-rata
	X3.1	X3.2	X3.3		
73	4	5	4	13	4,33
74	5	4	5	14	4,67
75	4	5	4	13	4,33
76	5	4	5	14	4,67
77	5	5	4	14	4,67
78	4	5	5	14	4,67
79	4	5	5	14	4,67
80	5	4	5	14	4,67
81	5	4	4	13	4,33
82	4	5	3	12	4,00
83	4	5	3	12	4,00
84	5	5	4	14	4,67
85	5	3	5	13	4,33
86	5	4	5	14	4,67
87	4	4	5	13	4,33
88	5	5	4	14	4,67
89	4	5	5	14	4,67
90	2	5	5	12	4,00
91	4	4	5	13	4,33
92	5	5	4	14	4,67
93	5	5	4	14	4,67
94	4	4	4	12	4,00
95	5	4	3	12	4,00
96	3	4	5	12	4,00
Total Score	401	400	405	1206	402
Rata-Rata Score	4,18	4,17	4,22	12,56	4,19

4. Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Responden	Variabel Keputusan Pembelian (Y)				Total	Rata-rata
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
1	4	2	4	3	13	3,25
2	3	4	5	4	16	4,00
3	4	4	3	5	16	4,00
4	3	5	4	4	16	4,00
5	3	3	5	4	15	3,75
6	4	5	4	5	18	4,50
7	4	4	4	4	16	4,00
8	4	5	5	5	19	4,75
9	5	4	5	4	18	4,50
10	5	4	4	4	17	4,25
11	3	2	5	5	15	3,75
12	4	4	3	3	14	3,50
13	4	5	4	4	17	4,25
14	4	3	3	4	14	3,50
15	4	4	4	3	15	3,75
16	3	4	4	5	16	4,00
17	4	5	4	5	18	4,50
18	4	5	5	5	19	4,75
19	4	4	5	5	18	4,50
20	2	4	4	5	15	3,75
21	4	3	3	5	15	3,75
22	2	4	5	4	15	3,75
23	4	3	3	5	15	3,75
24	2	4	4	5	15	3,75
25	2	3	4	5	14	3,50
26	5	4	3	5	17	4,25
27	3	5	4	4	16	4,00
28	5	5	4	4	18	4,50
29	3	5	4	4	16	4,00
30	5	3	5	4	17	4,25

No Responden	Variabel Keputusan Pembelian (Y)				Total	Rata-rata
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
31	4	5	3	4	16	4,00
32	3	4	4	4	15	3,75
33	3	5	4	4	16	4,00
34	4	3	5	5	17	4,25
35	4	3	5	5	17	4,25
36	4	5	4	4	17	4,25
37	3	4	4	5	16	4,00
38	4	5	4	5	18	4,50
39	4	4	4	5	17	4,25
40	4	3	5	4	16	4,00
41	5	3	4	5	17	4,25
42	4	3	5	4	16	4,00
43	5	4	5	4	18	4,50
44	4	3	5	5	17	4,25
45	4	5	3	4	16	4,00
46	4	3	5	4	16	4,00
47	5	3	4	5	17	4,25
48	5	4	5	5	19	4,75
49	4	3	5	5	17	4,25
50	4	5	5	4	18	4,50
51	3	5	4	4	16	4,00
52	5	3	5	4	17	4,25
53	3	5	4	4	16	4,00
54	4	5	5	4	18	4,50
55	5	3	4	4	16	4,00
56	5	3	4	4	16	4,00
57	4	3	5	5	17	4,25
58	4	5	3	4	16	4,00
59	4	3	5	4	16	4,00
60	4	5	3	4	16	4,00
61	4	5	3	4	16	4,00
62	5	4	3	4	16	4,00

No Responden	Variabel Keputusan Pembelian (Y)				Total	Rata-rata
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
63	5	3	5	4	17	4,25
64	5	4	3	5	17	4,25
65	5	4	5	4	18	4,50
66	5	5	4	4	18	4,50
67	4	3	5	5	17	4,25
68	4	3	5	5	17	4,25
69	4	3	5	5	17	4,25
70	5	5	4	4	18	4,50
71	4	5	4	4	17	4,25
72	4	4	4	5	17	4,25
73	5	4	5	3	17	4,25
74	5	5	4	4	18	4,50
75	5	4	5	3	17	4,25
76	5	5	4	4	18	4,50
77	4	4	5	5	18	4,50
78	5	5	4	4	18	4,50
79	4	5	3	5	17	4,25
80	4	4	5	5	18	4,50
81	4	5	3	4	16	4,00
82	5	5	5	3	18	4,50
83	5	4	5	3	17	4,25
84	4	4	4	5	17	4,25
85	4	4	5	3	16	4,00
86	4	4	5	5	18	4,50
87	5	5	4	4	18	4,50
88	4	5	4	4	17	4,25
89	4	4	4	5	17	4,25
90	4	4	5	5	18	4,50
91	5	5	5	2	17	4,25
92	5	5	5	3	18	4,50
93	5	4	5	5	19	4,75
94	4	4	4	4	16	4,00

No Responden	Variabel Keputusan Pembelian (Y)				Total	Rata-rata
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
95	3	4	5	4	16	4,00
96	5	4	3	4	16	4,00
Total Score	393	390	409	411	1603	401
Rata-Rata Score	4,09	4,06	4,26	4,28	16,70	4,17

Lampiran 3. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas *Product Innovation* (X1)

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P19
P01	Pearson Correlation	1	.226	.390*	.590**	.037	.434*
	Sig. (2-tailed)		.229	.033	<,001	.845	.016
	N	30	30	30	30	30	30
P02	Pearson Correlation	.226	1	.330	.259	.425*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.229		.075	.168	.019	<,001
	N	30	30	30	30	30	30
P03	Pearson Correlation	.390*	.330	1	.269	.296	.686**
	Sig. (2-tailed)	.033	.075		.151	.112	<,001
	N	30	30	30	30	30	30
P04	Pearson Correlation	.590**	.259	.269	1	-.203	.378*
	Sig. (2-tailed)	<,001	.168	.151		.282	.039
	N	30	30	30	30	30	30
P05	Pearson Correlation	.037	.425*	.296	-.203	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.845	.019	.112	.282		.003
	N	30	30	30	30	30	30
P19	Pearson Correlation	.434*	.741**	.686**	.378*	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.016	<,001	<,001	.039	.003	
	N	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	5

Uji Validitas dan Reliabilitas *Perceived Quality* (X2)

Correlations

		P06	P07	P08	P09	P10	P11	P19
P06	Pearson Correlation	1	.365*	-.056	-.028	.218	-.123	.376*
	Sig. (2-tailed)		.047	.770	.882	.247	.518	.041
	N	30	30	30	30	30	30	30
P07	Pearson Correlation	.365*	1	.173	.186	.303	.511**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.047		.360	.326	.104	.004	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
P08	Pearson Correlation	-.056	.173	1	.474**	.302	.204	.575**
	Sig. (2-tailed)	.770	.360		.008	.105	.280	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
P09	Pearson Correlation	-.028	.186	.474**	1	.197	.524**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.882	.326	.008		.298	.003	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.218	.303	.302	.197	1	.151	.511**
	Sig. (2-tailed)	.247	.104	.105	.298		.425	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	-.123	.511**	.204	.524**	.151	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.518	.004	.280	.003	.425		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
P19	Pearson Correlation	.376*	.665**	.575**	.563**	.511**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.041	<,001	<,001	.001	.004	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.624	6

Uji Validitas dan Reliabilitas *Price Bundling* (X3)

Correlations

		P12	P13	P14	P19
P12	Pearson Correlation	1	.329	.298	.525**
	Sig. (2-tailed)		.076	.110	.003
	N	30	30	30	30
P13	Pearson Correlation	.329	1	.449*	.658**
	Sig. (2-tailed)	.076		.013	<,001
	N	30	30	30	30
P14	Pearson Correlation	.298	.449*	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.110	.013		<,001
	N	30	30	30	30
P19	Pearson Correlation	.525**	.658**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	3

Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		P15	P16	P17	P18	P19
P15	Pearson Correlation	1	-.010	.233	.300	.620**
	Sig. (2-tailed)		.958	.215	.107	<,001
	N	30	30	30	30	30
P16	Pearson Correlation	-.010	1	.401*	.340	.522**
	Sig. (2-tailed)	.958		.028	.066	.003
	N	30	30	30	30	30
P17	Pearson Correlation	.233	.401*	1	.408*	.591**
	Sig. (2-tailed)	.215	.028		.025	<,001
	N	30	30	30	30	30
P18	Pearson Correlation	.300	.340	.408*	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	.107	.066	.025		<,001
	N	30	30	30	30	30
P19	Pearson Correlation	.620**	.522**	.591**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	.003	<,001	<,001	
	N	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.607	4

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	36052.832	8	4506.604	7.986	<,001
		Linearity	32204.537	1	32204.537	57.067	<,001
		Deviation from Linearity	3848.295	7	549.756	.974	.455
	Within Groups		49096.908	87	564.332		
	Total		85149.740	95			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	39316.171	10	3931.617	7.291	<,001
		Linearity	33062.707	1	33062.707	61.316	<,001
		Deviation from Linearity	6253.463	9	694.829	1.289	.255
	Within Groups		45833.569	85	539.218		
	Total		85149.740	95			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	(Combined)	32991.257	6	5498.543	9.382	<,001
		Linearity	27172.726	1	27172.726	46.366	<,001
		Deviation from Linearity	5818.531	5	1163.706	1.986	.088
	Within Groups		52158.482	89	586.050		
	Total		85149.740	95			

b. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		21.04261946
Most Extreme Differences	Absolute		.061
	Positive		.060
	Negative		-.061
Test Statistic			.061
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.508
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.496
		Upper Bound	.521

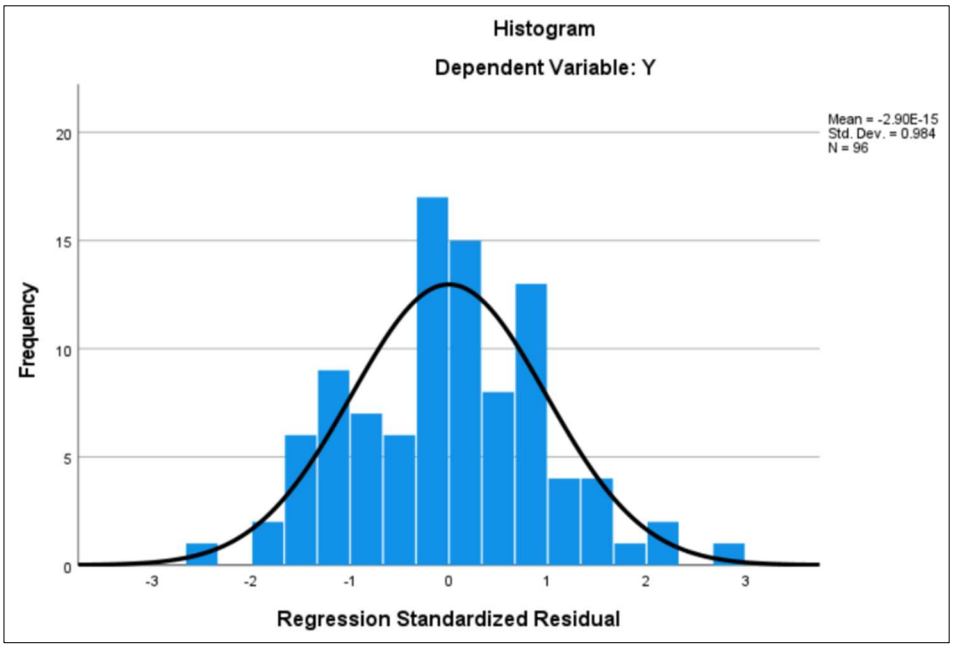
a. Test distribution is Normal.

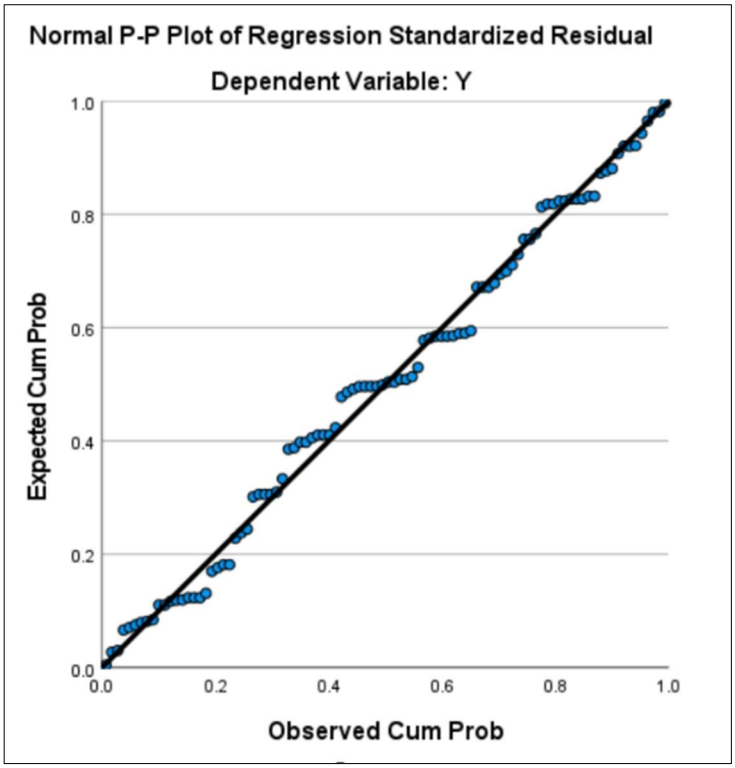
b. Calculated from data.

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 1502173562.




Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Y
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob
0.0
0.2
0.4
0.6
0.8
1.0

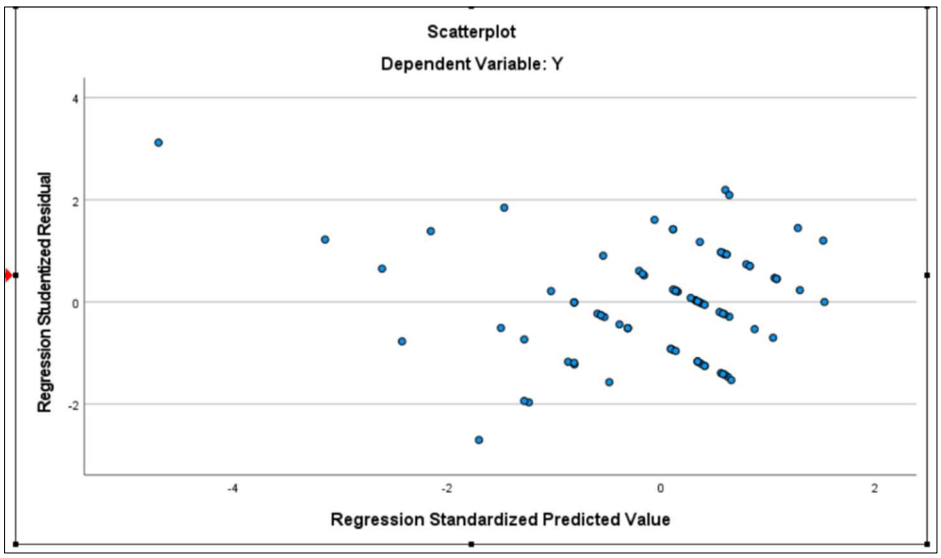
c. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	130.184	30.205		4.310	<,001		
	X1	.267	.080	.319	3.351	.001	.592	1.690
	X2	.273	.093	.298	2.935	.004	.522	1.914
	X3	.148	.064	.220	2.326	.022	.601	1.663

a. Dependent Variable: Y

d. Uji Heteroskedastisitas



e. Regresi linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	130.184	30.205		4.310	<,001		
	X1	.267	.080	.319	3.351	.001	.592	1.690
	X2	.273	.093	.298	2.935	.004	.522	1.914
	X3	.148	.064	.220	2.326	.022	.601	1.663

a. Dependent Variable: Y

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711[a]	.506	.490	21.38295

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	130.184	30.205		4.310	<,001
	X1	.267	.080	.319	3.351	.001
	X2	.273	.093	.298	2.935	.004
	X3	.148	.064	.220	2.326	.022

a. Dependent Variable: Y

b. Uji F (Simultan)

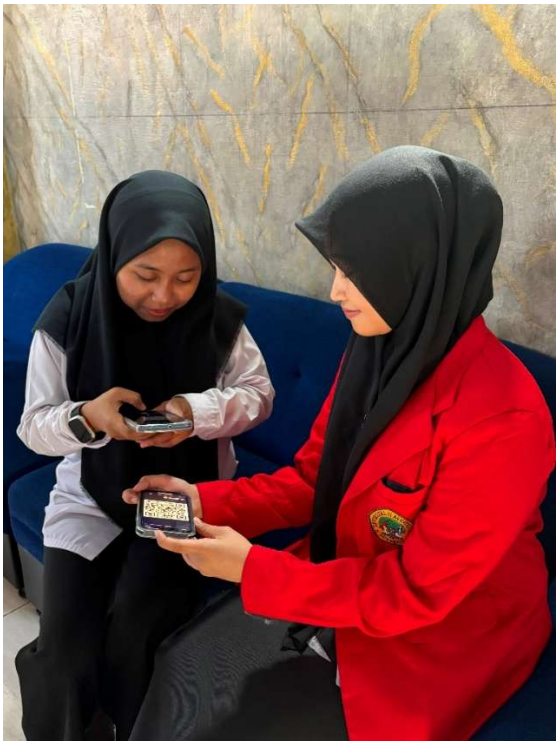
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43084.515	3	14361.505	31.410	<,001[b]
	Residual	42065.224	92	457.231		
	Total	85149.740	95			

a. Dependent Variable: Y

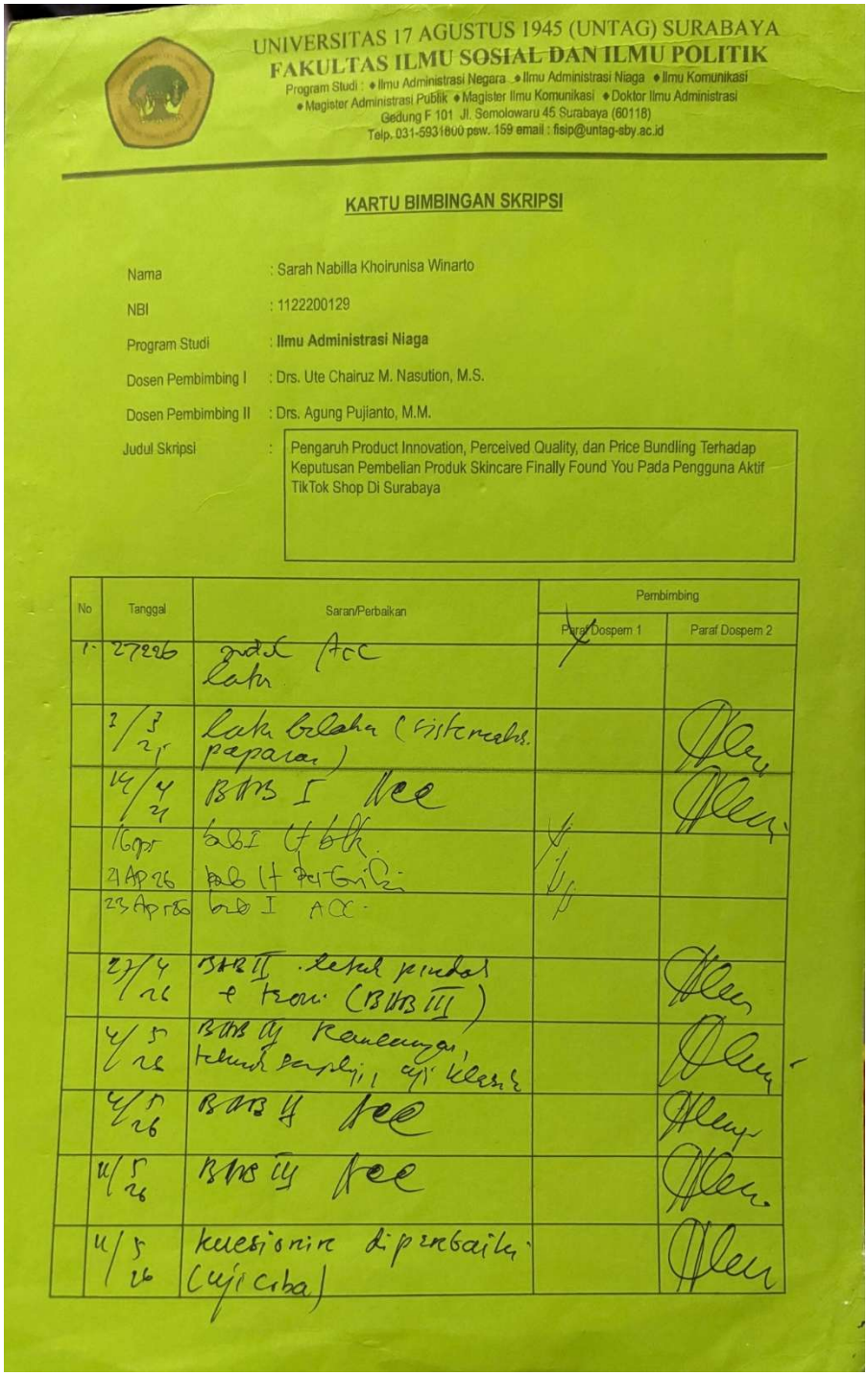
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian





Lampiran 7. Kartu Bimbingan Skripsi

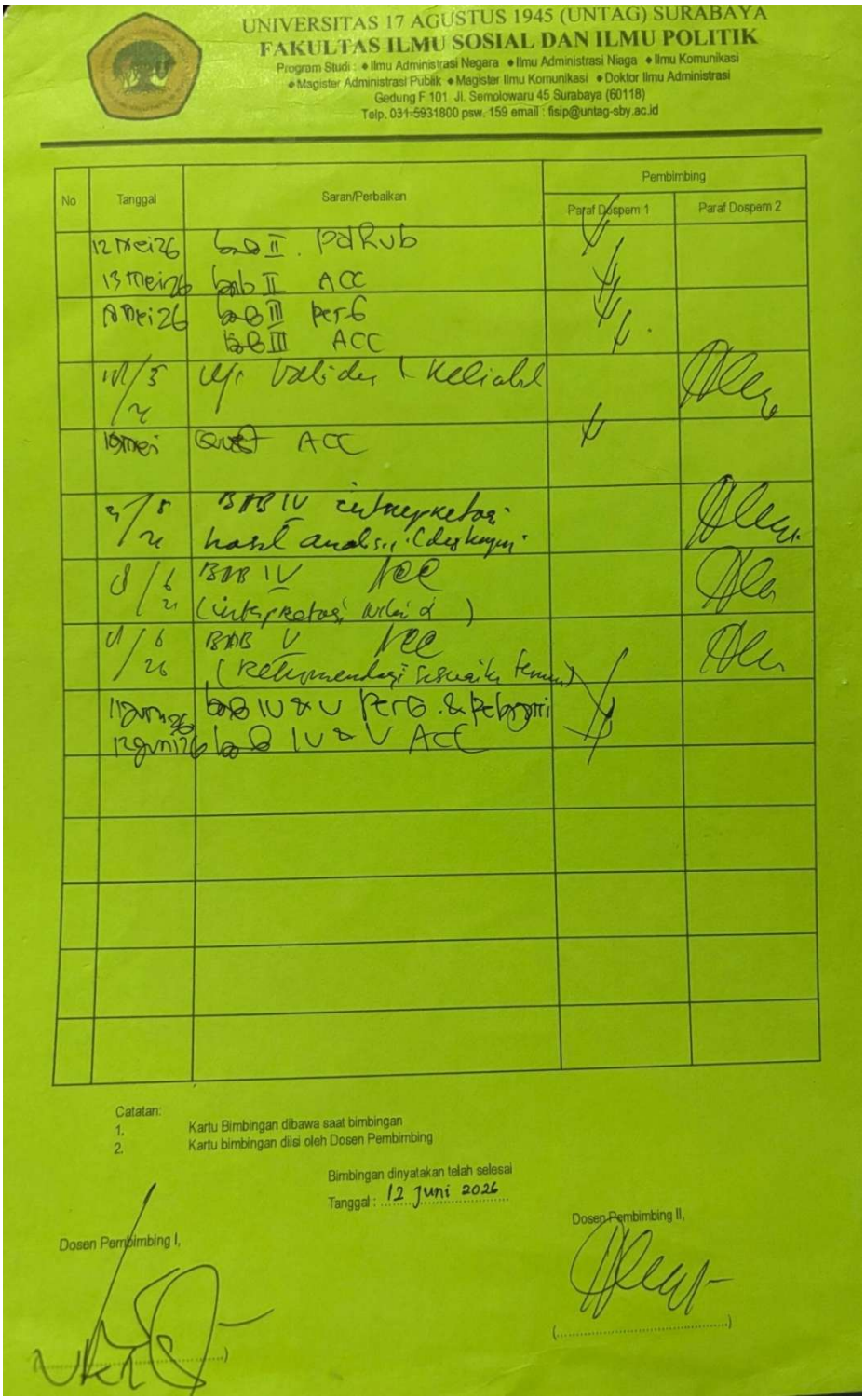


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ♦ Ilmu Administrasi Negara ♦ Ilmu Administrasi Niaga ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto
NBI : 1122200129
Program Studi : **Ilmu Administrasi Niaga**
Dosen Pembimbing I : Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
Dosen Pembimbing II : Drs. Agung Pujianto, M.M.
Judul Skripsi : Pengaruh Product Innovation, Perceived Quality, dan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Finally Found You Pada Pengguna Aktif TikTok Shop Di Surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	27/2/26	judul ACC bab I		
	2/3/26	bab I bahasa (sistematis, paparan)		
	14/4/26	BAB I ACC		
	16/4/26	bab I (tabel)		
	21/4/26	bab II perbaiki		
	23/4/26	bab I ACC		
	27/4/26	BAB II. tekstur jurnal e-book (BAB III)		
	4/5/26	BAB III rancangan teknik analisis, uji validitas		
	4/5/26	BAB II ACC		
	4/5/26	BAB III ACC		
	4/5/26	kuesioner diperbaiki (uji coba)		



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ♦ Ilmu Administrasi Negara ♦ Ilmu Administrasi Niaga ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	12 Mei 26	bab II. perRub		
	13 Mei 26	bab II ACC		
	18 Mei 26	bab III perb		
	19/5 '26	bab III ACC		
	19 Mei	Uji Validitas Reliabilitas		
		Quest ACC		
	27/5 '26	BAB IV interpretasi hasil analisis deskriptif		
	3/6 '26	BAB IV ACC (interpretasi nilai d)		
	11/6 '26	BAB V ACC (Rekomendasi sesuai temuan)		
	11 Juni 26	bab IV & V perb. & Pelengkapi		
	12 Juni 26	bab IV & V ACC		

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai
Tanggal : 12 Juni 2026

Dosen Pembimbing I,

(.....)

Dosen Pembimbing II,

(.....)

Lampiran 8. 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: 1074 /SK/KWU-K/Genap/VII/2025

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 : Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto

NBI 1122200129

telah menyelesaikan pembayaran Laboratorium Kewirausahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 27 Juli 2025
Kalab Kewirausahaan,

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

Lampiran 9. SK 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:998/K/LOD/VI/2026

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 : Sarah Nabilla Khoirunisa
NBI : 1122200129

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, 17 Juni 2026

Mengetahui
Kepala Lab. Otoda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Lampiran 10. Hasil Turnitin

Skripsi

ORIGINALITY REPORT

19%	17%	13%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
3	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
4	repository.unissula.ac.id Internet Source	1%
5	journal.admi.or.id Internet Source	<1%
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
7	Fadhillah Ramadhani, Aisyah Azhar Adam. "Analisis Brand Image, Intensity Of Promotion dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Cat Mowilex Pada Toko Hartono Jaya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1%
8	repository.undaris.ac.id:8080 Internet Source	<1%
9	Fenti Furnamasari, Arsa Arsa, Victor Diwantara. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang pada Depot Rakha Kabupaten Muaro Jambi", ARZUSIN, 2026 Publication	<1%

Lampiran 11. Loa Publikasi 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
5/02/2025/#2869
L.o.A
17/06/2025

Kepada
SARAH NABILLA KHOIRUNISA WINARTO,
sarahnabilla0208@gmail.com;
UTE CHAIRUZ M. NASUTION,
uthe@untag-sby.ac.id;
AGUNG PUDJIANTO,
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 *PRODUCT INNOVATION, PERCEIVED QUALITY, DAN PRICE BUNDLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE *FINALLY FOUND YOU* PADA PENGGUNA AKTIF *TIKTOK SHOP* DI SURABAYA"**, yang diterbitkan pada bulan Juni Tahun 2025: Volume 5, No. 02 (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. Lembar Revisi Ujian Skripsi

Dosen Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto

NIM :1122200129

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 29 Juni 2026

Judul Skripsi : Pengaruh Product Innovation, Perceived Quality, dan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Finally Found You Pada Pengguna Aktif TikTok Shop Di Surabaya

Catatan Perbaikan:

Surabaya, 3 Juni 2026

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.

Dosen Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto

NIM :1122200129

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 29 Juni 2026

Judul Skripsi : Pengaruh Product Innovation, Perceived Quality, dan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Finally Found You Pada Pengguna Aktif TikTok Shop Di Surabaya

Catatan Perbaikan:

Abstrak tanpa Alinea.

Surabaya, 8-7-2026

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

(Awin M)

Revisi dari Dosen Penguji,

(Awin Mulyati)

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

Dosen Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto

NIM :1122200129

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 29 Juni 2026

Judul Skripsi : Pengaruh Product Innovation, Perceived Quality, dan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Finally Found You Pada Pengguna Aktif TikTok Shop Di Surabaya

Catatan Perbaikan:

Daftar Pustaka.

Surabaya, 02 Juli 2026

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Diana Z. M.

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