

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Content Marketing* dan *Flash Sale* terhadap Keputusan Pembelian Produk Timephoria pada Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Surabaya

Assalamualaikum Wr. Wb. Salam sejahtera bagi kita semua. Syalom, Oom Swastiastu. Namoh Bhuddaya, Salam Kebajikan. Perkenalkan, saya Zalfa Nabila Arifin, mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk melengkapi tugas akademik dan memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Strata-1 (S1) Adapun judul penelitian saya adalah "Pengaruh *Content Marketing* dan *Flash Sale* terhadap Keputusan Pembelian Produk Timephoria pada Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Surabaya" Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini dengan kriteria :

1. Perempuan
2. Generasi Z yang berusia 17 – 28 tahun.
3. Generasi Z pengguna aplikasi TikTok
4. Generasi Z yang pernah membeli produk Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss
5. Generasi Z yang berdomisili kota Surabaya

Jawaban yang diberikan dijamin rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Pengisian kuesioner ini akan memakan waktu sekitar 2-5 menit. Atas kesediaan dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga kebaikan sodari mendapatkan balasan yang berlipat ganda. Hormat saya,

Zalfa Nabila Arifin

A. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama :
- b. Usia : 17 – 20 Tahun
21 – 23 Tahun
24 – 28 Tahun

- c. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Karyawan Negeri/Swasta
Wirausaha
Lainnya
- d. 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

Berdomisili di Surabaya

- Ya
- Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Pilihlah salah satu kolom untuk setiap jawaban dari pernyataan yang paling tepat menurut anda
- b. Setiap pernyataan memiliki lima alternatif jawaban, antara lain:
SS : Sangat Setuju (5)
S : Setuju (4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS: Sangat Tidak Setuju (1)

C. PERNYATAAN PENELITIAN

- a. Variabel *Content Marketing* (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memahami informasi dari produk Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss yang disampaikan melalui konten di TikTok.					
2	Konten Timephoria mengenai produk Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss membuat saya ingin membagikan kepada teman, keluarga, atau media sosial karena konten tersebut bermanfaat.					
3.	Pesan dalam konten Timephoria mengenai produk Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss membujuk sikap dan ketertarikan saya untuk mempertimbangkan pembelian					

4.	Informasi dari konten Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss mempermudah saya dalam mengambil keputusan pembelian.					
----	--	--	--	--	--	--

a. Variabel *Flash Sale* (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa <i>flash sale</i> Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss sering muncul secara berulang dalam periode waktu tertentu di TikTok sehingga saya mudah menyadari keberadaan <i>flash sale</i> tersebut.					
2	Promosi <i>flash sale</i> Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss disajikan dengan tampilan visual yang menarik perhatian saya.					
3.	Diskon dalam <i>flash sale</i> Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss cukup besar dan menarik perhatian saya.					
4.	Penentuan waktu dan batas akhir <i>flash sale</i> Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss mendorong saya untuk segera melakukan pembelian sebelum berakhir.					

b. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memilih Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss setelah mempertimbangkan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Citra merek Timephoria mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian					
3.	Saya terdorong untuk segera membeli Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss karena adanya batasan waktu seperti diskon atau promo berlangsung.					
4.	Saya cenderung membeli beberapa <i>shade</i> berbeda dari produk Timephoria Lunara Frost 3D Lip Gloss dalam satu kali pembelian.					

Lampiran 2 Hasil Uji SPSS

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	T.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.293	.475**	.492**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.116	.008	.006	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.293	1	.535**	.408*	.733**
	Sig. (2-tailed)	.116		.002	.025	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.475**	.535**	1	.364*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002		.048	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.492**	.408*	.364*	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.006	.025	.048		.000
	N	30	30	30	30	30
T.X1	Pearson Correlation	.767**	.733**	.786**	.734**	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).

Gambar 1 Uji Validitas Variabel
Content Marketing 30 Responden

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	T.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.327	.330	.191	.685**
	Sig. (2-tailed)		.077	.075	.312	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.327	1	.327	.306	.721**
	Sig. (2-tailed)	.077		.077	.101	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.330	.327	1	.191	.685**
	Sig. (2-tailed)	.075	.077		.312	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.191	.306	.191	1	.619**
	Sig. (2-tailed)	.312	.101	.312		.000
	N	30	30	30	30	30
T.X2	Pearson Correlation	.685**	.721**	.685**	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Gambar 2 Uji Validitas Variabel *Flash Sale* 30 Responden

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	T.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.279	.172	.247	.650**
	Sig. (2-tailed)		.136	.363	.188	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.279	1	.296	.218	.688**
	Sig. (2-tailed)	.136		.113	.247	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.172	.296	1	.226	.640**
	Sig. (2-tailed)	.363	.113		.230	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.247	.218	.226	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.188	.247	.230		.000
	N	30	30	30	30	30
T.Y	Pearson Correlation	.650**	.688**	.640**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Gambar 3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 30 Responden

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	5

Gambar 4 Uji Reliabilitas Variabel
Content Marketing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	5

Gambar 5 Uji Reliabilitas Variabel
Flash Sale

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.756	5

Gambar 6 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KeputusanPembelian * ContentMarketing	Between Groups	(Combined)	150.396	9	16.711	5.928	.000
		Linearity	126.205	1	126.205	44.769	.000
		Deviation from Linearity	24.191	8	3.024	1.073	.389
	Within Groups		253.714	90	2.819		
	Total		404.110	99			

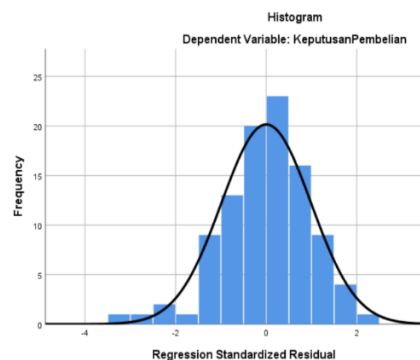
Gambar 7 Uji Linearitas Variabel *Content Marketing*

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KeputusanPembelian * FlashSale	Between Groups	(Combined)	195.705	10	19.570	8.358	.000
		Linearity	169.654	1	169.654	72.451	.000
		Deviation from Linearity	26.051	9	2.895	1.236	.284
	Within Groups		208.405	89	2.342		
	Total		404.110	99			

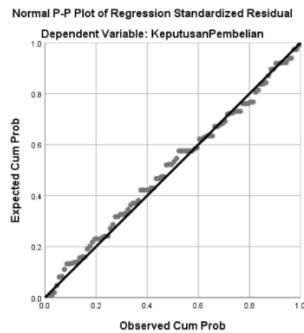
Gambar 8 Uji Linearitas Variabel *Flash Sale*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49953295
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.050
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Gambar 10 Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test



Gambar 10 Uji Normalitas Dengan Histogram

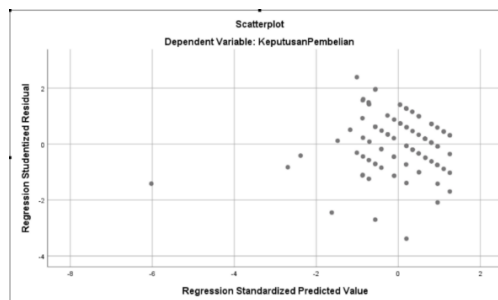


Gambar 11 Uji Normalitas Dengan P-Plot

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.211	1.227		5.878	.000		
	ContentMarketing	.202	.089	.229	2.272	.025	.557	1.794
	FlashSale	.414	.084	.495	4.908	.000	.557	1.794

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Gambar 12 Uji Multikolinieritas



Gambar 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.725	.758		3.593	.001
	ContentMarketing	-.040	.055	-.095	-.718	.475
	FlashSale	-.052	.052	-.132	-.992	.323

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.211	1.227		.000
	ContentMarketing	.202	.089	.229	.025
	FlashSale	.414	.084	.495	.000
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian					

Gambar 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.211	1.227		.000
	ContentMarketing	.202	.089	.229	.025
	FlashSale	.414	.084	.495	.000
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian					

Gambar 16 Hasil Uji t (Parsial)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181.499	2	90.749	39.543	.000 ^b
	Residual	222.611	97	2.295		
	Total	404.110	99			
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian						
b. Predictors: (Constant), FlashSale, ContentMarketing						

Gambar 17 Hasil Uji F (Simultan)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 ^a	.449	.438	1.515
a. Predictors: (Constant), FlashSale, ContentMarketing				
b. Dependent Variable: KeputusanPembelian				

Gambar 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 3 Kartu Bimbingan



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 : fsiip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zalfa Nabila Arifin
 NBI : 1122200101
 Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Dr. Dra. Ayun Maduwanti, M.P.
 Dosen Pembimbing II : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.

Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Timephoria Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok Di Surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	26.2.26	Judul ACC	<i>h</i>	
2	2/4-26	Bab I → acc dg tambahkan sistematika pembabakan		<i>h</i>
3	5-4-26	Bab I Acc dg catatan teknik penulisan diperbaiki	<i>h</i>	
4	14/4 26	Bab II → acc dg perbaikan tabel penelitian tambahkan rumus & variabel		<i>h</i>
5	15/4-26	Bab III : acc dg tambahkan pd uji t dan F		<i>h</i>
6	16-4-26	Bab II - Tambahkan indikator "variabel"	<i>h</i>	
		Bab III Teknik & Sampel, uji sampling instrumen		
7	23-4-26	Bab II ACC Bab III ACC	<i>h</i>	
8	24-4	Questioner → acc.		<i>h</i>
9	24-4-26	Questioner ACC & lanjut uji instrumen (30 respon)	<i>h</i>	<i>h</i>



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
10.	20/5-26	Bab <u>IV</u> : Acc ds Catatan (pembahasan)		
11.	2-6-26	Uji instrumen Acc Dilanjutkan pengumpulan data Pmb <u>IV</u> & perbaiki pembahasannya Interpretasi data & sesuaikan ds interval		
	2/6-26	Bab <u>V</u> + daftar Pustaka		
12.	5-6-26	Pmb <u>IV</u> , <u>V</u> Revisi sesuai saran		
13.	9-6-26	Pmb <u>IV</u> , <u>V</u> Acc		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal :

Dosen Pembimbing I,

(.....)

Dosen Pembimbing II,

(Diana J.M.)

Lampiran 4 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:859/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 : Zalfa Nabila Arifin
 NBI : 1122200101

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, 14 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 5 Hasil Turnitin

skripsi zalfa nabila			
ORIGINALITY REPORT			
15%	14%	8%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	cibangsa.com Internet Source		1 %
2	repository.usd.ac.id Internet Source		1 %
3	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper		1 %
4	repositori.stiamak.ac.id Internet Source		<1 %
5	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah Student Paper		<1 %
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		<1 %
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		<1 %
8	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper		<1 %
9	repository.uiad.ac.id Internet Source		<1 %
10	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper		<1 %
11	ejurnal.ung.ac.id Internet Source		<1 %

Lampiran 6 LoA Publikasi Jurnal

MUSYTARI

JURNAL MANAJEMEN, AKUNTANSI, DAN EKONOMI

CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.01.14

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail: admin@cahayailmubangsa.institute

LETTER OF ACCEPTANCE

NO: 2026/CIB007/LOA2461

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Judul	PENGARUH CONTENT MARKETING DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIMEPHORIA PADA GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA
Author	Zalfa Nabila Arifin (Universitas 17 Agustus 1945), Ayun Maduwinarti (Universitas 17 Agustus 1945), Diana Juni Mulyati (Universitas 17 Agustus 1945)
Korespondensi	zzalfabella@gmail.com
Jurnal	Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi
Volume	Vol. 25 No. 7 (2026)
Link Terbitan	https://cibangsa.com/index.php/musytari/article/view/12204

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, 13 June 2026



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

Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian



Lampiran 8 Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Zalfa Nabila Arifin
NIM : 1122200101
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 29 Juni 2026

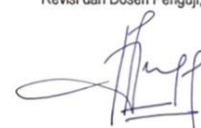
Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Flash Sale Terhadap Keputusan
Pembelian Timephoria Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di
Surabaya

Catatan Perbaikan:

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


Acc
31-26
17



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 : Zalfa Nabila Arifin
NIM : 1122200101
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 29 Juni 2026

Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Timephoria Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Surabaya

Catatan Perbaikan:

1. Uraian alasan pemilihan indikator penelitian di antara alternatif yg ada & Bal 2.

Surabaya, 3/9/25
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



Ni Made O P

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 : Zalfa Nabila Arifin
NIM : 1122200101
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 29 Juni 2026

Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Timephoria Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Surabaya

Catatan Perbaikan:

- Uraikan faktor utama media sosial
- kesimpulannya & Revisi.

Surabaya, 2 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.