

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Kuesioner Pra-Survey

Instrumen Kuesioner Penelitian

NO	VARIABEL	TEORI +INDIKATOR	PERTANYAAN KUISIONER	HASIL
1	Iklan berbayar (X)	iklan berbayar (advertising) didefinisikan sebagai segala bentuk presentasi non-personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi menggunakan media berbayar. (Kotler dkk.2022) Indikator iklan berbayar : 1. Misi 2. Pesan 3. Jangkauan 4. Dampak	1. Iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee memenuhi misinya dalam menarik perhatian calon pelanggan melalui penawaran produk yang relevan. 2. Iklan berbayar Almeera Official Store mampu menjalankan misinya untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang ditawarkan adalah pilihan yang tepat. 3. Tampilan visual (foto/video) iklan berbayar Almeera Official Store terlihat menarik sehingga pesan mengenai keindahan dan estetika produk tersampaikan dengan jelas kepada konsumen. 4. Pesan promosi dalam iklan berbayar Almeera Official Store menggunakan kalimat yang informatif sehingga informasi detail produk dapat dipahami sepenuhnya. 5. Iklan berbayar Almeera Official Store memiliki jangkauan yang efektif karena sering muncul secara konsisten saat konsumen melakukan pencarian produk serupa di Shopee. 6. Penempatan iklan pada posisi strategis (seperti baris teratas)	

			secara efektif dapat mengoptimalkan jangkauan iklan sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli. 7. Penggunaan iklan berbayar dapat memberikan dampak pada peningkatan pengenalan merek (brand awareness) Almeera Official Store di mata konsumen. 8. Munculnya iklan berbayar Almeera Official Store memberikan dampak nyata berupa dorongan kuat bagi konsumen untuk mengeklik produk hingga melakukan kunjungan ke toko.	
2	Keputusan Pembelian (Y)	Proses keputusan pembelian dimulai apabila konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan terhadap suatu produk yang diinginkan. (Andrian, 2022) Indikator keputusan pembelian : 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan membeli 5. Evaluasi pasca pembelian?	1. Iklan berbayar Almeera di Shopee dapat membantu saya mengidentifikasi masalah yaitu mengenai gaya berpakaian yang ingin saya perbaiki. 2. iklan produk Almeera Official Store yang muncul di beranda Shopee saya ,dapat membuat saya menyadari permasalahan mengenai pentingnya kebutuhan produk fashion yang lagi nge tren atau terbaru. 3. Setelah melihat iklan Almeera di Shopee, saya mencari informasi dengan cara mengeklik produk tersebut guna membaca deskripsi dan detail informasi produk secara lengkap. 4. Informasi yang disajikan dalam fitur iklan Almeera official store di Shopee (seperti foto produk dan rating) memudahkan saya dalam	

			mengumpulkan data yang saya butuhkan sebelum membeli. 5. Iklan Almeera di Shopee memudahkan saya untuk mengevaluasi alternatif, guna untuk mengetahui bahwa produk Almeera official store memiliki keunggulan (kualitas dan harga) dibandingkan produk serupa dari toko lain. 6. Setelah melakukan evaluasi alternatif dengan cara membanding rating penilaian produk terhadap toko Almeera dengan toko yang lain, iklan Almeera di Shopee meyakinkan saya bahwa produk Almeera memiliki kualitas yang lebih bagus di bandingkan toko lain. 7. Saya memutuskan untuk membeli produk di Almeera Official Store karena iklan produk yang ditampilkan sangat relevan dengan keinginan saya. 8. iklan berbayar Almeera di platform Shopee dapat mempermudah saya dalam mengambil keputusan untuk segera melakukan “Checkout” karna kualitas produk yang di iklankan sesuai dengan kriteria yang saya inginkan. 9. Setelah saya membeli produk Almeera dan produk yang saya terima sesuai dengan kualitas yang dijanjikan dalam paparan iklan Shopee, saya sangat merasa puas	
--	--	--	--	--

			sehingga saya langsung memberikan penilaian bintang 5 . 10. Saya merasa puas dengan keputusan saya membeli produk Almeera melalui iklan Shopee dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain dan akan melakukan pembelian ulang di toko Almeera official store.	
--	--	--	--	--



Lampiran 2 Hasil Kuesioner Pra-Survey

Hasil Kuesioner Variabel X

No	X	X	X	X	X	X	X	X
1	2	1	4	2	1	4	2	1
2	2	2	4	4	2	2	2	2
3	4	5	4	5	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	2	4	1	2	4	5	4
6	2	2	3	1	5	4	2	3
7	1	3	4	3	2	4	1	3
8	3	4	2	1	3	2	3	4
9	2	4	2	3	1	2	3	2
10	3	2	4	1	5	2	3	1
11	2	3	4	2	1	3	2	2
12	2	4	5	2	2	3	1	5
13	3	2	1	4	5	2	1	1
14	3	1	2	3	2	1	2	3
15	1	3	4	3	2	3	3	2
16	3	5	3	4	4	4	5	2
17	2	3	4	2	3	4	2	4
18	4	3	5	2	4	3	2	3
19	4	2	2	3	4	3	2	3
20	4	5	3	5	3	5	4	3
21	2	3	4	2	3	4	5	3
22	4	5	2	4	3	4	2	5
23	4	2	3	1	5	5	4	3
24	2	4	2	4	2	3	2	3
25	2	4	2	3	5	2	1	3
26	1	3	2	5	3	4	2	3
27	3	4	1	2	4	5	2	3
28	3	5	3	4	5	3	5	4
29	3	2	3	2	1	3	4	2
30	3	4	3	2	3	2	1	1
Total Nilai	81	96	93	84	92	99	82	87
Sangat Setuju	0	5	2	3	6	4	5	3
Setuju	7	8	11	7	5	10	4	5
Netral	10	7	7	6	8	8	4	12
Tidak Setuju	10	8	8	9	7	7	12	6
Sangat Tidak Setuju	3	2	2	5	4	1	5	4
Jumlah	30	30	30	30	30	30	30	30

Hasil Olah Data Kuesioner Varabel X

No	Indikator	Item	Pembobotan	Persentase(%)	Kategori
1	Misi(1)	X.1	81	11%	Cukup
2	Misi(2)	X.2	96	13%	Cukup
3	Pesan(1)	X.3	93	13%	Cukup
4	Pesan(2)	X.4	84	12%	Cukup
5	Jangkauan(1)	X.5	92	13%	Cukup
6	Jangkauan(2)	X.6	99	14%	Cukup
7	Dampak(1)	X.7	82	11%	Cukup
8	Dampak(2)	X.8	87	12%	Cukup
Total			714	100%	Cukup
Rata-rata			89,25		

Hasil Kuesioner Variabel Y

No	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
1	1	1	2	2	2	4	2	1	3	2
2	4	4	4	4	1	2	2	2	4	4
3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	2	1	2	4	3	2	2	3
6	2	3	4	2	1	5	4	3	2	3
7	2	3	2	3	4	2	2	3	1	1
8	1	3	2	1	4	2	2	3	4	2
9	2	3	1	4	1	2	2	4	5	5
10	1	3	2	3	2	4	2	2	3	3
11	1	4	2	3	2	1	2	4	3	4
12	2	3	4	2	2	4	3	2	2	1
13	3	4	2	3	1	4	4	3	1	2
14	1	2	2	3	1	3	2	2	3	2
15	4	2	1	3	4	2	3	4	3	3
16	4	3	5	3	2	3	1	3	3	4
17	3	2	3	4	2	3	2	4	3	3
18	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2
19	3	4	2	5	2	5	4	3	3	2
20	3	2	3	4	3	3	2	3	2	4
21	3	4	2	4	5	3	2	4	3	3
22	2	4	3	2	5	4	3	5	4	4
23	1	3	3	2	4	4	3	2	4	4
24	4	3	2	4	2	1	3	2	2	3
25	2	3	2	3	4	3	2	1	2	4
26	1	2	3	3	4	2	1	2	3	2
27	2	4	5	2	4	4	3	2	4	3
28	5	3	4	3	5	4	3	5	5	4
29	2	3	2	1	2	4	2	3	2	3

30	3	3	2	3	2	4	3	2	4	2
Total Nilai	76	93	83	87	83	98	78	88	91	91
Sangat Setuju	1	1	3	2	3	3	1	3	3	2
Setuju	6	9	5	7	9	12	4	6	7	9
Netral	8	13	6	11	1	7	9	9	10	9
Tidak Setuju	8	6	14	6	12	6	14	10	8	8
Sangat Tidak Setuju	7	1	2	4	5	2	2	2	2	2
Jumlah	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Hasil Olah Data Kuesioner Variabel Y

No	Indikator	Item	Pembobotan	Persentase(%)	Kategori
1	Pengenalan Masalah(1)	Y.1	76	9%	Buruk
2	Pengenalan Masalah(2)	Y.2	93	11%	Cukup
3	Pencarian Informasi(1)	Y.3	83	10%	Cukup
4	Pencarian Informasi(2)	Y.4	87	10%	Cukup
5	Evaluasi Alternatif(1)	Y.5	83	10%	Cukup
6	Evaluasi Alternatif(2)	Y.6	98	11%	Cukup
7	Keputusan Pembeli(1)	Y.7	78	9%	Cukup
8	Keputusan Pembeli(2)	Y.8	88	10%	Cukup
9	Evaluasi Pasca Pembelian(1)	Y.9	91	10%	Cukup
10	Evaluasi Pasca Pembelian(2)	Y.10	91	10%	Cukup
Total			868	100%	Cukup
Rata-rata			86,8		

Lampiran 3 Kartu Bimbingan

[illegible]

Lampiran 4 Instrumen Pernyataan Penelitian

**TABEL INSTRUMEN PERNYATAAN/PERTANYAAN KUESIONER
PENELITIAN**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Iklan Berbayar (X)	Iklan berbayar (advertising) didefinisikan sebagai segala bentuk presentasi non-personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi menggunakan media berbayar. (Kotler dkk., 2022)	Misi	1. Iklan berbayar pada Almeera Official Store di Shopee memiliki tujuan iklan yang jelas yaitu menarik perhatian audiens atau calon pelanggan yang akan membeli produk yang bisnis tawarkan.	likert (1 - 5)
		Misi	2. Iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee memiliki sasaran promosi yang jelas.	likert (1 - 5)
		Misi	3. Penayangan iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee berhasil mencapai tujuan iklan dalam memperkenalkan keaslian produk kepada calon pembeli.	likert (1 - 5)
		Pesan	4. Tampilan visual (foto/video) pada iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee terlihat menarik, sehingga pesan dari iklan tersebut tersampaikan dengan baik kepada audiens.	likert (1 - 5)
		Pesan	5. Informasi penawaran diskon dan detail bahan premium dirumuskan dalam pesan tertulis iklan Almeera Official Store secara jelas dan mudah dipahami.	likert (1 - 5)
		Pesan	6. Struktur penyampaian pesan pada iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee disusun sedemikian rupa sehingga keunggulan produk langsung dimengerti pembeli.	likert (1 - 5)
		Jangkauan	7. Iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee memiliki jangkauan penayangan yang luas sehingga produknya sering muncul di beranda utama atau halaman rekomendasi saya.	likert (1 - 5)
		Jangkauan	8. Frekuensi penayangan iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee sangat tepat dan optimal dalam menjangkau	likert (1 - 5)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan	Skala
			segmen konsumen busana muslim secara luas.	
		Jangkauan	9. Iklan berbayar Almeera Official Store mampu menjangkau saya sebagai target sasaran yang tepat karena relevan dengan minat pencarian pakaian muslim saya di Shopee.	likert (1 - 5)
		Dampak	10. Iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee memberikan dampak persuasif yang kuat sehingga menarik perhatian saya untuk mengklik iklan dan mengunjungi toko.	likert (1 - 5)
		Dampak	11. Dampak dari penayangan iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee berhasil membujuk dan memicu keinginan saya untuk membeli produk pakaian muslim mereka.	likert (1 - 5)
		Dampak	12. Iklan berbayar Almeera Official Store di Shopee memberikan dampak positif berupa meningkatnya keyakinan saya akan kualitas produk dibanding toko online lainnya.	likert (1 - 5)
Keputusan Pembelian (Y)	Proses keputusan pembelian dimulai apabila konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan terhadap suatu produk yang diinginkan. (Andrian, 2022)	Pengenalan masalah	13. Saya menyadari adanya kebutuhan atau masalah terkait kurangnya koleksi pakaian muslim yang nyaman untuk kegiatan ibadah atau perayaan keluarga saya.	likert (1 - 5)
		Pengenalan masalah	14. Saya menyadari masalah pentingnya memilih produk pakaian muslim yang terjamin keaslian bahan premiumnya agar nyaman dipakai sehari-hari.	likert (1 - 5)
		Pengenalan masalah	15. Kebutuhan saya akan pakaian muslim berkualitas tinggi dapat teratasi setelah mengenali solusi produk yang ditawarkan oleh Almeera Official Store di Shopee.	likert (1 - 5)
		Pencarian informasi	16. Saya melakukan pencarian informasi secara aktif dengan meneliti kolom ulasan dan rating penilaian pembeli lain sebelum membeli produk Almeera Official Store di Shopee.	likert (1 - 5)
		Pencarian informasi	17. Saya mengumpulkan informasi detail terkait spesifikasi ukuran, bahan katun,	likert (1 - 5)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan	Skala
			dan varian produk Almeera Official Store melalui deskripsi yang disediakan di Shopee.	
		Pencarian informasi	18. Saya mencari informasi tambahan secara langsung dengan menggunakan fitur chat penjual di Shopee untuk menanyakan ketersediaan produk Almeera Official Store.	likert (1 - 5)
		Evaluasi alternatif	19. Saya mengevaluasi berbagai alternatif dengan membandingkan harga dan kualitas bahan gamis/koko Almeera Official Store dengan merek kompetitor lain di Shopee.	likert (1 - 5)
		Evaluasi alternatif	20. Kebijakan garansi retur produk apabila terdapat cacat dari Almeera Official Store menjadi poin evaluasi alternatif utama yang menguntungkan bagi saya.	likert (1 - 5)
		Evaluasi alternatif	21. Saya membandingkan kesesuaian model desain sarimbit atau koko Almeera dengan produk serupa di Shopee sebelum memantapkan pilihan alternatif terbaik.	likert (1 - 5)
		Keputusan membeli	22. Saya mengambil keputusan membeli pakaian muslim di Almeera Official Store karena telah merasa yakin dengan kualitas premium dan keandalan produknya.	likert (1 - 5)
		Keputusan membeli	23. Ketersediaan kemudahan metode transaksi pembayaran (seperti ShopeePay, Paylater, atau COD) memantapkan keputusan saya untuk segera membeli di Almeera Official Store.	likert (1 - 5)
		Keputusan membeli	24. Promo yang ditawarkan Almeera Official Store dan Shopee mendorong saya melakukan pembelian.	likert (1 - 5)
		Evaluasi pasca pembelian	Pertanyaan Saringan (Wajib diisi): Apakah Anda membeli produk Almeera Official Store di Shopee? jika Ya (Silakan lanjutkan mengisi pertanyaan nomor 25, 26, dan 27)	likert (1 - 5)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan	Skala
			jika Tidak (Maka lewati saja pertanyaan ini / tidak perlu diisi saat kuesioner): Kuesioner 25. Saya melakukan evaluasi pasca pembelian dan merasa sangat puas karena kualitas fisik pakaian muslim Almeera yang saya terima sesuai dengan spesifikasi yang diiklankan.	
		Evaluasi pasca pembelian	26. Berdasarkan evaluasi pasca pembelian, kualitas layanan admin dan kecepatan pengiriman toko Almeera Official Store di Shopee memberikan pengalaman belanja yang memuaskan.	likert (1 - 5)
		Evaluasi pasca pembelian	27. Sebagai hasil akhir evaluasi pasca pembelian yang memuaskan, saya berminat melakukan pembelian ulang (repurchase) dan menyarankannya kepada orang lain.	likert (1 - 5)

Lampiran 5 Hasil Kuesioner Penelitian

1. Karakteristik Responden

No	Nama	Gender	Usia	No	Nama	Gender	Usia
1	Fakhri Anwar Kholid	L	25	51	Hety H	P	34
2	Firda S Y	P	23	52	Nafsal Fatah Azima	L	27
3	Fartika Farhatein	P	28	53	Mega Isma N	P	23
4	Fakhira Anazmi Z	P	26	54	Nesta Alya	P	30
5	Farhan Dzulkifli Firdaus	L	26	55	Nurhayati T	P	28
6	Elin Herlina Shopia	P	32	56	Siti Sri Rahayu	P	24
7	Irlan N	L	40	57	Cindy Andiania	P	27
8	Imelda Sari	P	25	58	Endah Handayanti	P	26
9	Ayu	P	23	59	Sekar M Putri	L	26
10	Eka	P	28	60	Laila Juariah	P	24
11	Lia A	P	30	61	Diana Putri	P	23
12	Dian Citra Amelia	P	22	62	Anisa Nurhikmah	P	25
13	Dinda F	P	26	63	Vina Yulawati	P	33
14	Viska Mustika	P	24	64	Komalasari Rambe	P	34
15	Mala Komala Sari	P	31	65	Intan Permatasari D	P	26
16	Dewi Trei Lestari	P	27	66	Melan	P	39
17	Deni Chandra	L	33	67	Shipa Sri Mulyani	P	23
18	Winda W	L	43	68	Madhien P S	P	22
19	Lia Rahayu	P	43	69	Hasna Fadillah	P	25
20	Kaila Novitasari	P	28	70	Linda Sriandini	P	27
21	Anggun	P	26	71	Ayu Mayangsari	P	26
22	Desi	P	33	72	Erwaini	P	25
23	Siti Fatimah	P	30	73	Nabila Purwasari	P	29
24	Aan Gunawan	L	24	74	Gimna Shopiana	P	24
25	Indri I	P	24	75	Ewita P	P	33
26	Dini S	P	34	76	Gigin Ginanjar	L	24
27	Tari Chalandra	P	26	77	Dati Karlina	P	28
28	Ely Qanita	P	40	78	Maryam Salmiya Azka	P	25
29	Anita Tri Handayanti	P	29	79	Salwa Kencanawati	P	24
30	Emi Nurul F	P	29	80	Sansan Rahmawati	P	22
31	Misa Wiranda	P	28	81	Tiara Novita	P	23
32	Anisa Nurul Hamzah	P	24	82	Maudy Ayunda	P	28
33	Akmal Muhammad Habib Nurseha	L	24	83	Salsabila Azahra	P	21
34	Asri N F	P	27	84	Walia	P	33
35	Adinda Nur F	P	29	85	Almeera Uswatun Hasanah	P	25
36	Risa N	P	25	86	Ichsan Ibnu Hazard	L	27
37	Wita S R	P	27	87	Giva Rismawat	P	29
38	Alya	P	23	88	Siti Anggraini	P	26
39	Intan p s	P	26	89	Latifah Fatmasari	P	29
40	Tia Siliwari	P	27	90	Enjelina Manurung	P	27
41	Ganie Trilestari	P	25	91	Yossi L Affita	P	28

No	Nama	Gender	Usia	No	Nama	Gender	Usia
42	Fitri Novianti	P	23	92	Nainun Mardiah	P	36
43	Repa Nabila	P	23	93	Sintia Aisyah	P	31
44	Dewi Sandra	P	29	94	Tia Lenahti	P	27
45	Hilda	P	27	95	Siti Apriliani Hasibuan	P	24
46	Amanda M	P	22	96	Eva	P	28
47	Padel Maulana	L	24				
48	Nova A	P	28				
49	Asmi Nurul Fatimah	P	29				
50	Dina Y	P	29				

2. Hasil Pernyataan Kuesioner Variabel X

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X
1	5	2	4	5	3	2	1	5	3	4	5	5	44
2	4	5	4	4	3	4	1	2	3	4	5	3	42
3	4	5	2	4	3	5	3	1	3	5	5	4	44
4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	52
5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	2	5	52
6	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	56
7	5	4	4	5	3	2	1	3	5	4	4	3	43
8	3	5	4	4	3	5	4	4	3	2	4	5	46
9	4	5	2	1	3	2	1	5	5	4	4	5	41
10	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	5	52
11	4	3	2	2	4	5	5	3	4	5	5	5	47
12	5	4	3	2	5	5	5	4	4	4	5	3	49
13	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5	55
14	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	56
15	5	4	2	5	2	5	2	3	5	1	3	4	41
16	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	54
17	5	4	5	5	2	4	3	5	5	5	4	4	51
18	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	54
19	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	57
20	5	4	2	4	5	5	5	5	3	2	1	5	46
21	5	2	4	5	4	5	2	5	5	4	5	5	51

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X
22	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	54
23	5	2	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	53
24	5	5	4	5	3	5	5	3	2	3	4	5	49
25	4	5	5	4	5	5	5	3	3	5	2	1	47
26	5	4	5	2	2	3	5	5	4	5	5	5	50
27	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	4	5	55
28	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	57
29	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	55
30	5	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	51
31	4	5	5	5	2	5	4	5	5	5	4	2	51
32	2	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	52
33	4	5	5	4	5	2	5	4	5	5	5	5	54
34	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	57
35	5	4	5	3	5	2	5	5	5	5	5	5	54
36	3	5	5	4	5	5	4	5	2	5	5	4	52
37	4	5	5	4	2	5	5	5	4	5	5	4	53
38	5	4	5	3	1	2	5	5	3	4	5	1	43
39	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	55
40	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
41	5	5	5	4	2	1	5	4	5	5	5	5	51
42	5	3	5	5	2	1	5	5	1	5	5	5	47
43	5	5	4	3	2	5	4	5	5	5	5	5	53
44	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	55
45	1	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	50
46	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5	2	1	48
47	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	57
48	2	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	54
49	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	52
50	5	5	4	5	5	5	4	4	3	1	4	5	50
51	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	56
52	5	3	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	53

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X
53	4	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	47
54	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	45
55	3	4	3	5	4	3	4	1	1	4	3	3	38
56	4	3	3	4	5	2	4	4	4	4	5	4	46
57	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	52
58	3	4	4	3	5	5	4	4	4	2	4	4	46
59	3	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	5	52
60	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	4	54
61	2	5	4	5	4	4	3	2	4	3	3	4	43
62	3	5	4	5	5	5	3	4	2	3	3	3	45
63	4	5	4	4	5	4	3	5	2	5	4	3	48
64	3	4	5	3	5	2	5	4	5	4	3	4	47
65	4	1	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	50
66	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	52
67	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	53
68	5	4	5	4	5	3	4	5	2	4	5	5	51
69	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	54
70	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	49
71	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	5	53
72	2	4	5	2	1	3	5	4	3	4	4	5	42
73	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	2	50
74	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	53
75	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	55
76	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	55
77	5	1	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	49
78	4	2	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	47
79	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	52
80	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	55
81	3	1	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	51
82	5	3	4	5	4	5	2	5	4	5	3	5	50
83	4	3	1	1	4	3	3	2	4	2	3	2	32

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X
84	4	2	4	5	4	5	3	5	5	4	3	4	48
85	4	5	2	3	4	2	4	3	5	5	5	5	47
86	3	4	3	5	4	5	3	5	5	2	5	5	49
87	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
88	4	2	3	4	5	4	5	4	2	1	1	2	37
89	3	5	5	5	2	3	4	5	5	4	5	5	51
90	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	53
91	3	5	4	2	3	2	4	4	2	3	4	3	39
92	5	2	2	4	4	4	4	4	5	2	4	3	43
93	4	2	4	4	5	3	4	5	5	3	5	1	45
94	2	3	4	5	5	5	5	5	5	2	5	2	48
95	2	2	4	3	1	3	2	4	2	1	5	2	31
96	4	1	1	2	2	2	2	4	5	4	2	3	32

3. Skor Tiap Item Pernyataan X

	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12
Skor 5	47	42	45	45	46	44	45	49	45	49	51	52
Skor 4	29	29	28	31	23	26	30	30	28	27	27	25
Skor 3	13	11	13	11	13	13	12	11	13	9	12	9
Skor 2	6	9	7	7	10	11	5	4	8	7	4	6
Skor 1	1	5	3	2	4	2	4	2	2	4	2	4
	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

4. Hasil Pernyataan Kuesioner Variabel X

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y
1	3	3	4	2	5	4	3	3	5	4	5	4	4	5	4	58
2	5	4	3	4	2	3	2	4	5	5	4	4	5	5	4	59
3	3	4	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	2	5	57
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	2	5	5	65
5	3	4	4	5	4	3	2	4	5	5	4	5	3	4	5	60

N o	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y.1 0	Y.1 1	Y.1 2	Y.1 3	Y.1 4	Y.1 5	Y
6	5	5	5	4	3	5	4	2	5	5	4	4	4	5	4	64
7	4	5	1	3	3	4	2	3	5	5	4	3	2	5	5	54
8	4	3	4	5	5	5	5	4	3	4	5	2	5	5	5	64
9	1	3	2	4	5	3	5	4	3	2	3	4	4	4	4	51
10	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	67
11	4	4	5	4	3	5	4	3	2	5	5	4	4	4	5	61
12	1	2	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	60
13	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	5	4	66
14	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	69
15	2	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	60
16	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	69
17	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4	2	3	4	64
18	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	70
19	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	70
20	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	68
21	4	5	5	3	5	2	5	5	5	2	3	3	2	4	5	58
22	3	2	3	2	5	1	4	5	5	4	5	5	5	5	5	59
23	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	68
24	2	4	5	3	5	5	4	5	2	3	4	5	5	4	5	61
25	1	2	2	2	5	2	1	3	4	1	2	3	5	2	3	38
26	2	5	4	5	3	5	5	4	2	2	2	3	5	3	4	54
27	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	66
28	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	69
29	5	5	4	5	5	5	2	4	5	5	5	5	2	5	2	64
30	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	72
31	3	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	65
32	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	70
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4	2	66
34	5	3	2	4	1	5	5	4	5	5	4	5	2	1	5	56
35	5	5	4	5	5	5	4	3	3	1	5	5	5	5	4	64

N o	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y.1 0	Y.1 1	Y.1 2	Y.1 3	Y.1 4	Y.1 5	Y
36	5	2	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	68
37	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	65
38	5	4	5	3	5	5	3	5	4	4	5	5	5	2	4	64
39	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	3	2	5	5	5	67
40	5	3	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	67
41	5	5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	5	5	5	4	68
42	5	5	4	5	5	3	3	4	5	2	3	2	5	5	5	61
43	5	5	4	5	2	3	1	3	5	5	4	3	2	3	3	53
44	4	5	3	2	2	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	62
45	5	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	64
46	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	71
47	5	5	2	3	4	3	4	5	5	3	3	3	5	5	3	58
48	5	4	3	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	67
49	5	5	5	5	2	3	1	5	1	2	5	4	5	3	4	55
50	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	69
51	1	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	1	3	3	55
52	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	67
53	4	5	5	4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	5	1	58
54	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	57
55	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	1	5	4	4	4	54
56	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	65
57	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	65
58	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	61
59	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	65
60	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	66
61	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	5	5	3	4	5	63
62	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	5	5	59
63	5	5	4	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	5	63
64	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	66
65	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	63

N o	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y.1 0	Y.1 1	Y.1 2	Y.1 3	Y.1 4	Y.1 5	Y
66	5	4	5	4	4	2	4	1	4	5	4	5	1	4	5	57
67	5	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	65
68	4	5	4	3	5	5	2	1	1	5	4	5	3	5	3	55
69	5	4	5	3	5	2	4	4	4	4	5	5	5	3	4	62
70	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	64
71	4	4	5	4	4	3	5	5	4	3	5	5	4	5	5	65
72	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	62
73	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	5	5	4	3	65
74	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	70
75	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5	67
76	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5	69
77	3	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	67
78	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	68
79	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	67
80	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	67
81	4	4	5	5	5	4	5	4	5	2	1	5	3	2	5	59
82	2	4	3	5	5	5	4	5	5	3	5	2	5	4	4	61
83	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	1	3	5	2	61
84	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5	5	4	4	5	4	65
85	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	68
86	4	5	5	4	5	5	5	3	2	5	4	4	4	3	3	61
87	4	5	3	5	5	5	5	4	5	2	5	5	5	4	3	65
88	2	3	2	5	2	5	4	2	4	2	3	1	2	2	2	41
89	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	69
90	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	67
91	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	2	3	3	5	4	64
92	1	1	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	55
93	3	1	5	5	5	5	5	5	3	1	4	1	4	3	3	53
94	4	4	5	4	5	5	4	4	5	2	5	2	4	5	4	62
95	3	4	4	5	4	3	5	1	4	4	5	2	5	4	3	56

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X
X.1	Pearson Correlati on	1	- .033	.132	.129	.044	.004	.028	.059	.103	.234 *	- .011	.120	.325 **
	Sig. (2-tailed)		.750	.199	.209	.672	.970	.785	.566	.320	.022	.919	.246	.001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.2	Pearson Correlati on	- .033	1	.165	- .006	.037	.096	.157	- .041	- .023	.200	.105	.147	.365 **
	Sig. (2-tailed)	.750		.109	.953	.718	.354	.126	.688	.822	.051	.310	.154	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.3	Pearson Correlati on	.132	.165	1	.233 *	- .017	- .002	.303 **	.279 **	.055	.342 **	.245 *	.115	.534 **
	Sig. (2-tailed)	.199	.109		.022	.869	.981	.003	.006	.592	.001	.016	.263	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.4	Pearson Correlati on	.129	- .006	.233 *	1	.119	.253 *	.023	.091	- .004	.054	.109	.224 *	.412 **
	Sig. (2-tailed)	.209	.953	.022		.247	.013	.826	.380	.966	.599	.291	.028	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.5	Pearson Correlati on	.044	.037	- .017	.119	1	.284 **	.243 *	.007	.066	.077	- .111	.118	.378 **
	Sig. (2-tailed)	.672	.718	.869	.247		.005	.017	.947	.525	.453	.282	.254	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.6	Pearson Correlati on	.004	.096	- .002	.253 *	.284 **	1	.127	- .017	.095	- .054	- .142	.054	.337 **

	Sig. (2-tailed)	.970	.354	.981	.013	.005		.217	.869	.358	.602	.166	.600	.001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.7	Pearson Correlation	.028	.157	.303**	.023	.243*	.127	1	.245*	.044	.263**	.170	.182	.533**
	Sig. (2-tailed)	.785	.126	.003	.826	.017	.217		.016	.668	.010	.097	.076	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.8	Pearson Correlation	.059	-.041	.279**	.091	.007	-.017	.245*	1	.222*	.180	.289**	.190	.449**
	Sig. (2-tailed)	.566	.688	.006	.380	.947	.869	.016		.030	.079	.004	.064	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.9	Pearson Correlation	.103	-.023	.055	-.004	.066	.095	.044	.222*	1	.217*	.085	.206*	.385**
	Sig. (2-tailed)	.320	.822	.592	.966	.525	.358	.668	.030		.034	.408	.044	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.10	Pearson Correlation	.234*	.200	.342**	.054	.077	-.054	.263**	.180	.217*	1	.301**	.289**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.022	.051	.001	.599	.453	.602	.010	.079	.034		.003	.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.11	Pearson Correlation	-.011	.105	.245*	.109	-.111	-.142	.170	.289**	.085	.301**	1	.292**	.421**
	Sig. (2-tailed)	.919	.310	.016	.291	.282	.166	.097	.004	.408	.003		.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X.12	Pearson Correlation	.120	.147	.115	.224*	.118	.054	.182	.190	.206*	.289**	.292**	1	.556**
	Sig. (2-tailed)	.246	.154	.263	.028	.254	.600	.076	.064	.044	.004	.004		.000

[illegible]

Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Sum		403	382	393	398	385	387	395	408	394	398	409	403
Percentiles	25	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00
	75	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

4. Analisis Deskriptif Vareabel Y

Statistics

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15
N	Valid	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.98	4.10	4.11	4.22	4.26	4.23	4.19	4.15	4.28	4.07	4.22	4.14	4.14	4.20	4.22
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.50	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.50	4.00	4.00
Mode		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Std. Deviation		1.205	1.031	1.065	.920	.932	.934	1.039	1.036	.959	1.126	.954	1.082	1.082	.969	.931
Skewness		-1.176	-1.272	-1.088	-.949	-1.264	-1.109	-1.420	-1.401	-1.473	-1.094	-1.273	-1.242	-1.141	-1.119	-1.092
Std. Error of Skewness		.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246	.246
Kurtosis		.549	1.246	.359	-.063	1.158	.708	1.549	1.765	1.948	.273	1.455	.829	.383	.599	.702
Std. Error of Kurtosis		.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488	.488
Minimum		1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Sum		382	394	395	405	409	406	402	398	411	391	405	397	397	403	405
Percentiles	25	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.25	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

50	4.0	4.0	4.0	4.	5.0	4.5	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.5	4.0	4.0
	0	0	0	00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	5.0	5.0	5.0	5.	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
	0	0	0	00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



Lampiran 7 Hasil Turnitin

SKRIPSI LNR R (Revisi Final)			
ORIGINALITY REPORT			
27%	24%	14%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.unpas.ac.id Internet Source		
2	fliphtml5.com Internet Source		
3	Submitted to Universitas Sangga Buana YPKP Student Paper		
4	repositori.stiamak.ac.id Internet Source		
5	repository.umj.ac.id Internet Source		
6	repository.umsu.ac.id Internet Source		
7	repo.undiksha.ac.id Internet Source		
8	123dok.com Internet Source		
9	rohmat sarman.com Internet Source		
10	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper		
11	repository.stei.ac.id Internet Source		
12	Ellen Indriati, Angie Veronica, Mentiana Sibarani. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik pada Madame Gie Official Shop di Marketplace Shopee", Journal of Economics and Management (JECMA), 2022 Publication		
13	repositori.usu.ac.id Internet Source		
14	Submitted to Universitas Putera Batam		