

# ***LAMPIRAN***

**SURAT KETERANGAN**

**No. C.013/MSGLOW-LPG/03/22**

Ms Glow Beauty Lampung Store menerangkan bahwa nama mahasiswa di bawah ini :

Nama	: Nikmah Mubaroq
NPM	: 1812110289
Jurusan / Program Studi	: Manajemen
Jenjang	: S1
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Universitas	: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Benar telah melakukan pengambilan data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi, berlokasi di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Dengan Judul Skripsi “ Pengaruh Brand Ambassador dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow di Bandar Lampung”. Demikian Surat Keterangan ini kami berikan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Hormat Kami,



Ms Glow Beauty Lampung

## Lampiran 3

### ANGKET PENELITIAN (KUISONER)



**INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN**  
**MANAJEMEN**

---

Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Bandar Lampung  
35142

### KUESIONER

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN ATRIBUT PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW DI  
BANDAR LAMPUNG**

### IDENTITAS PENELITI

Nama : Nikmah Mubaroq  
Npm : 1812110289  
Jurusan : Manajemen  
Alamat : Jl. Dakwah Ujung LK.11, RT.10/RW.11,  
Labuhan Ratu Kedaton, Kota Bandar  
Lampung, Lampung, ID 35112  
E-Mail : [nikmahmubaroq08@gmail.com](mailto:nikmahmubaroq08@gmail.com)

Hal : Permohonan Bantuan Pengisian Kuisisioner

Kepada : Yth

Ibu/Saudari

Di - Tempat

Dengan Hormat,

Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk Program Studi Strata Satu (S1), Jurusan Manajemen IIB Darmajaya, Bandar Lampung, dengan judul penelitian tentang **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN ATRIBUT PRODUK TERHDAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW DI BANDAR LAMPUNG”**

Adapun pernyataan dalam kuesioner ini semata-mata untuk memperoleh data-data yang akan di olah dalam penelitian ini. oleh karenanya diharapkan kesediaan Ibu/Saudari, agar mengisi kuesioner penelitian ini dengan sebenarnya. Atas perhatian dan kerjasama yang baik dalam memberikan informasi dari Ibu/Saudari, saya ucapkan terimakasih.

Bandar Lampung,

Hormat Saya

**Nikmah Mubarog**

**NPM.1812110289**

## FORMAT KUESIONER

### IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda centang (√) pada kolom yang di sediakan.

1. Nama Lengkap :
2. Usia :  18-25 Tahun  26-35 Tahun
3. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  Pekerja swasta/BUMN  
 Wirausaha/Wiraswasta  PNS/TNI/POLRI  
 Ibu Rumah Tangga
4. Pengeluaran Belanja Perbulan :  
 < Rp 1.000.000  
 Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000  
 Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000  
 > Rp 2.000.000

### INFORMASI UMUM

1. Apakah anda berdomisili di Bandar Lampung?  
 Ya  Tidak
2. Produk Ms Glow apa yang anda gunakan?  
 Whitening Series  Acne Series  Luminous Series
3. Sudah berapa lama anda menggunakan produk Ms Glow?  
 2 minggu  1 bulan  > 2 bulan
4. Apakah Anda mengetahui Fuji sebagai *Brand Ambassador* Ms Glow?  
 Ya  Tidak

BAGIAN 2, berilah tanda (√) pada skala 1-5 di setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan untuk masing-masing item pernyataan. Kriteria Penilaian adalah sebagai berikut : **Sangat Tidak Setuju (STS)**, **Tidak Setuju (TS)**, **Netral (N)**, **Setuju (S)**, **Sangat Setuju (SS)**.

Tabel kuesioner berisi indikator-indikator *Brand Ambassador* dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian.

1. *Brand Ambassador*

No	Pernyataan	Pilihan				
		1	2	3	4	5
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Daya Tarik						
1	Fuji memiliki penampilan yang menarik					
2	Fuji membuat saya tertarik untuk melihat isi iklan skincare Ms Glow					
3	Popularitas Fuji mendorong saya untuk membeli skincare Ms Glow					
Keahlian						
4	Fuji menyampaikan informasi tentang skincare Ms Glow dengan baik					
5	Informasi yang disampaikan Fuji mudah saya pahami					
6	Informasi yang disampaikan Fuji sesuai dengan apa yang saya cari					
Kepercayaan						
7	Fuji membuat saya yakin dengan skincare Ms Glow					

8	Saya mengakui kebenaran informasi yang disampaikan oleh Fuji					
9	Saya beritikad membeli skincare Ms Glow karena Fuji sebagai <i>Brand Ambassador</i>					
Kekuatan						
10	Fuji memiliki pengetahuan dalam memperkenalkan produk kecantikan.					
11	Fuji memberikan kesan yang kuat kepada saya untuk membeli skincare Ms Glow					
12	Fuji menginspirasi saya untuk menggunakan skincare Ms Glow					

## 2. Atribut Produk

No	Pernyataan	Pilihan				
		1	2	3	4	5
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Merek						
1	Merek skincare Ms Glow sudah terkenal					
2	Merek skincare Ms Glow mudah diingat					
3	Ketika menggunakan skincare merek Ms Glow saya merasa memiliki nilai prestise yang tinggi					
Kemasann						
4	Ms Glow memiliki bentuk kemasan yang menarik					
5	Ms Glow memiliki kemasan yang praktis					

6	Ms Glow memiliki kemasan yang tidak mudah rusak					
Jaminan						
7	Skincare Ms Glow memiliki komposisi bahan yang aman					
8	Saya percaya dengan menggunakan skincare Ms Glow 2-4 minggu akan membuat kulit tampak glowing					
9	Ms Glow memberikan jaminan kualitas produk yang baik					
Label						
10	Ms Glow sudah memiliki label BPOM yang menjamin keamanan produk					
11	Label BPOM memandakan bahwa skincare Ms Glow memiliki kualitas yang baik					
12	Saya menggunakan skincare Ms Glow karena sudah memiliki label BPOM					

### 3. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Pilihan				
		1	2	3	4	5
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Kemantapan						
1	Saya tidak memiliki keraguan dalam membeli skincare Ms Glow					
2	Saya membeli skincare Ms Glow setelah membandingkannya dengan produk skincare					

	yang lain					
3	Saya memutuskan membeli skincare Ms Glow karena sesuai dengan kebutuhan					
Kebiasaan dalam membeli produk						
4	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian produk skincare					
5	Saya membeli produk skincare sesuai dengan kebutuhan					
6	Saya membeli skincare Ms Glow karena banyak konsumen lain yang menggunakan					
Memberikan Rekomendasi pada orang lain						
7	Saya mendapatkan manfaat dari membeli skincare Ms Glow					
8	Saya akan merekomendasikan skincare Ms Glow kepada orang lain					
9	Saya memberikan rekomendasi skincare Ms Glow karena memiliki kualitas yang baik					
Melakukan pembelian ulang						
10	Saya melakukan pembelian ulang skincare Ms Glow setelah mendapatkan manfaat yang dirasakan					
11	Saya membeli ulang skincare Ms Glow karena kebutuhan					
12	Skincare Ms Glow memenuhi harapan saya untuk melakukan pembelian ulang					

## Lampiran 2

### KUESIONER PRA-SURVEY

#### Identitas Responden

**Nama** :

**Usia** :  18-25 tahun  36-45 tahun

26-35 tahun  46-55 tahun

**Jenis Kelamin** :  Laki-Laki  Wanita

Responden yang terhormat,

Bersama ini saya mengharapkan kesediaan saudara untuk mengisi daftar pertanyaan dalam kuesioner (Pra-Survey) dengan tujuan sebagai data pendukung untuk tugas akhir dengan judul Pengaruh *Brand Ambassador* dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow di Bandar Lampung. Atas kessediaan saudara menjawab pertanyaan dengan sejujur-jujurnya dan bebaik-baiknya saya ucapkan terima kasih.

1. Apakah anda berdomisili di Bandar Lampung?

Ya  Tidak

2. Apakah Anda Menggunakan Skincare Ms Glow?

Ya  Tidak

(Jawaban Tidak akan mengirim jawaban, Ya akan diarahkan untuk melanjutkan mengisi bagian 2)

Bagian 2, Berikan jawaban dan alasan anda atas pertanyaan-pertanyaan berikut.

1. Produk Ms Glow Apa yang anda gunakan ?

Whitening Series  Acne Series

Luminous Series  Ms Glow For Men  Ms Kids

Pertanyaan	Jawaban dan Alasan
<b>Daya Tarik</b>	
Apakah <i>Brand Ambassador</i> Skincare Ms Glow memiliki daya tarik untuk memasarkan produk tersebut?	
<b>Keahlian</b>	
Apakah pesan yang disampaikan <i>Brand Ambassador</i> dalam iklan Ms Glow membuat anda ingin mengetahui lebih dalam mengenai produk tersebut?	
<b>Kepercayaan</b>	
Apakah <i>Brand Ambassador</i> membuat anda yakin untuk membeli produk tersebut?	
<b>Kekuatan</b>	
Apakah anda membeli Ms Glow karena ajakan/saran yang disampaikan <i>Brand Ambassador</i> produk tersebut?	
<b>Merek</b>	
Apakah anda membeli Ms Glow karena mereknya yang sudah terkenal?	
<b>Kemasan</b>	
Apakah menurut anda produk Ms Glow yang anda beli dikemas dengan baik ?	
<b>Jaminan</b>	
Apakah anda membeli Ms Glow karena memberikan jaminan produk yang aman?	
<b>Label</b>	
Apakah anda membeli Ms Glow karena sudah memiliki sertifikasi halal dan label BPOM?	

### Lampiran 3

#### Hasil Jawaban Kuesioner Responden

##### 1. *Brand Ambassador* (X1)

No. Resp	Angket Pernyataan											
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Total
1	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	3	37
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	46
4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	3	47
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	50
6	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	2	42
7	4	5	5	4	5	3	3	2	4	5	5	45
8	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	43
9	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
10	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
11	4	4	4	4	5	4	4	3	4	2	2	40
12	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	38
13	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	45
14	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	45
15	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	47
16	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	47
17	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	40
18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
19	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	46
20	4	3	4	4	4	3	4	2	3	2	2	35
21	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	44
22	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	46
23	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	2	37

24	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	2	36
25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	46
26	4	4	4	4	4	2	4	2	5	2	2	37
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
28	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
29	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	47
30	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	46
31	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	48
32	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	42
33	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	46
34	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	52
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
36	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	48
37	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	37
38	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	41
39	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	34
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
41	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
43	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	44
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
46	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	50
47	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	41
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
50	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	48
51	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	50
52	5	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	46

53	4	3	4	4	3	3	3	2	4	2	3	35
54	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
55	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
57	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	37
58	4	3	3	4	5	3	3	2	4	3	3	37
59	5	1	4	3	3	4	5	4	5	4	5	43
60	5	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	31
61	5	3	3	4	4	3	3	2	2	4	2	35
62	5	4	3	3	5	5	3	2	3	4	2	39
63	5	5	5	5	5	5	5	1	5	2	2	45
64	5	4	4	3	4	3	3	1	4	4	3	38
65	5	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	36
66	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	31
67	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	43
68	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	3	45
69	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	42
70	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	46
71	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	49
72	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	4	45
73	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	47
74	4	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	41
75	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	43
76	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	43
77	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	47
78	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	48
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
80	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	50
81	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	46

82	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	41
83	4	4	4	5	4	4	5	2	3	3	3	41
84	4	4	4	3	3	5	3	5	5	5	5	46
85	4	3	5	5	4	3	4	5	5	5	4	47
86	4	4	5	5	4	3	3	5	5	5	5	48
87	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	2	41
88	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	52
89	4	5	4	5	4	3	3	2	4	3	3	40
90	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	44
91	4	4	5	5	4	5	5	4	2	1	1	40
92	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	49
93	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2	4	30
94	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	33
95	4	3	2	3	4	2	3	3	3	5	3	35
96	4	3	2	2	2	2	4	4	4	5	4	36
97	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	53
98	5	5	5	3	4	5	4	3	4	4	5	47
99	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	50
100	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	45
101	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	46
102	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4	45
103	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	49
104	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	51
105	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	50
106	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	47
107	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	50
108	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	48
109	3	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	46
110	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	49

111	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	49
112	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	50
113	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	46
114	4	5	5	3	4	5	5	4	3	5	4	47
115	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	51
116	3	4	3	4	5	3	5	5	3	5	4	44
117	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	48
118	5	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4	44
119	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	49
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43

## 2. Atribut Produk (X2)

No. Responden	Angket Pernyataan												TOTAL
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	
1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	54
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	55
4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
7	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58
8	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	57
9	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	57
10	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	5	54
11	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	47
12	5	4	3	2	4	4	4	4	4	5	4	5	48
13	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	52
14	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	53
15	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	53
16	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	52

17	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
18	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	56
19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	47
20	5	4	3	4	4	2	3	2	3	4	2	4	40
21	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	48
22	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	53
23	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	44
24	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	50
25	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	54
26	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	54
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
28	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	53
29	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	51
30	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
31	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	48
32	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	45
33	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	51
34	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	54
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
36	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	52
37	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	48
38	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
39	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	52
40	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	49
41	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	51
42	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	51
43	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	46
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
45	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	48
46	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	53

47	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	47
48	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58
49	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
50	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	51
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
52	5	5	4	5	5	3	5	3	4	5	5	5	54
53	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	46
54	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
56	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	55
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
60	4	4	3	3	4	1	3	2	2	3	3	4	36
61	5	5	2	2	4	3	4	4	4	5	5	5	48
62	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	50
63	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
64	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	50
65	5	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	5	48
66	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	52
67	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	52
68	4	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	44
69	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	52
70	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	44
71	4	3	4	4	5	4	4	5	5	3	4	3	48
72	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	48
73	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	50
74	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	50
75	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	53
76	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	52

77	3	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	48
78	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	54
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
80	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	54
81	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	53
82	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	47
83	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	4	5	43
84	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
85	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	56
86	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	54
87	2	4	3	3	5	3	5	4	5	4	4	4	46
88	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	56
89	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	46
90	2	4	2	3	5	3	4	5	5	4	4	5	46
91	1	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	41
92	1	3	1	4	3	3	2	2	2	2	2	2	27
93	3	4	2	3	3	4	4	5	4	5	5	4	46
94	5	3	5	4	3	5	4	4	3	4	4	5	49
95	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	5	50
96	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	54
97	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	3	51
98	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	55
99	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	53
100	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	52
101	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	54
102	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	52
103	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	54
104	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	50
105	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	52
106	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	52

107	3	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	50
108	5	4	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	49
109	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	54
110	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	51
111	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	49
112	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	50
113	3	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	47
114	4	5	5	3	5	4	4	3	4	5	4	3	49
115	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	46
116	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	52
117	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	54
118	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	54
119	5	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	51
120	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	55

### 3. Keputusan Pembelian (Y)

No. Resp	Angket Pernyataan												TOTAL
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	
1	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	54
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	57
4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	58
5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	3	50
6	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	52
7	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	53
8	4	5	3	5	5	2	4	4	4	5	4	3	48
9	5	5	4	5	5	2	5	3	3	4	4	5	50
10	3	5	5	5	4	2	5	4	4	4	4	4	49
11	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	52

12	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	53
13	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	3	4	49
14	4	5	5	5	5	2	4	3	4	5	5	5	52
15	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	54
16	3	4	5	5	5	4	4	2	4	3	3	3	45
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
18	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	54
19	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	44
20	3	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	2	38
21	3	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	45
22	3	5	4	5	4	2	4	3	3	4	4	3	44
23	3	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	3	41
24	4	3	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	41
25	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
26	3	5	4	5	4	2	4	3	3	3	3	3	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
28	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	51
29	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	46
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
31	3	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	3	45
32	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	45
33	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	52
34	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	53
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
36	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	53
37	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	44
38	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	43
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
40	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43

41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
42	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
44	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	51
45	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	52
46	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	53
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	47
49	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	47
50	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	53
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
52	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	55
53	3	4	4	5	3	3	3	5	3	5	3	5	46
54	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	29
55	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	3	4	46
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
60	2	4	4	5	4	3	2	2	2	2	2	4	36
61	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	46
62	4	4	5	4	3	4	3	3	4	5	4	5	48
63	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	45
64	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	45
65	4	4	5	5	4	4	4	2	5	4	3	4	48
66	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	49
67	4	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	46
68	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	52
69	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	52

70	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	53
71	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	53
72	5	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	47
73	4	5	4	5	3	4	5	4	3	5	4	4	50
74	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	52
75	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	53
76	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	50
77	3	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	51
78	3	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	48
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
80	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	46
81	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	52
82	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	48
83	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	53
84	5	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	45
85	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	51
86	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	51
87	5	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	45
88	4	3	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	48
89	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	52
90	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	50
91	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	51
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
93	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	3	48
94	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	48
95	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	52
96	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	52
97	4	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	51
98	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	53

99	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	48
100	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	51
101	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	53
102	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	52
103	3	4	3	5	4	3	5	4	5	3	4	4	47
104	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	49
105	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	54
106	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	49
107	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	47
108	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	49
109	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	45
110	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	51
111	5	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	48
112	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	50
113	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	46
114	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	51
115	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	52
116	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	51
117	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	54
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
119	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	52
120	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	56

## Lampiran 4

### Karakteristik Responden

Statistics

	Usia Responden	Pekerjaan	Pengeluaran Belanja	Produk yang digunakan	Lama Pemakaian Produk
N	Valid	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0

#### 1. Karakteristik Usia

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	79	65.8	65.8
	26-35	41	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0

#### 2. Karakteristik Pekerjaan Responden

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	70	58.3	58.3
	Wirausaha/Wiraswasta	8	6.7	65.0
	PNS/TNI/POLRI	21	17.5	82.5
	Ibu Rumah Tangga	21	17.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0

#### 3. Karakteristik Pengeluaran Belanja Responden Perbulan

Pengeluaran Belanja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 1.000.000	40	33.3	33.3
	Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	46	38.3	71.7
	Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000	19	15.8	87.5
	> Rp 2.000.000	15	12.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0

#### 4. Karakteristik Produk yang digunakan responden

Produk yang digunakan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Whitening Series	55	45.8	45.8	45.8
	Acne Series	40	33.3	33.3	79.2
	Luminous Series	25	20.8	20.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

#### 5. Karakteristik Pemakaian Produk

Lama Pemakaian Produk					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	2 minggu	16	13.3	13.3	13.3
	1 bulan	29	24.2	24.2	37.5
	> 2 bulan	75	62.5	62.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

## Lampiran 5

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Hasil Uji Validitas

##### a. Brand Ambassador

		Correlations												
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	TOTAL
Q1	Pearson Correlation	1	.054	-.149	.428	.430	.418	.322	.390	.222	.236	.134	.025	.385
	Sig. (2-tailed)		.776	.432	.018	.018	.021	.083	.033	.239	.209	.482	.895	.036
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.054	1	-.113	.219	.350	.515**	.330	.204	.226	.491**	.554**	.392	.579**
	Sig. (2-tailed)	.776		.551	.244	.058	.004	.075	.279	.229	.006	.001	.032	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	-.149	-.113	1	.134	-.103	-.013	-.109	-.260	-.073	-.055	-.079	-.101	.064
	Sig. (2-tailed)	.432	.551		.480	.588	.948	.565	.166	.701	.774	.678	.597	.738
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.428	.219	.134	1	.403	.324	.153	.333	.353	.333	.325	.224	.536**
	Sig. (2-tailed)	.018	.244	.480		.027	.081	.418	.072	.055	.072	.080	.233	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.430	.350	-.103	.403	1	.677**	.437	.766**	.425	.492**	.396	.335	.700**
	Sig. (2-tailed)	.018	.058	.588	.027		.000	.016	.000	.019	.006	.031	.070	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.418	.515**	-.013	.324	.677**	1	.544**	.482	.304	.365	.371	.305	.675**
	Sig. (2-tailed)	.021	.004	.948	.081	.000		.002	.007	.103	.047	.044	.101	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	.322	.330	-.109	.153	.437	.544**	1	.422	.478**	.109	.543**	.537**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.083	.075	.565	.418	.016	.002		.020	.008	.565	.002	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8	Pearson Correlation	.390	.204	-.260	.333	.766**	.482	.422	1	.502**	.492**	.221	.291	.594**
	Sig. (2-tailed)	.033	.279	.166	.072	.000	.007	.020		.005	.006	.241	.119	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q9	Pearson Correlation	.222	.226	-.073	.353	.425	.304	.478**	.502**	1	.440	.625**	.555**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.239	.229	.701	.055	.019	.103	.008	.005		.015	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	.236	.491**	-.055	.333	.492**	.365	.109	.492**	.440	1	.294	.291	.568**
	Sig. (2-tailed)	.209	.006	.774	.072	.006	.047	.565	.006	.015		.115	.119	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q11	Pearson Correlation	.134	.554**	-.079	.325	.396	.371	.543**	.221	.625**	.294	1	.866**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.482	.001	.678	.080	.031	.044	.002	.241	.000	.115		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q12	Pearson Correlation	.025	.392	-.101	.224	.335	.305	.537**	.291	.555**	.291	.866**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.895	.032	.597	.233	.070	.101	.002	.119	.001	.119	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.385	.579**	.064	.536**	.700**	.675**	.691**	.594**	.751**	.568**	.807**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.036	.001	.738	.002	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	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).

b. Atribut Produk

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	TOTAL
Q1	Pearson Correlation	1	.318	.345	.015	.431	.152	.404	.234	.233	.385	.337	.428	.502
	Sig. (2-tailed)		.087	.062	.938	.017	.422	.027	.214	.216	.035	.069	.018	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.318	1	.540**	.458*	.431	.248	.542**	.497**	.458*	.385	.449*	.263	.709**
	Sig. (2-tailed)	.087		.002	.011	.017	.187	.002	.005	.011	.035	.013	.160	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.345	.540**	1	.474**	.423	.306	.416	.368	.434	.337	.515**	.434	.734**
	Sig. (2-tailed)	.062	.002		.008	.020	.101	.022	.045	.017	.069	.004	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.015	.458*	.474**	1	.520**	.396*	.365*	.190	.288	.046	.146	-.064	.521**
	Sig. (2-tailed)	.938	.011	.008		.003	.030	.048	.314	.123	.809	.441	.736	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.431	.431	.423	.520**	1	.550**	.548**	.317	.162	-.027	.304	.208	.623**
	Sig. (2-tailed)	.017	.017	.020	.003		.002	.002	.088	.391	.885	.102	.270	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.152	.248	.306	.396*	.550**	1	.601**	.343	.327	.051	.377	.165	.620**
	Sig. (2-tailed)	.422	.187	.101	.030	.002		.000	.064	.078	.789	.040	.382	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	.404	.542**	.416	.365*	.548**	.601**	1	.343	.504**	.340	.500	.306	.750**
	Sig. (2-tailed)	.027	.002	.022	.048	.002	.000		.064	.005	.066	.005	.100	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8	Pearson Correlation	.234	.497**	.368	.190	.317	.343	.343	1	.270	.300	.549**	.381	.650**
	Sig. (2-tailed)	.214	.005	.045	.314	.088	.064	.064		.149	.107	.002	.038	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q9	Pearson Correlation	.233	.458*	.434	.288	.162	.327	.504**	.270	1	.576**	.519**	.456	.674**
	Sig. (2-tailed)	.216	.011	.017	.123	.391	.078	.005	.149		.001	.003	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	.385	.385	.337	.046	-.027	.051	.340	.300	.576**	1	.552**	.602**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.035	.035	.069	.809	.885	.789	.066	.107	.001		.002	.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q11	Pearson Correlation	.337	.449*	.515**	.146	.304	.377	.500	.549**	.519**	.552**	1	.705**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.069	.013	.004	.441	.102	.040	.005	.002	.003	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q12	Pearson Correlation	.428	.263	.434	-.064	.208	.165	.306	.381	.456	.602**	.705**	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.018	.160	.017	.736	.270	.382	.100	.038	.011	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.502**	.709**	.734**	.521**	.623**	.620**	.750**	.650**	.674**	.555**	.770**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	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).

### c. Keputusan Pembelian

Correlations

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	TOTAL
Q1 Pearson Correlation	1	.144	-.011	-.051	.105	.232	.412	.512**	.555**	.533**	.343	.603**	.605**
Q1 Sig. (2-tailed)		.448	.954	.789	.579	.217	.024	.004	.001	.002	.063	.000	.000
Q1 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2 Pearson Correlation	.144	1	.294	.712**	.414*	.161	.475**	.445*	.252	.338	.310	.198	.580**
Q2 Sig. (2-tailed)	.448		.114	.000	.023	.397	.008	.014	.180	.068	.096	.295	.001
Q2 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3 Pearson Correlation	-.011	.294	1	.450*	.420*	.369*	.291	.197	.403*	.189	.421*	.317	.542**
Q3 Sig. (2-tailed)	.954	.114		.012	.021	.045	.119	.296	.027	.317	.021	.088	.002
Q3 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4 Pearson Correlation	-.051	.712**	.450*	1	.494**	.090	.275	.319	.119	.216	.077	.153	.457*
Q4 Sig. (2-tailed)	.789	.000	.012		.006	.634	.141	.086	.531	.252	.685	.419	.011
Q4 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5 Pearson Correlation	.105	.414*	.420*	.494**	1	.219	.184	.156	.257	.123	.227	.202	.448*
Q5 Sig. (2-tailed)	.579	.023	.021	.006		.245	.330	.409	.170	.516	.228	.283	.013
Q5 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6 Pearson Correlation	.232	.161	.369*	.090	.219	1	.079	.290	.424*	-.061	.220	.162	.475*
Q6 Sig. (2-tailed)	.217	.397	.045	.634	.245		.677	.120	.019	.747	.243	.393	.008
Q6 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7 Pearson Correlation	.412	.475**	.291	.275	.184	.079	1	.601**	.559**	.629**	.352	.623**	.708**
Q7 Sig. (2-tailed)	.024	.008	.119	.141	.330	.677		.000	.001	.000	.057	.000	.000
Q7 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8 Pearson Correlation	.512**	.445*	.197	.319	.156	.290	.601**	1	.714**	.597**	.451	.607**	.796**
Q8 Sig. (2-tailed)	.004	.014	.296	.086	.409	.120	.000		.000	.000	.012	.000	.000
Q8 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q9 Pearson Correlation	.555**	.252	.403*	.119	.257	.424*	.559**	.714**	1	.640**	.549**	.604**	.818**
Q9 Sig. (2-tailed)	.001	.180	.027	.531	.170	.019	.001	.000		.000	.002	.000	.000
Q9 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10 Pearson Correlation	.533**	.338	.189	.216	.123	-.061	.629**	.597**	.640**	1	.613**	.704**	.720**
Q10 Sig. (2-tailed)	.002	.068	.317	.252	.516	.747	.000	.000	.000		.000	.000	.000
Q10 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q11 Pearson Correlation	.343	.310	.421*	.077	.227	.220	.352	.451	.549**	.613**	1	.552**	.669**
Q11 Sig. (2-tailed)	.063	.096	.021	.685	.228	.243	.057	.012	.002	.000		.002	.000
Q11 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q12 Pearson Correlation	.603**	.198	.317	.153	.202	.162	.623**	.607**	.604**	.704**	.552**	1	.767**
Q12 Sig. (2-tailed)	.000	.295	.088	.419	.283	.393	.000	.000	.000	.000	.002		.000
Q12 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Pearson Correlation	.605**	.580**	.542**	.457*	.448*	.475**	.708**	.796**	.818**	.720**	.669**	.767**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.011	.013	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	30	30	30	30	30	30	30	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).

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### a. *Brand Ambassador*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	11

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	39.27	25.168	.338	.861
Q2	39.57	23.013	.500	.852
Q3	39.33	24.299	.426	.857
Q4	39.30	23.459	.665	.845
Q5	39.07	23.168	.607	.846
Q6	39.70	21.321	.610	.844
Q7	39.43	23.633	.574	.849
Q8	40.07	19.513	.649	.844
Q9	39.43	23.978	.502	.853
Q10	40.00	20.000	.745	.831
Q11	39.83	19.592	.648	.843

### b. Atribut Produk

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	12

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	47.97	21.275	.428	.859
Q2	47.97	20.378	.658	.848
Q3	48.63	18.309	.644	.844
Q4	48.43	20.254	.405	.861
Q5	48.10	20.507	.553	.852
Q6	48.50	19.086	.500	.857
Q7	48.33	19.540	.692	.843
Q8	48.87	18.533	.525	.856
Q9	48.57	19.289	.585	.849
Q10	48.13	20.809	.476	.856
Q11	48.20	18.648	.702	.840
Q12	48.00	20.759	.536	.853

c. Keputusan Pembelian

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	12

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	45.77	26.806	.511	.843
Q2	44.97	27.964	.509	.844
Q3	45.17	28.075	.463	.846
Q4	45.07	28.202	.353	.853
Q5	45.10	28.921	.372	.851
Q6	45.93	26.340	.287	.874
Q7	45.43	26.392	.641	.835
Q8	46.20	24.028	.724	.826
Q9	45.67	25.540	.772	.826
Q10	45.60	25.352	.639	.833
Q11	45.40	26.593	.593	.838
Q12	45.67	24.644	.692	.829

## Lampiran 6

### Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Brand Ambassador	Atribut Produk	Keputusan Pembelian
N		120	120	120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	44.13	50.92	49.72
	Std. Deviation	5.611	5.329	5.608
Most Extreme Differences	Absolute	.103	.090	.121
	Positive	.065	.090	.121
	Negative	-.103	-.090	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		1.131	.986	1.323
Asymp. Sig. (2-tailed)		.154	.285	.060

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### 2. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand Ambassador	Between Groups	(Combined)	1025.288	23	44.578	1.575	.066
		Linearity	346.050	1	346.050	12.227	.001
		Deviation from Linearity	679.238	22	30.874	1.091	.370
	Within Groups		2717.078	96	28.303		
Total			3742.367	119			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Atribut Produk	Between Groups	(Combined)	1061.922	24	44.247	1.568	.066
		Linearity	401.481	1	401.481	14.229	.000
		Deviation from Linearity	660.441	23	28.715	1.018	.452
	Within Groups		2680.445	95	28.215		
Total			3742.367	119			

#### 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
		1	(Constant)	10.528			3.995		2.636	.010	2.617	18.439	
	Brand Ambassador	.074	.070	.074	1.054	.294	-.065	.213	.304	.097	.070	.882	1.133
	Atribut Produk	.705	.074	.670	9.527	.000	.559	.852	.696	.661	.630	.882	1.133

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 7

### Hasil Uji Analisis Data

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 <sup>a</sup>	.489	.480	4.043

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Brand Ambassador

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1829.706	2	914.853	55.963	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1912.660	117	16.348		
	Total	3742.367	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Brand Ambassador

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.528	3.995		2.636	.010
	Brand Ambassador	.074	.070	.074	1.054	.294
	Atribut Produk	.705	.074	.670	9.527	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432