


Lampiran 1










UNIVERSITAS NEGERI ADIPERDANA RONGKUP
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus II, Jalan Gunung Sari 127, Telp. (081) 4211113 Bandung 40134
 Website: <http://www.uniparda.ac.id>


KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	NUA FAZAH
Prodi / NIM	MANAJEMEN / 18100060
Kabul Skripsi	Pengantar Media Sosial, Himpun dan Kualitas Produk Terhadap Dan Kepuasan Persepsi Perilaku MC Glow (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Adiperdana Rongkup)
Dosen Pembimbing	Bisma Aramo, SE., M.M.
Periode Kepembimbingan	17 September 2022 s.d. 17 Maret 2023


URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	29 Sep 2022	Materi proposal	Ruang	
	30 Sep 2022	Materi proposal	ACC	
	8 Des 2022	Sub I, II, III	Ruang	
	17 Januari 2023	Sub I, II	ACC	
	18 Januari 2023	Sub III	Ruang	
	30 Januari 2023	Sub III	ACC	
	1 Feb 2023	Sub I, II, III	ACC	


Bimbingan selesai pada tanggal :
 Dosen Pembimbing,



Bisma Aramo, SE., M.M.



Mahasiswa,



NUA FAZAH



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. DukuhMeranggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unipabusa.ac.id>

KARTU PERPANJANGAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	:	MUR. FARAH
Prodi / NIM	:	MANAJEMEN / 191500119
Judul Skripsi	:	Pengaruh Media Sosial, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Dina (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
Dosen Pembimbing	:	
Periode Kepembimbingan	:	20 Maret 2023 s/d 20 Juni 2023

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	17 Maret 2023	Bab 1 dan 5	Revisi	
2	19 April 2023	Bab 1	Revisi	
3	2 Mei 2023	Bab 1 dan 5	DCC	
		Orisinal	Revisi	
4	9 Mei 2023	Orisinal	DCC	

Bimbingan selesai pada tanggal :
Dosen Pembimbing,

BUNDA ARABU, S.E., M.M.



Mahasiswa,

Mur Farah

Lampiran 2



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.unipgrisby.ac.id>

Nomor : 221/ 03 /01/FEB/XI/2022
Perihal : Balasan Izin Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., MSM
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Faizah
NIM : 191500169
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 03 November 2022
Dekan

Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., MSM
NIP. 195904094010001000

Lampiran 3



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dekah Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60254
Website : <http://www.uapb.ac.id>

Felcuar

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Rabu, 08 Februari 2023 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022 / 2023

Nama Mahasiswa	: Nur Faizah
NIM	: 191500169
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Media Sosial, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Dihadiri oleh :

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1.	191500166	David Arief R.	1.
2.	191500169	Ismanja Anugra K.	2.
3.	191500195	Nepalia Kusum N.	3.
4.	191500190	Hani Arfabi M.	4.
5.	191500201	Hilma Saja Widiastari	5.
6.	191500203	Abetya Riza Yulanda	6.
7.	191500193	Miftahul Laili A.S	7.
8.	191500193	Vernica Rika Suliharti	8.
9.	191500208	Lala Rizka Anugra M.	9.
10.	191500199	Ade Suryani	10.
11.	191500206	Amrihasni Kusliah	11.
12.	191500209	Ayu Diah Komadhani	12.
13.	191500200	Wen Erni Feli I.	13.
14.	191500207	Naura Farca W.P	14.
15.	191500208	Nora Dha Synta	15.

Surabaya, 08 Februari 2023

Penguji : Dr. Noerchoidah, S.E., M.M.

Pembimbing : Bisma Arianto, S.E., M.M.

Lampiran 4



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dakah Menanggal XII/4, Telp- Fax: 031-8281181 Surabaya 60234
Website : <http://www.fk.unipgriady.ac.id>

CATATAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

1.	Nama	Nur Fatmah
2.	NIM	191500169
3.	Program Studi	Manajemen
4.	Judul Proposal	Pengaruh Media Sosial, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Bab/ Halaman	Perbaikan/Koreksi
Bab I	- ditambah data pengujian - ditambah penjelasan terdahulu yang mendukung variabel saat ini
Bab II	- tambah σ penelitian terdahulu, persamaan dan perbedaan - tambah teori manajemen pemasaran - perbaiki hierarki konseptual
Bab III	- Harus menggunakan teori 1 ahli

Surabaya, 08 Februari 2023
Pengisi,

Dr. Noorhidayah, S.E., M.M.
2004913-13Y

Lampiran 5

**FAKULTAS EKONOMI**
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Kampus : Jl. Dalem Merunggul, Kili 4, Telp. Fax. 031-8291151 Surabaya 60234
Website : www.upgrisba.ac.id

SURAT PENGANTAR PLAGIASI

Yang terhormat (tujuan dibawah ini)

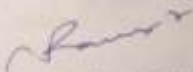
Nama Dosen : **Bisma Arianto, S.E., M.M.**

Menerangkan bahwa artikel berikut ini:

Nama Mahasiswa : **Nie Faweh**
NIM : **191300349**
Prodi : **Manajemen**
Judul : **Pengaruh Media Sosial, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk M/S Glow Clinic Kawan pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Tidak memuat unsur-unsur剽竊 atau plagiasi.

Surabaya, 09 Mei 2023


Bisma Arianto, S.E., M.M.

Lampiran 6

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Kampus II, Dharma Mahadewa 2013, Telp-Fax: 031-8281187 Surabaya 60134
Website: <http://www.upgrisab.ac.id>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:
Nama: I Made Dagus Dwiartha, S.E., M.M.
Jabatan: Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa:

Nama: Nur Fazzah
NIM: 191501100
Prodi: Manajemen

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul arti "Pengaruh Media Sosial, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)" dengan hasil Similarity Index 17% sehingga layak untuk diangkat menjadi skripsi.

Demiikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


I Made Dagus Dwiartha, S.E., M.M.

Lampiran 7

KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka memenuhi tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, Harga dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya”, maka dengan ini saya selaku peneliti memohon kesediaan dari teman - teman untuk mengisi kuesioner penelitian. Khususnya untuk Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Saya selaku peneliti akan merahasiakan identitas dan pendapat yang terdapat pada kuesioner ini. Atas kesediaan dan bantuannya, saya mengucapkan banyak terima kasih.

IDENTITAS PENELITI

Nama : Nur Faizah
Nim : 191500169
Status : Mahasiswa Program Studi Manajemen
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Prodi/Angkatan :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Tulislah data identitas secara lengkap.
2. Baca dengan teliti setiap pertanyaan dan pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan saat ini.

3. Berilah tanda *checklist* (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 R : Ragu - Ragu
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

VARIABEL MEDIA SOSIAL (X1)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Kemudahan						
1	Saya dengan mudah bisa mendapatkan informasi mengenai produk MS Glow di media sosial					
2	Media sosial memudahkan saya untuk berbelanja produk MS Glow dimanapun dan kapanpun					
3	Saya dapat melakukan pembelian dengan mudah melalui situs Media Sosial					
Kepercayaan						
3	Saya memilih produk MS Glow karena banyak					

	memiliki review yang positif pada media sosial					
4	Media sosial memungkinkan saya dapat berinteraksi langsung dengan penjual produk MS Glow					
Kualitas Informasi						
5	Konten tentang produk MS Glow pada media sosial sangat menarik					
6	Produk MS Glow menyajikan informasi tentang produk sangat jelas					

VARIABEL HARGA (X2)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Keterjangkauan						
1	Produk MS Glow terjangkau harganya					
2	Harga produk MS Glow dapat dijangkau oleh kalangan mahasiswa					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
3	Harga produk MSGlow sesuai dengan kualitas produk yang saya dapatkan					

4	Harga produk MS Glow bervariasi sesuai dengan jenis produk yang dibeli					
Daya saing harga						
5	Harga yang ditawarkan MS Glow lebih murah daripada produk lainnya					
6	MS Glow selalu memberi promo atau diskon harga setiap pembelian produk					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
7	Harga produk MS Glow sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen					
8	Harga produk MS Glow yang dijual sesuai dengan manfaat yang diberikan					

VARIABEL KUALITAS PRODUK (X3)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Kinerja						
1	Produk MS Glow memberikan hasil terbaik untuk kulit dengan pemakaian produk secara rutin dan sesuai aturan					
2	Produk MS Glow memberikan hasil yang					

	cepat untuk kulit sesuai dengan keinginan konsumen					
Ciri - ciri dan keistimewaan produk						
3	Produk MS Glow tidak menimbulkan efek samping					
4	Produk MS Glow masuk dalam kategori aman untuk ibu hamil dan menyusui					
Kesesuaian dengan spesifikasi						
5	Produk MS Glow memiliki kandungan yang baik untuk semua jenis kulit dan sudah mendapatkan izin BPOM					
6	Produk MS Glow terbuat dari bahan alami yang cocok untuk semua kalangan					
Keandalan						
7	Produk MS Glow aman apabila dipakai dalam jangka panjang					
8	Produk MS Glow mudah didapatkan					
Daya tahan						
9	Produk MS Glow dikemas dengan baik sehingga					

	dapat menjaga daya tahan produk					
10	Jangka waktu kadaluwarsa produk MS Glow relatif lama sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu yang lama					
Estetika						
11	Produk MS Glow memiliki kemasan yang enak dipandang					
12	Produk MS Glow tersedia dengan warna yang menarik					
Kualitas yang dipersepsikan						
13	Produk MS Glow sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen					
14	Kandungan bahan baku produk MS Glow aman dan dapat menjaga kesehatan segala jenis kulit					

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Pemilihan produk						
1	Saya memutuskan untuk membeli produk MS Glow setelah membandingkan dengan produk yang lain					
2	Saya memilih produk MS Glow karena memiliki kandungan yang baik untuk kulit					
Pemilihan merek						
3	Saya memilih produk MS Glow karena yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya					
4	Saya memilih produk MS Glow karena terkenal sebagai <i>brand</i> yang memiliki reputasi baik					
Pemilihan saluran pembelian						
5	Saya berusaha mencari informasi mengenai produk MS Glow dari rekan, keluarga maupun media lainnya					
6	Saya akan membeli produk di reseller resmi MS Glow					

Penentuan waktu pembelian					
7	Saya akan melakukan pembelian produk MS Glow secara terus menerus atau berulang				
8	Saya akan melakukan pembelian produk MS Glow ketika terjadi permasalahan pada kulit				
Pilihan jumlah pembelian					
9	Saya merasa puas dengan hasil produk MS Glow dan akan membeli produk lebih banyak lagi				
10	Saya merasa cocok dengan produk MS Glow dan akan membeli lebih dari satu produk				

Lampiran 8

Tabulasi data Variabel Media Sosial (X1)

VARIABEL MEDIA SOSIAL (X1)								
Responden	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	3.1	3.2	Total
1	4	5	4	4	4	4	3	28
2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	3	5	4	4	4	5	29
4	3	4	4	4	3	5	4	27
5	4	4	3	4	4	4	3	26
6	4	4	5	4	5	4	5	31
7	5	4	5	4	4	4	5	31
8	3	5	5	4	4	5	5	31
9	5	5	4	4	5	5	5	33
10	5	4	4	5	4	4	4	30
11	4	4	5	5	4	4	5	31
12	5	4	5	4	5	4	4	31

13	3	4	3	3	3	3	4	23
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	4	4	5	5	5	5	5	33
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	3	3	3	4	4	3	4	24
18	4	5	4	4	5	5	4	31
19	5	4	5	5	5	4	5	33
20	4	3	4	4	3	4	3	25
21	5	3	4	3	4	5	3	27
22	4	4	4	5	5	5	4	31
23	2	2	5	2	4	4	4	23
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	2	4	3	2	2	3	4	20
26	5	4	5	4	4	5	5	32
27	4	4	5	2	2	3	5	25
28	4	4	4	5	4	4	5	30
29	3	3	5	3	4	3	4	25
30	5	4	4	5	5	4	5	32
31	5	5	4	4	3	2	1	24

32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	3	4	5	4	4	3	4	27
34	4	4	5	5	4	5	5	32
35	5	4	4	4	5	5	5	32
36	4	4	5	4	4	4	4	29
37	5	5	5	4	3	4	4	30
38	5	4	4	5	4	5	4	31
39	4	5	4	4	5	4	4	30
40	4	4	5	4	5	4	4	30
41	5	5	4	3	4	5	5	31
42	4	5	4	4	5	5	5	32
43	4	4	3	4	4	4	3	26
44	3	4	4	4	3	4	4	26
45	5	5	5	4	5	5	5	34
46	4	4	4	5	5	4	5	31
47	4	5	4	4	4	4	4	29
48	4	5	5	4	4	4	4	30
49	4	5	4	4	5	4	3	29
50	4	3	5	5	4	5	3	29

51	4	5	4	4	5	4	5	31
52	5	5	3	5	4	5	4	31
53	4	5	4	5	5	5	5	33
54	3	4	4	5	4	4	3	27
55	4	5	3	4	4	5	5	30

Tabulasi Data Variabel Harga (X2)

VARIABEL HARGA (X2)									
Responden	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2	Total
1	5	4	4	4	5	3	5	5	35
2	3	4	4	4	2	2	4	4	27
3	4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	5	5	4	4	5	3	4	5	35
5	3	2	4	2	4	3	3	5	26
6	4	4	4	4	5	5	4	4	34
7	5	4	4	5	5	4	4	4	35
8	4	5	5	5	4	5	5	4	37
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	3	4	4	5	2	4	4	4	30
11	5	4	4	5	5	4	5	5	37
12	3	3	4	4	2	3	4	4	27
13	3	4	4	4	4	4	4	3	30
14	4	4	5	4	4	3	4	4	32

15	4	5	5	4	4	4	4	5	35
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	3	3	4	5	3	5	5	5	33
18	4	5	5	5	4	5	4	4	36
19	4	3	5	4	4	5	4	5	34
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	5	4	5	5	5	4	3	36
22	4	4	5	5	5	4	5	4	36
23	3	3	4	4	4	4	4	4	30
24	3	4	4	4	3	3	3	3	27
25	4	4	3	4	2	4	4	4	29
26	4	4	5	5	4	5	4	5	36
27	2	2	4	4	1	5	5	4	27
28	4	5	5	4	4	5	5	4	36
29	4	4	4	4	4	2	4	4	30
30	4	4	4	5	4	4	4	4	33
31	1	3	2	4	5	5	4	4	28
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	3	2	4	4	2	3	4	4	26

34	4	5	4	4	4	3	4	4	32
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	5	5	4	4	5	4	35
38	5	4	5	5	4	5	4	5	37
39	3	4	4	3	4	5	4	4	31
40	4	3	4	4	4	4	4	4	31
41	4	3	4	5	4	5	3	4	32
42	4	5	5	4	5	5	4	5	37
43	3	5	4	4	3	4	5	5	33
44	3	5	5	3	5	5	4	4	34
45	4	5	4	5	4	5	5	4	36
46	3	4	5	3	4	5	4	3	31
47	3	3	4	4	3	5	4	4	30
48	4	4	4	5	5	5	4	4	35
49	4	4	3	3	3	4	5	4	30
50	4	5	5	4	5	3	5	4	35
51	5	5	5	5	5	5	4	4	38
52	4	3	4	5	4	3	4	5	32

53	4	4	4	4	5	5	5	5	36
54	4	3	5	4	3	4	4	5	32
55	3	3	4	4	5	4	3	5	31

Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X3)

VARIABEL KUALITAS PRODUK (X3)															
Responden	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	6.1	6.2	7.1	7.2	Total
1	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	60
2	5	4	2	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	60
3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	56
4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	61
5	2	4	2	4	2	4	5	5	5	2	2	5	4	4	50
6	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	60
7	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	5	58
8	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	65
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
11	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	59
12	4	4	3	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	52
13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	57
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
15	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	62

16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
17	5	4	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	62
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	60
19	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	64
20	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	51
21	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	60
22	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	64
23	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	5	55
24	4	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	47
25	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	57
26	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	66
27	3	3	2	3	3	4	3	3	2	5	5	5	2	3	46
28	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	63
29	4	4	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	46
30	4	4	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	53
31	3	2	1	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	57
32	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	69
33	5	4	4	5	5	3	3	5	4	5	4	4	4	5	60
34	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
35	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	64

36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
37	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	65
38	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	64
39	5	3	4	3	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	57
40	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	64
41	5	4	3	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	3	57
42	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	63
43	3	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	54
44	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	3	4	62
45	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	59
46	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	3	5	3	57
47	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	60
48	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	65
49	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	61
50	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	63
51	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	62
52	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	57
53	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	63
54	3	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	58
55	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	61

37	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
38	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
39	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	41
40	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	43
41	5	3	4	4	5	4	5	4	5	3	42
42	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
43	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	43
44	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	46
45	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	43
46	4	3	4	5	3	5	3	4	5	4	40
47	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	41
48	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45
49	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	40
50	3	5	4	5	3	4	4	5	3	5	41
51	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	45
52	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	42
53	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	44
54	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	41
55	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45

Lampiran 9

Hasil Rekapitulasi Data

No	Media Sosial (X1)	Harga (X2)	Kualitas Produk (X3)	Keputusan Pembelian (Y)
1	28	35	60	45
2	35	27	60	40
3	29	36	56	38
4	27	35	61	45
5	26	26	52	30
6	31	34	60	46
7	31	35	59	43
8	31	37	65	47
9	33	40	70	50
10	30	30	56	40
11	31	37	59	43
12	31	27	54	35
13	23	30	57	39
14	28	32	56	41
15	33	35	62	45
16	35	40	70	50
17	24	33	62	44
18	31	36	60	43
19	33	34	64	45
20	25	32	51	33
21	27	36	60	42
22	31	36	64	46
23	23	30	55	35
24	35	27	47	34
25	20	29	57	37

26	32	36	66	46
27	25	27	49	26
28	30	36	63	45
29	25	30	47	30
30	32	33	53	39
31	24	28	57	33
32	35	40	69	50
33	27	26	60	39
34	32	32	57	42
35	32	40	63	41
36	29	32	56	40
37	30	35	65	44
38	31	37	64	46
39	30	31	57	41
40	30	31	64	43
41	31	32	57	42
42	32	37	63	47
43	26	33	54	43
44	26	34	62	46
45	34	36	59	43
46	31	31	57	40
47	29	30	60	41
48	30	35	65	45
49	29	30	61	40
50	29	35	63	41
51	31	38	62	45
52	31	32	57	42
53	33	36	63	44
54	27	32	58	41
55	30	31	60	45

Lampiran 10

Hasil Output SPSS
Uji Validitas Media Sosial (X1)

Correlations

	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	total
X1.1.1 Pearson Correlation	1	.400**	.197	.448**	.407**	.392**	.172	.686**
Sig. (2-tailed)		.002	.150	.001	.002	.003	.210	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.1.2 Pearson Correlation	.400**	1	-.075	.268*	.278*	.273*	.174	.521**
Sig. (2-tailed)	.002		.585	.048	.040	.044	.205	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.1.3 Pearson Correlation	.197	-.075	1	.121	.227	.136	.339*	.430**
Sig. (2-tailed)	.150	.585		.378	.095	.323	.011	.001

	N	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.2.1	Pearson Correlation	.448**	.268*	.121	1	.530**	.424**	.168	.675**
	Sig. (2-tailed)	.001	.048	.378		.000	.001	.221	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.2.2	Pearson Correlation	.407**	.278*	.227	.530**	1	.498**	.372**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.002	.040	.095	.000		.000	.005	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.3.1	Pearson Correlation	.392**	.273*	.136	.424**	.498**	1	.437**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.003	.044	.323	.001	.000		.001	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.3.2	Pearson Correlation	.172	.174	.339*	.168	.372**	.437**	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.210	.205	.011	.221	.005	.001		.000

	N	55	55	55	55	55	55	55	55
Total	Pearson Correlation	.686**	.521**	.430**	.675**	.756**	.716**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

Uji Validitas Harga (X2)

Correlations

	X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3.1	X2.3.2	X2.4.1	X2.4.2	total
X2.1.1 Pearson Correlation	1	.542**	.447**	.474**	.511**	.072	.277*	.320*	.763**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.604	.040	.017	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.1.2 Pearson Correlation	.542**	1	.407**	.283*	.473**	.198	.368**	.000	.706**
Sig. (2-tailed)	.000		.002	.037	.000	.147	.006	1.000	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.2.1 Pearson Correlation	.447**	.407**	1	.258	.263	.222	.233	.246	.612**
Sig. (2-tailed)	.001	.002		.057	.053	.104	.086	.070	.000

X2.4.1	Pearson	.277*	.368**	.233	.320*	.095	.226	1	.261	.524**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.040	.006	.086	.017	.490	.097		.054	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.4.2	Pearson	.320*	.000	.246	.151	.217	.064	.261	1	.417**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.017	1.000	.070	.271	.112	.642	.054		.002
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Total	Pearson	.763**	.706**	.612**	.590**	.687**	.504**	.524**	.417**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

total Pearson Correlation	.423**	.620**	.649**	.668**	.573**	.610**	.638**	.407**	.415**	.545**	.464**	.408**	.518**	.628**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.002	.000	.000	.002	.000	.000	
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

	Y.1.1	Y.1.2	Y.2.1	Y.2.2	Y.3.1	Y.3.2	Y.4.1	Y.4.2	Y.5.1	Y.5.2	total
Y.1.1 Pearson Correlation	1	.536**	.536**	.518**	.188	.464**	.604**	.287*	.490**	.485**	.794**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.169	.000	.000	.034	.000	.000	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y.1.2 Pearson Correlation	.536**	1	.520**	.407**	.132	.273*	.520**	.485**	.176	.704**	.749**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.336	.044	.000	.000	.198	.000	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y.2.1 Pearson Correlation	.536**	.520**	1	.553**	.086	.170	.276*	.450**	.251	.487**	.670**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.534	.216	.042	.001	.065	.000	.000

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.642	.052	.000	.000	.036		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
total	Pearson	.794**	.749**	.670**	.638**	.379**	.545**	.741**	.596**	.551**	.754**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1.1	25.40	8.319	.527	.703
X1.1.2	25.29	9.358	.339	.743
X1.1.3	25.22	9.840	.242	.761
X1.2.1	25.38	8.426	.515	.706
X1.2.2	25.33	8.002	.625	.679
X1.3.1	25.27	8.387	.583	.692
X1.3.2	25.27	8.572	.421	.729

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1.1	29.35	9.786	.640	.682
X2.1.2	29.18	10.040	.557	.699
X2.2.1	28.87	11.335	.487	.718
X2.2.2	28.89	11.284	.449	.723
X2.3.1	29.18	9.707	.499	.714
X2.3.2	28.98	11.314	.299	.753
X2.4.1	28.93	11.884	.395	.733
X2.4.2	28.89	12.321	.271	.750

Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1.1	55.13	26.261	.309	.814
X3.1.2	55.25	25.230	.543	.799
X3.2.1	55.44	23.176	.528	.798
X3.2.2	55.09	23.788	.572	.794
X3.3.1	54.95	25.090	.476	.802
X3.3.2	55.07	24.884	.521	.799
X3.4.1	55.15	24.571	.550	.797
X3.4.2	54.65	26.786	.316	.813
X3.5.1	54.91	26.343	.302	.815
X3.5.2	55.04	25.184	.440	.805
X3.6.1	54.98	25.944	.354	.811
X3.6.2	54.98	26.517	.302	.814
X3.7.1	55.09	25.714	.422	.806
X3.7.2	55.07	24.476	.533	.798

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1.1	37.67	19.595	.724	.813
Y.1.2	37.49	20.069	.669	.819
Y.2.1	37.47	20.884	.578	.828
Y.2.2	37.27	20.943	.535	.831
Y.3.1	37.20	23.200	.261	.852
Y.3.2	37.15	21.756	.429	.840
Y.4.1	37.58	19.174	.637	.821
Y.4.2	37.45	20.771	.466	.839
Y.5.1	37.33	21.891	.444	.839
Y.5.2	37.45	19.771	.671	.818

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a.,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19335170
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.050
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.543
Asymp. Sig. (2-tailed)		.930

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-12.835	3.831		-3.350	.002		
MEDIA SOSIAL	.216	.103	.145	2.092	.041	.778	1.286
HARGA	.364	.120	.269	3.033	.004	.474	2.108
KUALITAS PRODUK	.605	.087	.611	6.986	.000	.488	2.051

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900 ^a	.809	.798	2.257	2.015

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Heterokedastitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12.835	3.831		-3.350	.002
	MEDIA SOSIAL	.216	.103	.145	2.092	.041
	HARGA	.364	.120	.269	3.033	.004
	KUALITAS PRODUK	.605	.087	.611	6.986	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t, dan Uji F

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 ^a	.809	.798	2.257

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL, HARGA

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1103.745	3	367.915	72.228	.000 ^a
	Residual	259.783	51	5.094		
	Total	1363.527	54			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12.835	3.831		-3.350	.002
	MEDIA SOSIAL	.216	.103	.145	2.092	.041
	HARGA	.364	.120	.269	3.033	.004
	KUALITAS PRODUK	.605	.087	.611	6.986	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN