

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Skala Likert	43
Tabel 3.2 Skala Interval.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 4.5 Uji Validitas	54
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Harga.....	57
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi <i>Content marketing</i>	60
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi <i>Beauty influencer</i>	63
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.11 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel Harga (X1)	69
Tabel 4.12 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel <i>Content marketing</i> (X2)	72
Tabel 4.13 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel <i>Beauty influencer</i> (X3).....	72
Tabel 4.14 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (X3).....	72
Tabel 4.15 Uji Linearitas Harga (X1)	77
Tabel 4.16 Uji Linearitas <i>Content marketing</i> (X2)	78
Tabel 4.17 Uji Linearitas <i>Beauty influencer</i> (X3)	78
Tabel 4.18 Uji One-sample Kolmogorov- Smirnov	79
Tabel 4.19 Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.22 Hasil Uji T	85
Tabel 4.23 Hasil Uji F	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun resmi instagram Hola Nails.....	2
Gambar 1.2 Konten instagram Hola Nails	3
Gambar 1.3 Review Oleh <i>Beauty influencer</i>	4
Gambar 1.4 Perbandingan Harga Salon <i>Nail art</i> Di Surabaya	29
Gambar 2.1 Tahap Proses Pembelian	34
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Offline Store Hola Nails di Tunjungan Plaza Surabaya	51
Gambar 4.2 Uji Normalitas Data Dengan Model Histogram	80
Gambar 4.3 Uji Normalitas Data Dengan Model Grafik P-Plot	80
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Quesioner Penelitian	99
Lampiran 2. Hasil Uji Instrumen Data	104
Lampiran 3. Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 4. Uji Regresi Linear berganda	111
Lampiran 5. Uji Hipotesis	112
Lampiran 6. Kartu Bimbingan Skripsi	113
Lampiran 7. SK Turnitin	115
Lampiran 8. Loa Publikasi Jurnal	116
Lampiran 9. Lembar Revisi.....	117

LAMPIRAN

Lampiran 1. *Quesioner* Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING* DAN *BEAUTY INFLUENCER* MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA *NAIL ART* PADA KALANGAN GEN Z DI SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Dengan Hormat, perkenalkan saya Sinta Levia Budi Trisnawati Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S1) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sava bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga, *Content marketing* Dan *Beauty influencer* Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Nail art* Pada Kalangan Gen Z Di Salon Hola Nails Tunjungan Plaza Surabaya“ oleh karena itu sava selaku peneliti mengharapkan bantuan anda agar dapat mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya.

A.IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Perempuan
 - Laki – Laki
3. Usia :
 - 14-18
 - 18-23
 - 23-28
4. Pekerjaan :
 - Karyawan Swasta
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Wirausaha
 - Lainnya
5. Pendapatan :
 - < Rp500.000
 - Rp500.000-Rp1.000.000

- Rp1.000.000-Rp3.000.000
 - > Rp3.000.000
6. Apakah Anda pernah menggunakan jasa *nail art* di salon Hola Nails Tunjungan Plaza?

B. Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan sesuai dengan pendapat anda, Kemudian pilih poin yang Anda anggap sesuai.

Keterangan :

SS= Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

KS = Kurang Setuju (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. Pernyataan Penelitian

HARGA						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Keterjangkauan Harga						
1.	Menurut saya harga <i>nail art</i> yang ditawarkan oleh Salon Hola Nails cukup terjangkau.					
Kesesuaian Harga dengan kualitas						
2.	Menurut saya harga <i>nail art</i> di salon hola nails sebanding dengan kualitas hasil pengerjaannya					
Daya Saing Harga						
3.	Menurut saya harga <i>nail art</i> di Salon Hola Nails lebih murah dibanding salon <i>nail art</i> lainnya.					
Kesesuaian Harga dengan manfaat						

4.	Harga yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan setelah menggunakan layanan jasa <i>nail art</i> salon ini.					
Harga dapat mempengaruhi konsumen						
5.	Saya memutuskan untuk menggunakan jasa <i>nail art</i> di Hola Nails karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas.					

CONTENT MARKETING						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Relevansi						
1.	Informasi yang disampaikan melalui konten salon ini sesuai dengan kebutuhan atau masalah yang saya alami.					
Akurasi						
2.	Menurut saya Informasi yang disampaikan dalam konten sesuai dengan kenyataan di salon.					
Nilai(Value)						
3.	Informasi yang dibagikan dalam konten membantu saya mengetahui pengetahuan tentang <i>nail art</i> dengan lebih baik.					
Mudah Dipahami						
4.	informasi dan promo yang dijelaskan pada konten di Instagram Hola Nails cukup					

	jelas dan dapat saya pahami dengan mudah.					
Mudah diakses						
5.	Saya mudah menemukan informasi mengenai <i>nail art</i> di salon Hola Nails melalui media sosial.					

BEAUTY INFLUENCER						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Visibilitas						
1.	<i>Beauty influencer</i> yang dipilih untuk mempromosikan Hola Nails memiliki tingkat popularitas yang tinggi di media sosial Instagram.					
Kredibilitas						
2.	Keahlian dan kualitas <i>Beauty influencer</i> yang dipilih mampu menimbulkan kepercayaan saya terhadap Hola Nails.					
Daya Tarik						
3.	<i>Beauty influencer</i> yang dipilih oleh Hola Nails memiliki daya tarik yang membuat saya tertarik untuk mencoba <i>nail art</i> di salon ini.					
Kekuatan						
4.	Menurut saya rekomendasi dari <i>Beauty influencer</i> berhasil meyakinkan saya untuk melakukan pembelian di Hola Nails.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kemantapan pada produk						
1.	Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan menggunakan jasa <i>nail art</i> Hola Nails.					
Kebiasaan dalam membeli produk						
2.	Informasi dan rekomendasi menarik tentang Hola Nails membuat saya terbiasa memilih salon ini.					
Memberikan rekomendasi pada orang lain						
3.	Saya tertarik menggunakan jasa <i>nail art</i> di Salon Hola Nails karena rekomendasi dari orang lain.					
Pembelian Ulang						
4.	Saya berencana untuk kembali membeli jasa <i>nail art</i> di Salon Hola Nails di masa mendatang.					

Lampiran 2. Hasil Uji Instrumen Data

a) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,612**	,452*	,637**	,545**	,834**
	Sig. (2-tailed)		,000	,012	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,612**	1	,415*	,596**	,506**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000		,022	,001	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,452*	,415*	1	,346	,439*	,680**
	Sig. (2-tailed)	,012	,022		,061	,015	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,637**	,596**	,346	1	,533**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,061		,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,545**	,506**	,439*	,533**	1	,775**
	Sig. (2-tailed)	,002	,004	,015	,002		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	,834**	,807**	,680**	,799**	,775**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	5

b) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Content marketing* (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,616**	,455*	,377*	,354	,757**
	Sig. (2-tailed)		,000	,012	,040	,055	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,616**	1	,432*	,483**	,375*	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000		,017	,007	,041	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,455*	,432*	1	,627**	,185	,729**
	Sig. (2-tailed)	,012	,017		,000	,329	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,377*	,483**	,627**	1	,503**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,040	,007	,000		,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,354	,375*	,185	,503**	1	,651**
	Sig. (2-tailed)	,055	,041	,329	,005		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	,757**	,782**	,729**	,796**	,651**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	5

c) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Beauty influencer* (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,435*	,477**	,526**	,826**
	Sig. (2-tailed)		,016	,008	,003	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,435*	1	,243	,061	,562**
	Sig. (2-tailed)	,016		,195	,749	,001
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,477**	,243	1	,608**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,008	,195		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	,526**	,061	,608**	1	,763**
	Sig. (2-tailed)	,003	,749	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTALX3	Pearson Correlation	,826**	,562**	,796**	,763**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	
	N	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
,725	4

d) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	,474**	,523**	,481**	,800**
	Sig. (2-tailed)		,008	,003	,007	,000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,474**	1	,516**	,454*	,802**
	Sig. (2-tailed)	,008		,004	,012	,000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,523**	,516**	1	,667**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,003	,004		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,481**	,454*	,667**	1	,793**
	Sig. (2-tailed)	,007	,012	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	,800**	,802**	,784**	,793**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	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
,771	4

Lampiran 3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Linearitas

Hasil Uji linearitas Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Harga	Between Groups	(Combined)	219,253	15	14,617	1,494	,127
		Linearity	145,463	1	145,463	14,872	,000
		Deviation from Linearity	73,790	14	5,271	,539	,903
	Within Groups		782,487	80	9,781		
	Total		1001,740	95			

Hasil Uji linearitas *Content marketing* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table							
			Sum of				
ANOVA Table							
			Sum of				
			Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Beauty Influencer	Between Groups	(Combined)	257,064	11	23,369	2,636	,006
		Linearity	146,918	1	146,918	16,572	,000
		Deviation from Linearity	110,146	10	11,015	1,242	,277
	Within Groups		744,675	84	8,865		
	Total		1001,740	95			

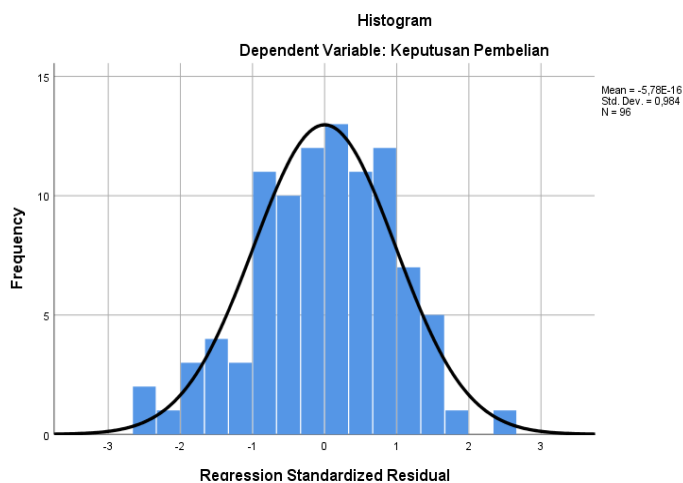
Hasil Uji linearitas *Beauty influencer* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

b) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,48369893
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,030
	Negative	-,047
Test Statistic		,047
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.



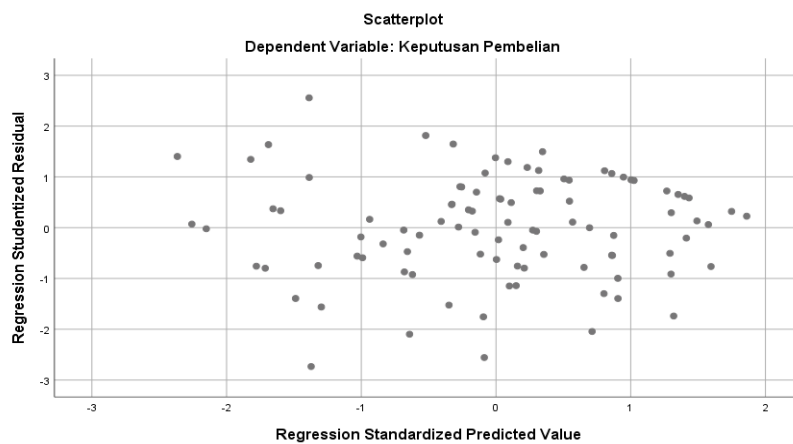
c) Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,906	1,889		,480	,633		
	Harga	,193	,070	,231	2,776	,007	,919	1,088
	Content Marketing	,361	,069	,440	5,250	,000	,905	1,106
	Beauty Influencer	,234	,088	,223	2,663	,009	,910	1,098

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

d) Uji Heterokedastistas



Lampiran 4. Uji Regresi Linear berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,906	1,889		,480	,633
	Harga	,193	,070	,231	2,776	,007
	Content Marketing	,361	,069	,440	5,250	,000
	Beauty Influencer	,234	,088	,223	2,663	,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 5. Uji Signifikansi
Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,906	1,889		,480	,633
	Harga	,193	,070	,231	2,776	,007
	Content Marketing	,361	,069	,440	5,250	,000
	Beauty Influencer	,234	,088	,223	2,663	,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	415,707	3	138,569	21,754	,000 ^b
	Residual	586,032	92	6,370		
	Total	1001,740	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Beauty Influencer, Harga, Content Marketing

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,644 ^a	,415	,396	2,524

a. Predictors: (Constant), Beauty Influencer, Harga, Content Marketing

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 6. 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. 031-5931500 psw. 159 email : fkip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Sinta Levia Budi Trisnawati
 NBI : 1122200071
 Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
 Dosen Pembimbing II : Drs. Agung Pujiarto, M.M.
 Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Content Marketing, dan Beauty Influencer di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Jasa Nail Art pada Kalangan Gen Z di Salon Hola Nails Tunjungan Plaza Surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
20/2-26	acc judul			
2/4-26	fenomena di masyarakat			
8/4-26	BAB I acc			
21/4-26	BAB II konsep pemas. hipotesis			
23/4-26	Bab I - acc ds. pembahasan manfaat Praktis (2)			
12/5-26	BAB II penyajian + hipotesis acc			
17/5-26	BAB III kerangka teoritis empiris, siklus klasifikasi			
24/5-26	kecermatan analisis ds dif operation			
13/5-26	Bab II : acc ds. penulisan kembali urutan daftar			
29/5-26	BAB III acc			



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 : fisp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
18/5	2	Kuesioner (ay: 20/2) (Perbaikan: Cat'katan)		
22/5	24	Bab III : acc		
		Kuesioner acc ds. perbaikan		
26/5	26	Kuesioner kegunaan, valid + Reliabel		
31/5	6	BAB III Deskriptor, 'sok		
4/6	2	Deskriptor Kualitas, Penilaian		
4/6	8	BAB III acc		
4/6	8	BAB III kegunaan & Rekomendasi		
4/6	26	BAB III acc		
4/6	26	Bab IV : acc ds. perbaikan		
4/6	26	Bab V : acc		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 11 Juni 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Lampiran 7. 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:960/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 : Sinta Levina Budi Trisnawati

NBI : 1122200071

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, 16 Juni 2026

Mengetahui
 Kepala Lab. Otonomi

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Lampiran 8. LoA publikasi Jurnal

MUSYTARI

JURNAL MANAJEMEN, AKUNTANSI, DAN EKONOMI

CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.0114

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail: admin@cahayailmubangsa.institute

LETTER OF ACCEPTANCE

NO: 2026/CIB007/LOA2639

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bersama surat ini, kami menerangkan bahwa artikel dengan keterangan naskah berikut

Judul	PENGARUH HARGA, CONTENT MARKETING DAN BEAUTY INFLUENCER MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA NAIL ART DI KALANGAN GEN Z PADA SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA
Author	Sinta Levia Budi Trisnawati (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya), Diana Juni Mulyati (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya), Agung Pudjianto (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)
Korespondensi	1122200071@surel.untag-sby.ac.id
Jurnal	Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi
Volume	Vol. 25 No. 7 (2026)
Link Terbitan	https://cibangsa.com/index.php/musytari/article/view/12390

Berstatus ACCEPTED untuk dipublish. Keputusan ini dibuat sebagai tanda bahwa naskah yang bersangkutan telah lolos plagiarism checker. Dan LoA ini dibuat sebagai bukti bahwa author telah menyelesaikan APC yang telah ditetapkan oleh pengelola jurnal. LOA Berlaku jika dilengkapi link dan pdf publish. Hubungi kami di admin_jurnal@cahayailmubangsa.institute jika ada pertanyaan lebih lanjut, terima kasih.

Malang, 15 June 2026



Dr. Fahad Ismail, M.Pd., PhD
Director

Lampiran 9. Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Sinta Levia Budi Trisnawati

NIM :1122200071

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 06 Juli 2026

Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, CONTENT MARKETING DAN BEAUTY INFLUENCER MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA NAIL ART PADA KALANGAN GEN Z DI SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Catatan Perbaikan:

Surabaya, 06 Juli 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.

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

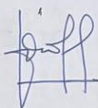
Nama : Sinta Levia Budi Trisnawati
NIM : 1122200071
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 06 Juli 2026

Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, CONTENT MARKETING DAN BEAUTY INFLUENCER
MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA NAIL
ART PADA KALANGAN GEN Z DI SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA

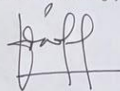
Catatan Perbaikan:

1. Abstrak
2. ~~Kandungan~~ Daftar Pustaka
3. Format penulisan

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.

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Sinta Levia Budi Trisnawati

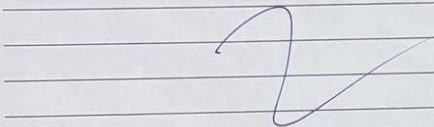
NIM : 1122200071

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 06 Juli 2026

Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, CONTENT MARKETING DAN BEAUTY INFLUENCER
MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA NAIL
ART PADA KALANGAN GEN Z DI SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA

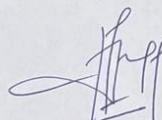
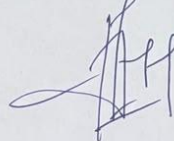
Catatan Perbaikan:

Perbaiki teknik penulisan



Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

 Acc
07-26
17 

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