

Lampiran 1

Kuesioner

KATA PENGANTAR

Dengan Hormat,

Dalam rangka untuk melaksanakan penelitian skripsi program sarjana (S1) di Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan ini:

Nama : Roosyidah Pitradjaja

NPM : 20420077

Program Studi : Manajemen

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner ini. Penelitian ini berjudul **“PENGARUH INFLUENCER, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)”**. Semua informasi yang diperoleh dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan tidak ada pengaruh dari pihak manapun.

Demikian atas kerjasama dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 23 November 2023

Peneliti

Roosyidah Pitradjaja

A. PERTANYAAN PENDAHULUAN

1. Apakah anda mahasiswa aktif angkatan 2018-2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya?
 - Ya, jika ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya
 - Tidak, jika tidak cukup berhenti disini. Terimakasih
2. Apakah anda pernah melakukan pembelian dan pemakaian pada produk *skincare* Skintific?
 - Ya, jika ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya
 - Tidak, jika tidak cukup berhenti disini. Terimakasih
3. Apakah anda pernah melihat Influencer (Tasya Farasya) mempromosikan produk *skincare* Skintific di sosial media?
 - Ya, jika ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya
 - Tidak, jika tidak cukup berhenti disini. Terimakasih

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Usia :
 - 17-19 Tahun
 - 20-22 Tahun
 - 23-25 Tahun
 - Yang lain
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-Laki
 - Perempuan

3. Program Studi :
 - Akuntansi
 - Manajemen
 - Ekonomi Pembangunan
4. Angkatan :
 - 2020
 - 2021
 - 2022
 - 2023
 - Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Isi lengkapi data responden sebelum mengisi kuesioner.
2. Bacalah dengan teliti masing-masing pernyataan pada kuesioner.
3. Mengisi pernyataan di bawah dengan memilih salah satu yang menurut anda sesuai.
4. Kuisisioner ini akan dapat dipergunakan secara optimal apabila seluruh pernyataan saudara/i telah terjawab dengan benar.
5. Keterangan jawaban:

Sangat Setuju	(SS) : Skor 5
Setuju	(S) : Skor 4
Kurang Setuju	(KS) : Skor 3
Tidak Setuju	(TS) : Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: Skor 1

DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL INFLUENCER

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Influencer (Tasya Farasya) mempunyai penampilan menarik serta tampil percaya diri mempengaruhi keyakinan saya untuk melakukan pembelian produk <i>skincare</i> Skintific.					
2	Konten Influencer (Tasya Farasya) ketika mempromosikan produk <i>skincare</i> Skintific mempunyai kualitas yang bagus.					
3	<i>Penjelasan yang disampaikan influencer (Tasya Farasya) membuat saya ingin membeli dan menggunakan produk skincare Skintific.</i>					
4	Banyaknya konten influencer (Tasya Farasya) terhadap postingan produk menambah informasi dan keinginan tauhan saya terhadap produk <i>skincare</i> Skintific.					

DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL CITRA MEREK

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya produk <i>skincare</i> merek Skintific dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga memberikan citra yang baik pada merek.					
2	Menurut saya merek produk <i>skincare</i> Skintific mudah diingat dan mempunyai kesan di dalam pikiran saya dibandingkan merek lain.					
3	Produk <i>skincare</i> merek Skintific mempunyai keunikan pada packaging nya.					

DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL KUALITAS PRODUK

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Tampilan produk <i>skincare</i> Skintific menarik menciptakan ke khasan yang beda dari produk pesaing.					
2	Adanya fitur ke-aslian produk dijamin dengan adanya barcode dan hologram dikemasan produk <i>skincare</i> Skintific sebagai pelengkap fungsi dasar produk.					

3	Saya merasa produk <i>skincare</i> Skintific sesuai dengan spesifikasi dan kualitas yang ditawarkan pada konsumen.					
4	Produk Skintific memiliki masa pakai yang lama (ketahanan, ukuran, dan umur).					
5	Setiap produk Skintific memiliki kualitas yang bagus mampu menjalankan sesuai dengan fungsinya.					

DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi mengenai produk <i>skincare</i> Skintific.					
2	Memutuskan membeli produk <i>skincare</i> Skintific karena merek yang paling disukai.					
3	Membeli produk <i>skincare</i> Skintific karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.					
4	Membeli produk <i>skincare</i> Skintific karena rekomendasi dari orang lain.					

Lampiran 2

Hasil Tabulasi

Variabel Influencer (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
1	5	4	5	5	19
2	4	4	4	4	16
3	5	4	5	5	19
4	5	4	4	4	17
5	4	3	3	3	13
6	5	5	5	5	20
7	5	4	3	5	17
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	1	1	1	1	4
14	5	5	5	5	20
15	4	3	3	4	14
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	4	4	3	4	15
19	5	5	5	5	20
20	4	4	4	4	16
21	4	5	4	4	17
22	1	1	1	1	4
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	4	4	5	4	17
26	4	4	4	4	16
27	5	5	5	5	20
28	4	4	4	4	16
29	4	3	3	4	14
30	5	5	4	4	18
31	5	5	5	5	20
32	4	4	5	5	18
33	3	3	2	4	12
34	5	5	3	4	17
35	5	5	4	5	19
36	4	4	4	4	16
37	4	5	4	4	17
38	4	4	3	4	15
39	4	4	5	4	17
40	5	4	4	5	18
41	4	4	3	4	15

42	5	4	3	4	16
43	4	4	4	4	16
44	4	5	5	5	19
45	5	5	5	5	20
46	3	4	4	3	14
47	5	5	5	5	20
48	4	4	5	4	17
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	1	1	1	1	4
52	4	3	4	4	15
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	5	20
59	4	5	3	5	17
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	4	5	19
64	5	5	5	5	20
65	4	4	4	4	16
66	5	4	4	5	18
67	4	4	4	5	17
68	5	5	5	5	20
69	3	3	4	4	14
70	5	5	4	4	18
71	4	4	5	5	18
72	5	5	5	5	20
73	5	4	5	5	19
74	3	4	4	5	16
75	5	5	4	5	19
76	4	4	4	4	16
77	5	4	5	5	19
78	4	5	4	5	18
79	5	5	4	4	18
80	4	4	4	5	17
81	5	5	5	5	20
82	4	5	4	4	17
83	4	4	4	4	16
84	4	4	3	4	15
85	5	5	5	5	20

86	5	5	4	5	19
87	5	5	5	4	19
88	5	5	5	5	20

Variabel Citra Merek (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
1	5	5	4	14
2	4	4	3	11
3	5	4	4	13
4	5	5	4	14
5	3	3	3	9
6	5	5	5	15
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	4	5	5	14
11	5	5	5	15
12	4	4	4	12
13	1	1	2	4
14	5	4	5	14
15	4	5	3	12
16	5	5	4	14
17	3	4	3	10
18	4	3	4	11
19	5	5	4	14
20	4	4	5	13
21	4	3	5	12
22	1	1	1	3
23	4	5	4	13
24	5	4	5	14
25	5	3	4	12
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	3	3	4	10
29	4	4	4	12
30	3	4	2	9
31	5	5	5	15
32	5	5	4	14
33	1	1	1	3
34	4	4	5	13
35	4	5	5	14

36	4	3	3	10
37	4	3	3	10
38	4	4	5	13
39	5	5	5	15
40	5	5	4	14
41	4	4	4	12
42	5	3	3	11
43	4	4	3	11
44	4	4	4	12
45	5	5	5	15
46	4	3	3	10
47	5	5	5	15
48	5	5	5	15
49	4	3	4	11
50	5	5	4	14
51	1	1	1	3
52	4	4	4	12
53	5	4	4	13
54	5	5	5	15
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	3	3	4	10
60	3	3	3	9
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	5	4	4	13
64	5	5	4	14
65	4	4	4	12
66	4	3	4	11
67	4	5	4	13
68	5	5	5	15
69	3	4	3	10
70	4	4	4	12
71	5	5	4	14
72	5	4	4	13
73	5	5	5	15
74	5	5	3	13
75	5	5	5	15
76	4	4	4	12
77	5	5	4	14
78	5	4	4	13
79	4	5	4	13

80	4	4	5	13
81	5	4	4	13
82	3	4	3	10
83	4	4	4	12
84	4	3	3	10
85	5	3	3	11
86	4	4	5	13
87	4	3	2	9
88	4	5	3	12

Variabel Kualitas Produk (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3
1	4	5	5	5	5	24
2	3	5	5	4	5	22
3	4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	5	24
5	3	4	3	4	3	17
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	3	5	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	3	2	1	5	3	14
11	5	4	5	5	5	24
12	4	4	4	4	4	20
13	1	2	2	1	1	7
14	5	5	5	5	5	25
15	5	4	5	5	3	22
16	4	5	5	5	5	24
17	4	4	4	4	4	20
18	3	5	4	4	4	20
19	5	5	5	4	5	24
20	4	4	4	4	4	20
21	3	4	4	5	5	21
22	1	1	1	1	1	5
23	4	3	4	4	4	19
24	4	4	4	4	5	21
25	4	4	4	5	4	21
26	3	4	3	5	3	18
27	3	4	4	3	4	18
28	4	4	3	4	4	19
29	4	4	4	4	4	20

30	3	4	3	2	3	15
31	5	5	5	5	5	25
32	3	4	5	5	4	21
33	1	1	2	1	2	7
34	5	5	5	4	5	24
35	4	4	5	5	4	22
36	3	4	3	4	4	18
37	3	4	3	3	4	17
38	4	4	4	4	5	21
39	4	5	5	3	5	22
40	5	4	5	4	5	23
41	3	3	5	4	5	20
42	3	5	4	4	4	20
43	4	4	4	4	5	21
44	5	5	5	4	5	24
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	5	4	21
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	4	5	5	5	5	24
51	1	1	1	1	1	5
52	4	4	4	4	4	20
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	25
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	5	5	4	5	5	24
58	4	5	5	5	5	24
59	4	4	5	5	3	21
60	3	3	4	3	4	17
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	25
63	4	5	5	4	4	22
64	5	5	5	5	5	25
65	4	4	4	4	4	20
66	4	5	3	4	4	20
67	4	4	5	3	4	20
68	5	5	5	5	5	25
69	3	3	3	2	4	15
70	5	5	5	5	5	25
71	3	5	5	4	5	22
72	4	5	5	5	5	24
73	4	5	5	4	5	23

74	3	3	5	3	4	18
75	5	5	5	5	5	25
76	4	4	4	4	4	20
77	4	5	5	5	5	24
78	4	5	5	5	5	24
79	4	5	5	4	5	23
80	5	4	4	5	5	23
81	5	4	3	4	3	19
82	3	4	4	4	4	19
83	4	4	4	4	4	20
84	3	3	4	4	4	18
85	3	5	5	4	5	22
86	4	4	4	4	4	20
87	4	5	4	4	4	21
88	3	5	5	4	5	22

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	4	5	5	5	19
2	5	4	4	4	17
3	5	4	5	4	18
4	5	5	5	5	20
5	4	3	3	3	13
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	4	4	4	2	14
9	4	4	4	4	16
10	4	5	3	5	17
11	4	4	4	4	16
12	4	3	4	3	14
13	1	1	1	2	5
14	4	4	4	4	16
15	5	4	5	5	19
16	5	4	5	3	17
17	4	3	4	3	14
18	3	3	4	3	13
19	5	5	5	4	19
20	4	4	4	5	17
21	4	5	4	3	16
22	1	1	1	1	4
23	4	4	5	4	17

24	5	4	4	5	18
25	4	3	3	3	13
26	4	4	4	3	15
27	4	4	4	4	16
28	3	4	4	3	14
29	4	3	4	4	15
30	4	4	4	1	13
31	5	5	5	4	19
32	5	5	5	2	17
33	2	3	3	4	12
34	5	2	5	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	3	4	3	14
37	5	3	4	3	15
38	4	3	5	4	16
39	5	5	4	2	16
40	4	5	4	5	18
41	5	3	5	4	17
42	3	2	5	5	15
43	5	4	4	4	17
44	5	4	5	3	17
45	5	5	5	5	20
46	5	2	4	3	14
47	5	5	5	5	20
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	5	4	5	5	19
51	1	1	1	1	4
52	4	4	4	4	16
53	5	4	5	4	18
54	4	4	4	4	16
55	4	3	4	4	15
56	4	4	4	4	16
57	5	5	5	4	19
58	5	5	5	5	20
59	4	4	4	4	16
60	4	2	2	2	10
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	4	19
64	5	4	5	5	19
65	4	4	4	4	16
66	5	4	5	4	18
67	4	3	4	4	15

68	5	5	5	5	20
69	4	4	4	2	14
70	5	5	5	5	20
71	4	3	5	5	17
72	5	3	5	4	17
73	5	4	5	3	17
74	4	3	5	4	16
75	5	5	5	4	19
76	4	4	4	4	16
77	5	5	5	4	19
78	4	4	5	4	17
79	5	5	4	3	17
80	4	4	4	4	16
81	3	4	5	4	16
82	4	3	4	4	15
83	4	4	4	3	15
84	4	4	3	5	16
85	5	4	5	5	19
86	4	4	4	4	16
87	5	4	4	4	17
88	5	3	5	3	16

Lampiran 3

Hasil Output SPSS

Distribusi Jawaban Responden

Influencer (X1)

Statistics

	Influencer mempunyai penampilan menarik serta tampil percaya diri mempengaruhi keyakinan saya untuk melakukan pembelian produk skincare Skintific.	Konten Influencer ketika mempromosikan produk skincare Skintific mempunyai kualitas yang bagus.	Penjelasan yang disampaikan influencer membuat saya ingin membeli dan menggunakan produk skincare Skintific.	Banyaknya konten influencer terhadap postingan produk menambah informasi dan keinginan tahuan saya terhadap produk skincare Skintific.
N	Valid Missing	88 0	88 0	88 0

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Kurang Setuju (KS)	4	4.5	4.5	8.0
Valid Setuju (S)	40	45.5	45.5	53.4
Sangat Setuju (SS)	41	46.6	46.6	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Kurang Setuju (KS)	6	6.8	6.8	10.2
Valid Setuju (S)	41	46.6	46.6	56.8
Sangat Setuju (SS)	38	43.2	43.2	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Tidak Setuju (TS)	1	1.1	1.1	4.5
Kurang Setuju (KS)	11	12.5	12.5	17.0
Valid Setuju (S)	39	44.3	44.3	61.4
Sangat Setuju (SS)	34	38.6	38.6	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Kurang Setuju (KS)	2	2.3	2.3	5.7
Valid Setuju (S)	41	46.6	46.6	52.3
Sangat Setuju (SS)	42	47.7	47.7	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Citra Merek (X2)

Statistics

	Produk skincare merek Skintitic dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga memberikan citra yang baik pada merek.	Menurut saya merek produk skincare Skintific mudah diingat dan mempunyai kesan di dalam pikiran saya dibandingkan merek lain.	Produk merek Skintific mempunyai keunikan pada packaging nya.
N	Valid Missing	88 0	88 0

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.5	4.5
	Kurang Setuju (KS)	8	9.1	13.6
Valid	Setuju (S)	39	44.3	58.0
	Sangat Setuju (SS)	37	42.0	100.0
	Total	88	100.0	100.0

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.5	4.5
	Kurang Setuju (KS)	16	18.2	22.7
Valid	Setuju (S)	35	39.8	62.5
	Sangat Setuju (SS)	33	37.5	100.0
	Total	88	100.0	100.0

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4
	Tidak Setuju (TS)	3	3.4	6.8
Valid	Kurang Setuju (KS)	16	18.2	25.0
	Setuju (S)	41	46.6	71.6
	Sangat Setuju (SS)	25	28.4	100.0
	Total	88	100.0	100.0

Kualitas Produk (Y)

Statistics

		Tampilan produk skincare Skintific menarik menciptakan ke khasan yang beda dari produk pesaing.	Fitur ke-aslian produk dijamin dengan adanya barcode dan hologram dikemas produk skincare Skintific sebagai pelengkap fungsi dasar produk.	Saya merasa produk skincare Skintific sesuai dengan spesifikasi dan kualitas yang ditawarkan pada konsumen.	Produk Skintific memiliki masa pakai yang lama (ketahanan, Ukuran, umur)	Setiap produk Skintific memiliki kualitas yang bagus mampu menjalankan sesuai dengan fungsinya
N	Valid	88	88	88	88	88
	Missing	0	0	0	0	0

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.5	4.5	4.5
Kurang Setuju (KS)	22	25.0	25.0	29.5
Valid Setuju (S)	38	43.2	43.2	72.7
Sangat Setuju (SS)	24	27.3	27.3	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Tidak Setuju (TS)	2	2.3	2.3	5.7
Valid Kurang Setuju (KS)	6	6.8	6.8	12.5
Setuju (S)	37	42.0	42.0	54.5
Sangat Setuju (SS)	40	45.5	45.5	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Tidak Setuju (TS)	2	2.3	2.3	5.7
Kurang Setuju (KS)	9	10.2	10.2	15.9
Setuju (S)	30	34.1	34.1	50.0
Sangat Setuju (SS)	44	50.0	50.0	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.5	4.5	4.5
Tidak Setuju (TS)	2	2.3	2.3	6.8
Kurang Setuju (KS)	6	6.8	6.8	13.6
Setuju (S)	40	45.5	45.5	59.1
Sangat Setuju (SS)	36	40.9	40.9	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Tidak Setuju (TS)	1	1.1	1.1	4.5
Kurang Setuju (KS)	7	8.0	8.0	12.5
Setuju (S)	34	38.6	38.6	51.1
Sangat Setuju (SS)	43	48.9	48.9	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian (Y)

Statistics

		Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi mengenai produk skincare Skintific.	Memutuskan membeli produk skincare Skintific karena merek yang paling disukai.	Membeli produk skincare Skintific karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.	Membeli produk skincare Skintific karena rekomendasi dari orang lain.
N	Valid	88	88	88	88
	Missing	0	0	0	0

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
	Tidak Setuju (TS)	1	1.1	1.1	4.5
	Kurang Setuju (KS)	4	4.5	4.5	9.1
	Setuju (S)	41	46.6	46.6	55.7
	Sangat Setuju (SS)	39	44.3	44.3	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
	Tidak Setuju (TS)	4	4.5	4.5	8.0
	Kurang Setuju (KS)	18	20.5	20.5	28.4
	Setuju (S)	40	45.5	45.5	73.9
	Sangat Setuju (SS)	23	26.1	26.1	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Tidak Setuju (TS)	1	1.1	1.1	4.5
Kurang Setuju (KS)	5	5.7	5.7	10.2
Setuju (S)	40	45.5	45.5	55.7
Sangat Setuju (SS)	39	44.3	44.3	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.4	3.4	3.4
Tidak Setuju (TS)	6	6.8	6.8	10.2
Kurang Setuju (KS)	17	19.3	19.3	29.5
Setuju (S)	40	45.5	45.5	75.0
Sangat Setuju (SS)	22	25.0	25.0	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Uji Validitas

Influencer (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Influencer
X1.1	Pearson Correlation	1	.838**	.733**	.831**	.926**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
X1.2	Pearson Correlation	.838**	1	.746**	.799**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
X1.3	Pearson Correlation	.733**	.746**	1	.775**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88
X1.4	Pearson Correlation	.831**	.799**	.775**	1	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88
Influencer	Pearson Correlation	.926**	.922**	.892**	.926**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88

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

Citra Merek (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	CitraMerek
X2.1	Pearson Correlation	1	.765**	.701**	.911**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88
X2.2	Pearson Correlation	.765**	1	.686**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88
X2.3	Pearson Correlation	.701**	.686**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88
CitraMerek	Pearson Correlation	.911**	.909**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88

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

Kualitas Produk (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Kualitas Produk
X3.1	Pearson Correlation	1	.694**	.667**	.736**	.863	.863
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.2	Pearson Correlation	.694**	1	.767**	.685**	.892**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.3	Pearson Correlation	.667**	.767**	1	.644**	.885**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.4	Pearson Correlation	.736**	.685**	.644**	1	.855**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.5	Pearson Correlation	.696**	.788**	.816**	.687**	.904**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
KualitasProduk	Pearson Correlation	.863**	.892**	.885**	.855**	1**	1**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		
	N	88	88	88	88	88	88

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	
Y1	Pearson Correlation	1	.621**	.758**	.435**	.844
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y2	Pearson Correlation	.621**	1	.586**	.470**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y3	Pearson Correlation	.758**	.586**	1	.557**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y4	Pearson Correlation	.435**	.470**	.557**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.844**	.817**	.873**	.760**	1**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

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

Influencer (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	4

Citra Merek (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	3

Kualitas Produk (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	5

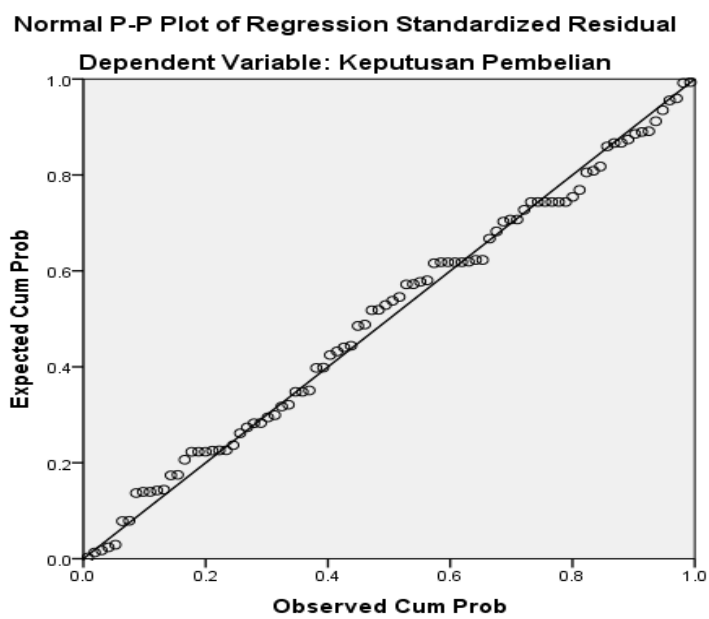
Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	4

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



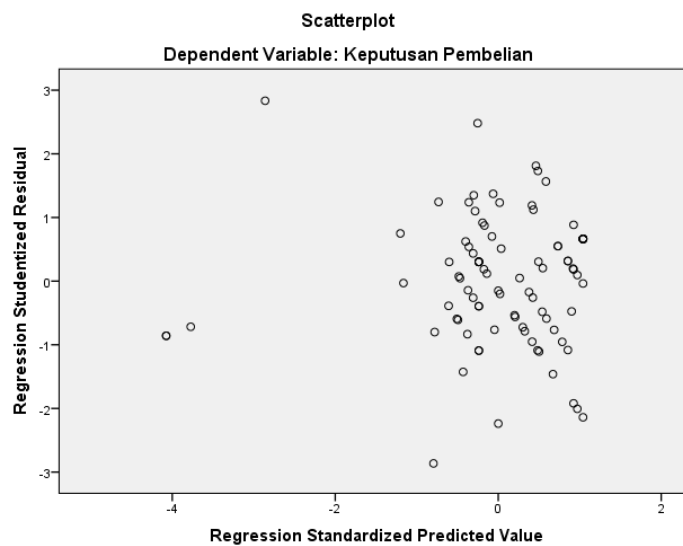
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Influencer	.288	3.477
	Citra Merek	.211	4.747
	Kualitas Produk	.209	4.780

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskeditisitas



Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk, Influencer, Citra Merek ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	647.408	3	215.803	103.296	.000 ^b
	Residual	175.489	84	2.089		
	Total	822.898	87			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Influencer, Citra Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.614	.860		1.877	.064
	Influencer	.335	.091	.346	3.686	.000
	Citra Merek	.190	.130	.161	1.468	.146
	Kualitas Produk	.315	.081	.431	3.909	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.787	.779	1.44539

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Influencer, Citra Merek