

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johar, 2008. *Statistic bisnis terapan dengan Microsoft excel 2007*, Jakarta : PT. Elex media komputindo.
- Angelina, Revina Anisa, dan Aditya Wardhana, 2106, *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013)*, ISSN 2443-0633, Universitas Telkom Bandung.
- Batubara, Azmiani dan Rahmat Hidayat, 2016, *Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines*, ISSN 2355-1488, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan.
- Darwis, Edy Gufran, 2017, *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar*, UIN Alauddin Makassar.
- Dini, Rayi Saban, 2017, *Pengaruh Product Quality Dan Packaging Shape Terhadap Minat Beli Product Pocari Sweat Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Hakim, Arif Rahman, 2017, *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bimbel Tridayaya Bandung*, ISSN : 2442-5826, Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom Bandung.
- Hermawan, Yongki , 2017, *Analisa Pengaruh Celebrirty Endorsement Lee Min Ho Dalam Iklan Luwak White Koffie Terhadap Brand Image Dan Repurchase Intention*, Universitas Kristen Petra.
- Ishak, Aziz, 2016, *Dasar-dasar penelitian olahraga*, Jakarta: kencana

- Jatmika, Moh. Anshori Satria , 2017, *Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepak Bola Nike Di Planet Sport Tunjungan Plaza Surabaya*, Universitas Negeri Surabaya.
- Kokasasih, Angelina dan Fifi Liu, 2015, *Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Populer Bakery*, Universitas Kristen Petra.
- Kurniawan, Fransiska Juanda dan Yohanes Sondang Kunto, 2014, *Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, Dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marck Venus*, Universitas Kristen Petra.
- Nisa, Choirun, 2017, *Pengaruh Celebrity Endorser Jkt 48 Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Image Sepeda Motor Hoda Beat Pada Mahasiswa 2016 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Purnomo, Eko, 2016, *Pengaruh Harga. Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*, Universitas pasir pengairan.
- Pratiwi, Indri dan Nadya Moeliono, 2015, *Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk The Javana*, ISSN:2355-9357, Universitas Telkom.
- Rangkuti, Freddy, 2010, *Spiritual leadership in business wake up*, Jakarta : PT gramedia pustaka utama.
- , freddy, 2002, *The power of brands teknik mengelola brand equity dan streategi pengembangan merk + analisis kasus dengan spss*, Jakarta : PT gramedia pustaka utama.
- Supranto, J, 2007, *Statistic untuk pemimpin berwawasan global edisi 2*, Jakarta : salemba empat.

Savitri, Nyoman Wisniari, 2017, *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar*, ISSN : 2302-8912, Universitas Udayana Bali.

Umar, Husein, 2003, *Metode riset bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia pustaka utama.

Widyastuti, Ayu Kusuma Melati, 2014, *Pengaruh Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Charm*, Universitas Negeri Surabaya.

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20> diakses pada tanggal 21/11/2018














<http://www.paragon-innovation.com/> diakses pada tanggal 5/01/ 2019



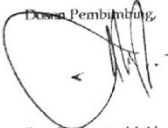
# LAMPIRAN 1

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Putri Rachmaniyar Rachmadani
2. NIM : 151500182
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan Skripsi : 1/11/2018 April 2019
5. Judul Skripsi : Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli Produk Wardah *Perfect Bright Moisturizer* (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Manajemen 2015)
6. Dosen Pembimbing : Drs.Sugjanto. M.AK
7. Konsultasi :

No	Tanggal	Paraf pembimbing	Uraian / kegiatan
1.	08/11/2018		ACC judul skripsi
2.	14/11/2018		BAB I revisi
3.	20/11/2018		BAB I ACC
4.	3/12/2018		BAB II revisi
5.	11/12/2018		BAB II ACC
6.	01/01/2019		BAB III revisi
7.	23/01/2019		BAB III ACC
8.	24/01/2019		ACC Sempro
9.	05/02/2019		ACC kuesioner
10.	09/04/2019		BAB IV revisi
11.	20/05/2019		BAB IV ACC
12.	24/06/2019		BAB V revisi
13.	02/07/2019		BAB V ACC

8. Tanggal selesai menulis skripsi :
9. Telah diuji dengan nilai :

Dosen Pembimbing  
  
Drs. Sugjanto, M.Ak  
NIP./NPP: 0501487/Dy

## LAMPIRAN 2

### BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

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

#### BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : PURI RACHMANIYAR RACHMADANI  
NIM / Program Studi : 151500182 / MANAJEMEN  
Judul Skripsi : Pengaruh harga, brand image, dan celebrity endorsement terhadap minat beli produk wardah Perfect bright makeup (studi pada mahasiswa universitas PGRI Adi Buana Surabaya) program studi manajemen 2015  
Tanggal Ujian Skripsi : 29 Juli 2019  
Penguji : 1. Dr. R. Bambang Dwi Waryanto, SE, MM  
2. Drs. H. Subarto, MM

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	29/7/19	Bab II Landasan teori, peneliti kerangka konseptual	/
2		Bab D. Kesimpulan	/
4		bab IV Pembahasan uji T	/
5		Pada II, III, dan ace	/
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya,  
Penguji II,



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

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

BERITA ACARA  
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : PUTRI RACHMANYAR RACHMADANI  
NIM / Program Studi : 151500182 / MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE, DAN CELEBRITY  
ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH  
PERFECT BRIGHT MOISTURIZER (STUDI PADA  
MAHASISWA PGRI ADI BUANA SURABAYA PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN 2015)  
Tanggal Ujian Skripsi : 29 Juli 2019 MANAJEMEN 2015  
Penguji : 1. Drs. Bambang Dwi Waryanto, SE, MM  
2. Drs. H. Subakir, MM

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	29/7/19	penyusunan hasil penelitian	JAP
2	29/7/19	kesimpulan	JAP
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

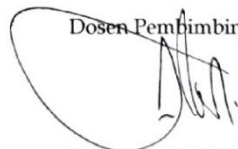
Surabaya,  
Penguji II,

## LAMPIRAN 3

### DAFTAR HADIR SEMPRO

Nama mahasiswa : Putri Rachmaniyar Rachmadani  
NIM : 15 – 150 - 0182  
Prodi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan  
*Celebrity Endorsement* Terhadap  
Minat Beli Produk Wardah *Perfect  
Bright Moisturizer* (Studi Pada  
Mahasiswa PGRI Adi Buana  
Surabaya Program Studi Manajemen  
2015)  
Tanggal : 01/02/2019  
Jam : 10.00 WIB  
Berikut daftar hadir sempro terlampir.

Dosen Pembimbing



















Dr. Sugijanto, M.Ak

NIP/NPP: 0501487/Dy

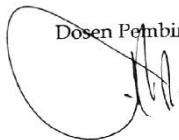


DAFTAR HADIR

No	Nama	NIM	Tanda Tangan
1	ILA ARMELIA	151500195	
2.	IFFAH	151500242	
3	ADE VIVI ALWIYD	15-150-0203	
4.	RENK TI	15-150-0234	
5.	TTI AGUSTIN ANITA D.	15-150-0050	
6	DESI PUTRI . U	15-150-0190	
7.	Moch ALDI F.	15-150-0100	
8.	Bima	15-150-0280	
9	Almad. Miftahul F	15-150-0123	
10	M. Setiawan	15-150-0099	
11	Dewi Ampada I	15-150-0093	
12	Boby Pradana	15-150-0241	
13	RAHM RAMADAN	15-150-0222	
14	Danetha Astid	15-150-0090	

15.	Reni Fitriani	151500023	
16.	ERTI KURNIASARI	151500021	
17.	Rahadian Destyca	151500006	

Dosen Pembimbing



Drs. Sugjanto, M.Ak  
NIP/NPP: 0501487/Dy

## LAMPIRAN 4

### KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan *Celebrity Endorsement*  
Terhadap Minat Beli Produk Wardah *Perfect Bright Moisturizer*

(Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
Program Studi Manajemen 2015)

Memohon kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan). Kuesioner ini saya ajukan semata-mata untuk tugas akhir yaitu skripsi, semua informasi dari hasil penelitian hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan saudara untuk menjadi responden saya ucapkan terimakasih.

#### A. Identitas Responden :

1. Nama responden : ...../Manajemen 2015
2. Usia :  20 tahun – 25 tahun  
 26 tahun – 30 tahun  
 31 tahun – 35 tahun  
 36 tahun – 40 tahun
3. Produk yang di beli :  
 Wardah *Perfect Bright Moisturizer*  
 Garnier *Sakura White Day Cream*  
 Pond's *Flawless White Lightening Day Cream*  
 Pixy *Day Moisturizing Cream*

Lain - Lain

**B. Petunjuk pengisian :**

Jawablah pertanyaan bertikut dengan mengisi jawaban atau memberikan tanda (√) pada kotak yang tersedia sesuai dengan pilihan anda. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- RG: Ragu-ragu
- TS : Tidak Setuju
- ST : Sangat Tidak Setuju

**Harga (X<sub>1</sub>)**

N O	PERTANYAAN	JAWABAN				
		S S	S	R G	T S	S T
1.	Harga wardah <i>perfect bright moisturizer</i> cukup terjangkau bagi saya					
2.	Harga wardah <i>perfect bright moisturizer</i> lebih rendah dari produk lain					
3.	Harga wardah <i>perfect bright moisturizer</i> sesuai dengan kualitas yang saya rasakan					
4.	Harga wardah <i>perfect bright moisturizer</i> sesuai dengan kualitas dari produk lain					
5.	Harga wardah <i>perfect bright moisturizer</i> sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
6.	Harga wardah <i>perfect bright moisturizer</i> memiliki manfaat yang bagus dari produk lain.					

### Brand Image (X<sub>2</sub>)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		S	S	R	T	S
1.	Produk wardah <i>perfect bright moisturizer</i> terkenal dengan produk halal nya					
2.	Produk wardah <i>perfect bright moisturizer</i> sudah dikenal masyarakat					
3.	Produk wardah <i>perfect bright moisturizer</i> memberikan kesan positif bagi yang menggunakan					
4.	Merk wardah <i>perfect bright moisturizer</i> mudah diingat					
5.	Produk wardah <i>perfect bright moisturizer</i> mempunyai design tampilan yang menarik					
6.	Warna kemasan wardah <i>perfect bright moisturizer</i> lebih bagus dari produk lain					

### Celebrity Endorsement (X<sub>3</sub>)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		S	S	R	T	S
1.	Iklan wardah <i>perfect bright moisturizer</i> terlihat menarik karena dibawakan Ayana Jihye Moon yang dikenal oleh anak muda					
2.	Ayana Jihye Moon terlihat terampil pada iklan wardah <i>perfect bright moisturizer</i>					
3.	Pesan iklan wardah <i>perfect bright moisturizer</i> yang disampaikan Ayana Jihye Moon dapat dipercaya					
4.	Ayana Jihye Moon jujur dalam menyampaikan iklan					

5.	Ayana Jihye Moon terlihat mengetahui dan menikmati dalam menggunakan produk wardah <i>perfect bright moisturizer</i>					
6.	Sebagai bintang iklan wardah <i>perfect bright moisturizer</i> Ayana Jihye Moon handal dalam pekerjaannya					

### Minat Beli (Y)

N O	PERTANYAAN	JAWABAN				
		S S	S	R G	T S	S T
1.	Saya sadar bahwa wardah <i>perfect bright moisturizer</i> sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Wardah <i>perfect bright moisturizer</i> adalah perawatan wajah yang berkualitas					
3.	Informasi tentang wardah <i>perfect moisturizer</i> mudah dipahami					
4.	Saya tau berbagai media promosi yang digunakan oleh wardah <i>perfect bright moisturizer</i>					
5.	Saya menyukai manfaat yang diberikan wardah <i>perfect bright moisturizer</i>					
6.	Saya membeli wardah <i>perfect bright moisturizer</i> karena keinginan sendiri					
7.	Wardah <i>perfect bright moisturizer</i> lebih baik dari produk lain					
8.	Wardah <i>perfect bright moisturizer</i> memiliki nilai yang baik					
9.	Saya yakin wardah <i>perfect bright moisturizer</i> ini cocok untuk kulit saya					
10.	Wardah <i>perfect bright moisturizer</i> tidak membuat wajah saya berjerawat					
11.	Saya berniat untuk membeli wardah <i>perfect bright moisturizer</i>					
12.	Saya berniat untuk rutin memakai wardah <i>perfect bright moisturizer</i>					

**LAMPIRAN 5**  
**TABULASI DATA**

	HARGA (X1)						TOT.
	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	
Resp 1	4	4	4	4	4	4	24
Resp 2	4	4	4	3	4	4	23
Resp 3	4	3	2	2	2	3	16
Resp 4	4	4	5	4	5	4	26
Resp 5	2	2	3	3	4	4	18
Resp 6	5	5	5	5	5	5	30
Resp 7	4	4	4	4	4	4	24
Resp 8	4	4	4	5	5	5	27
Resp 9	4	4	4	4	5	5	26
Resp 10	4	4	4	4	4	4	24
Resp 11	4	2	4	4	4	4	22
Resp 12	4	4	4	3	4	4	23
Resp 13	4	2	4	4	4	4	22
Resp 14	4	4	4	4	4	4	24
Resp 15	4	4	4	4	4	4	24
Resp 16	4	3	2	3	3	3	18
Resp 17	5	2	4	4	4	3	22
Resp 18	5	4	5	5	5	5	29

Resp 19	4	4	4	4	5	5	26
Resp 20	5	2	5	4	5	4	25
Resp 21	5	3	4	3	3	2	20
Resp 22	4	3	4	3	4	4	22
Resp 23	4	3	4	3	4	4	22
Resp 24	4	4	4	4	4	5	25

Resp 25	2	2	3	4	4	3	18
Resp 26	4	3	3	2	2	3	17
Resp 27	4	3	2	4	3	4	20
Resp 28	4	3	4	3	3	4	21
Resp 29	5	4	5	4	4	5	27
Resp 30	5	5	5	4	4	4	27
Resp 31	4	4	4	4	4	4	24
Resp 32	4	4	4	4	4	4	24
Resp 33	5	4	5	4	5	4	27
Resp 34	4	4	4	4	4	4	24
Resp 35	4	4	4	4	4	4	24
Resp 36	4	4	4	3	4	4	23
Resp 37	4	4	4	4	4	4	24
Resp 38	3	2	4	4	4	3	20
Resp 39	4	3	4	4	4	5	24



Resp 40	4	3	5	4	5	4	25
Resp 41	4	3	3	4	3	3	20
Resp 42	4	4	4	4	4	4	24
Resp 43	4	2	4	3	4	4	21
Resp 44	4	4	4	1	4	4	21
Resp 45	4	3	3	4	5	3	22
Resp 46	5	4	4	3	4	3	23
Resp 47	4	3	4	3	4	3	21
Resp 48	4	4	4	2	4	3	21
Resp 49	4	4	4	4	4	4	24
Resp 50	3	3	4	4	4	4	22
Resp 51	4	4	4	4	4	4	24
Resp 52	3	4	4	4	4	4	23
Resp 53	4	4	4	4	4	4	24
Resp 54	5	5	5	4	4	4	27
Resp 55	4	4	4	4	4	4	24
Resp 56	4	4	4	4	4	4	24
Resp 57	4	3	4	4	4	4	23
Resp 58	5	5	5	5	5	5	30
Resp 59	4	4	4	4	4	4	24
Resp 60	4	4	4	4	4	3	23
Resp 61	3	3	4	4	4	4	22

Resp 62	4	4	4	4	4	4	24
Resp 63	4	4	4	4	4	3	23
Resp 64	3	3	3	4	4	4	21
Resp 65	4	4	4	4	4	5	25
Resp 66	3	3	3	4	4	4	21
Resp 67	4	4	4	4	4	4	24
Resp 68	4	4	5	5	5	5	28
Resp 69	5	5	5	5	4	4	28
Resp 70	4	4	4	4	4	4	24
Resp 71	5	5	5	5	5	5	30
Resp 72	4	4	4	4	4	4	24
Resp 73	5	5	5	4	4	4	27
Resp 74	4	4	4	4	4	4	24
Resp 75	4	4	4	4	4	4	24

Resp.	BRAND IMAGE (X2)						TOT.
	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	
Resp 1	4	4	4	4	4	4	24
Resp 2	4	4	4	4	4	3	23
Resp 3	4	4	3	4	4	3	22
Resp 4	4	4	4	4	4	4	24

Resp 5	4	4	2	3	4	4	21
Resp 6	5	5	5	5	5	5	30
Resp 7	5	4	4	5	5	4	27
Resp 8	4	5	5	4	5	5	28
Resp 9	5	5	5	4	5	5	29
Resp 10	5	5	4	4	4	4	26
Resp 11	4	4	4	4	4	4	24
Resp 12	5	5	4	4	4	4	26
Resp 13	4	4	4	4	4	2	22
Resp 14	5	4	4	4	5	4	26
Resp 15	4	4	4	4	4	4	24
Resp 16	4	4	3	4	3	2	20
Resp 17	3	5	4	4	4	2	22
Resp 18	5	5	5	5	5	4	29
Resp 19	5	5	4	5	4	4	27
Resp 20	5	4	3	4	4	4	24
Resp 21	5	4	3	4	2	2	20
Resp 22	4	4	4	4	4	3	23
Resp 23	5	4	3	4	3	3	22
Resp 24	5	5	5	4	4	4	27

Resp 25	4	4	4	4	4	3	23
Resp 26	5	4	4	4	5	4	26
Resp 27	4	4	4	3	4	4	23

Resp 28	5	5	4	4	4	4	26
Resp 29	4	5	4	5	4	4	26
Resp 30	5	5	4	4	4	4	26
Resp 31	4	4	4	4	4	4	24
Resp 32	4	4	4	4	4	4	24
Resp 33	5	5	5	5	5	5	30
Resp 34	5	5	5	4	4	4	27
Resp 35	5	4	5	4	4	4	26
Resp 36	4	3	3	4	4	3	21
Resp 37	4	4	4	4	4	4	24
Resp 38	4	4	4	4	4	5	25
Resp 39	4	4	4	3	4	4	23
Resp 40	4	4	4	4	4	3	23
Resp 41	5	5	4	3	4	3	24
Resp 42	4	4	4	4	4	4	24
Resp 43	4	4	4	4	4	2	22
Resp 44	4	4	4	4	4	3	23
Resp 45	4	2	3	2	2	4	17
Resp 46	5	5	4	3	5	3	25
Resp 47	5	5	4	4	4	4	26
Resp 48	4	4	4	4	2	2	20
Resp 49	4	3	3	4	4	4	22

Resp 50	3	4	5	5	4	4	25
Resp 51	4	4	4	4	4	4	24
Resp 52	4	4	4	4	4	4	24
Resp 53	4	4	4	4	5	5	26
Resp 54	4	4	3	4	4	4	23
Resp 55	4	4	4	5	5	5	27
Resp 56	4	4	4	4	4	4	24
Resp 57	3	4	4	4	4	4	23
Resp 58	4	4	4	4	4	4	24
Resp 59	3	4	4	4	4	4	23
Resp 60	4	4	4	4	5	5	26
Resp 61	3	4	4	4	4	4	23
Resp 62	5	5	5	5	5	4	29
Resp 63	5	5	5	5	5	5	30
Resp 64	4	4	4	4	4	4	24
Resp 65	5	5	5	5	5	5	30
Resp 66	4	4	4	4	4	4	24
Resp 67	5	5	5	4	4	4	27
Resp 68	5	5	4	4	4	4	26
Resp 69	5	5	5	5	4	4	28
Resp 70	5	5	5	5	5	5	30
Resp 71	4	4	4	4	4	4	24

Resp 72	5	5	5	5	5	4	29
Resp 73	4	4	4	4	4	4	24
Resp 74	4	4	5	5	5	5	28
Resp 75	5	5	5	4	4	4	27

Resp.	CELEBRITY ENDORSMENT						TOT.
	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	
Resp 1	4	4	4	4	4	4	24
Resp 2	4	4	4	4	4	4	24

Resp 3	1	1	4	4	4	3	17
Resp 4	4	5	4	4	4	4	25
Resp 5	4	4	4	3	3	3	21
Resp 6	5	5	5	5	5	5	30
Resp 7	5	5	4	4	5	5	28
Resp 8	5	5	5	4	5	5	29
Resp 9	4	4	4	4	4	4	24
Resp 10	4	4	4	4	4	5	25
Resp 11	4	5	4	2	4	4	23
Resp 12	4	4	4	4	4	4	24
Resp 13	4	4	2	2	4	4	20
Resp 14	4	4	4	4	4	4	24

Resp 15	4	4	4	4	4	4	24
Resp 16	4	4	3	3	4	4	22
Resp 17	4	4	3	3	4	4	22
Resp 18	4	3	3	3	3	4	20
Resp 19	5	4	4	4	4	5	26
Resp 20	5	4	4	4	5	5	27
Resp 21	3	3	3	4	4	4	21
Resp 22	5	5	4	4	4	4	26
Resp 23	4	4	4	4	4	4	24
Resp 24	4	5	4	5	4	5	27
Resp 25	4	4	3	3	3	3	20
Resp 26	5	5	4	3	4	4	25
Resp 27	4	4	3	3	4	4	22
Resp 28	5	5	4	4	4	4	26
Resp 29	4	5	4	5	5	5	28
Resp 30	4	4	4	4	4	4	24
Resp 31	4	4	4	4	4	4	24

Resp 32	4	4	4	4	4	4	24
Resp 33	5	5	5	5	4	4	28
Resp 34	4	4	4	4	4	4	24
Resp 35	4	4	4	4	4	4	24

Resp 36	4	4	3	3	3	4	21
Resp 37	4	4	4	4	4	4	24
Resp 38	3	4	4	4	4	4	23
Resp 39	4	4	5	4	4	5	26
Resp 40	4	4	4	4	4	4	24
Resp 41	4	4	4	3	4	4	23
Resp 42	4	4	4	4	4	4	24
Resp 43	4	4	4	3	4	4	23
Resp 44	4	4	4	4	4	4	24
Resp 45	5	5	4	3	3	4	24
Resp 46	5	5	5	5	5	5	30
Resp 47	4	4	4	3	3	4	22
Resp 48	4	4	2	2	4	4	20
Resp 49	4	5	5	5	3	3	25
Resp 50	4	4	4	4	4	4	24
Resp 51	4	4	4	4	4	4	24
Resp 52	4	4	4	5	5	5	27
Resp 53	5	5	3	3	3	4	23
Resp 54	4	4	4	4	4	4	24
Resp 55	5	5	5	5	5	3	28
Resp 56	5	5	5	5	4	4	28
Resp 57	5	5	4	5	4	4	27



Resp 58	4	4	4	4	4	4	24
Resp 59	5	5	5	5	5	5	30
Resp 60	4	4	4	4	4	4	24
Resp 61	4	4	4	4	4	4	24
Resp 62	4	4	4	4	4	4	24
Resp 63	4	4	4	4	4	4	24
Resp 64	3	4	4	4	4	4	23
Resp 65	4	4	4	4	4	4	24
Resp 66	3	3	4	4	4	4	22
Resp 67	5	5	5	5	4	4	28
Resp 68	3	3	4	4	4	4	22
Resp 69	4	4	4	4	4	4	24
Resp 70	4	4	4	4	4	4	24
Resp 71	5	5	5	5	5	5	30
Resp 72	4	4	4	4	4	4	24
Resp 73	5	5	5	5	5	5	30
Resp 74	4	4	4	4	4	4	24
Resp 75	5	5	5	5	5	5	30



Resp.	MINAT BELI (Y)												TOT.
	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9	ITEM 10	ITEM 11	ITEM 12	
Resp 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 2	2	4	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	36
Resp 3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	1	2	1	34
Resp 4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	53
Resp 5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	39
Resp 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp 7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
Resp 8	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	58
Resp 9	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	56
Resp 10	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	51
Resp 11	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	46
Resp 12	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50

Resp 13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	44
Resp 14	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	53
Resp 15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 16	2	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	37

Resp 17	2	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	4	40
Resp 18	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	55
Resp 19	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	53
Resp 20	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
Resp 21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 22	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	46
Resp 23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 24	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	53
Resp 25	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
Resp 26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	46

Resp 27	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3	38
Resp 28	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	46
Resp 29	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	50
Resp 30	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	48
Resp 31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 33	4	4	4	4	5	5	5	4	5	2	4	4	50
Resp 34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

Resp 35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 36	3	3	4	4	4	3	2	4	2	2	3	4	38
Resp 37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 38	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45
Resp 39	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	45

Resp 40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 41	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	41
Resp 42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 43	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	45
Resp 44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 45	5	4	4	4	2	3	3	2	4	5	1	2	39
Resp 46	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	53
Resp 47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 48	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	40
Resp 49	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	47
Resp 50	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	2	49
Resp 51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp 52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57







**LAMPIRAN 6**  
**HASIL OLAH DATA SPSS**

**UJI VALIDITAS**

**1. Harga (X1)**

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	TOTAL_ X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.481**	.560**	.178	.179	.147	.592**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.126	.125	.209	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X1_2	Pearson Correlation	.481**	1	.490**	.308**	.270*	.404**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.019	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X1_3	Pearson Correlation	.560**	.490**	1	.432**	.650**	.455**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X1_4	Pearson Correlation	.178	.308**	.432**	1	.572**	.500**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.126	.007	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X1_5	Pearson Correlation	.179	.270*	.650**	.572**	1	.556**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.125	.019	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X1_6	Pearson Correlation	.147	.404**	.455**	.500**	.556**	1	.707**
	Sig. (2-tailed)							
	N	75	75	75	75	75	75	75

	Sig. (2-tailed)	.209	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
TOTAL_Pearson X1	Correlation	.592**	.717**	.830**	.700**	.734**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		75	75	75	75	75	75	75

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).\***  
**Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).\***

## 2. Brand Image (X2)

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	TOTAL_ X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.562**	.305**	.215	.233*	.184	.569**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.064	.044	.115	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2_2	Pearson Correlation	.562**	1	.609**	.438**	.431**	.205	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.077	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2_3	Pearson Correlation	.305**	.609**	1	.538**	.527**	.433**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2_4	Pearson Correlation	.215	.438**	.538**	1	.485**	.313**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.064	.000	.000		.000	.006	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75

X2_5	Pearson Correlation	.233*	.431**	.527**	.485**	1	.603**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.044	.000	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2_6	Pearson Correlation	.184	.205	.433**	.313**	.603**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.115	.077	.000	.006	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.569**	.739**	.798**	.683**	.782**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		75	75	75	75	75	75	75

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

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

### ***3. Celebrity Endorsement***

#### *Correlations*

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	TOTAL_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.849**	.355**	.242*	.292*	.425**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.037	.011	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X3_2	Pearson Correlation	.849**	1	.416**	.301**	.281*	.360**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.009	.014	.002	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X3_3	Pearson Correlation	.355**	.416**	1	.767**	.457**	.295*	.769**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.010	.000

	N	75	75	75	75	75	75	75
X3_4	Pearson Correlation	.242*	.301**	.767**	1	.542**	.350**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.037	.009	.000		.000	.002	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X3_5	Pearson Correlation	.292*	.281*	.457**	.542**	1	.649**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.011	.014	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X3_6	Pearson Correlation	.425**	.360**	.295*	.350**	.649**	1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.010	.002	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.733**	.750**	.769**	.749**	.704**	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

---

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).\*\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).\***





*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)\*\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

## **UJI RELIABILITAS**

### **1. Harga (X1)**

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.804	6

---

### **2. Brand Image**

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.798	6

---

### **3. Celebrity Endorsement**

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.820	6

---

### **4. Minat Beli**

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.902	12

---

# UJI ASUMSI KLASIK DAN REGRESI LINIER BERGANDA

## 1. Uji Normalitas

---

One-Sample Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.76214175
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.070
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

---

a. Test distribution is Normal.

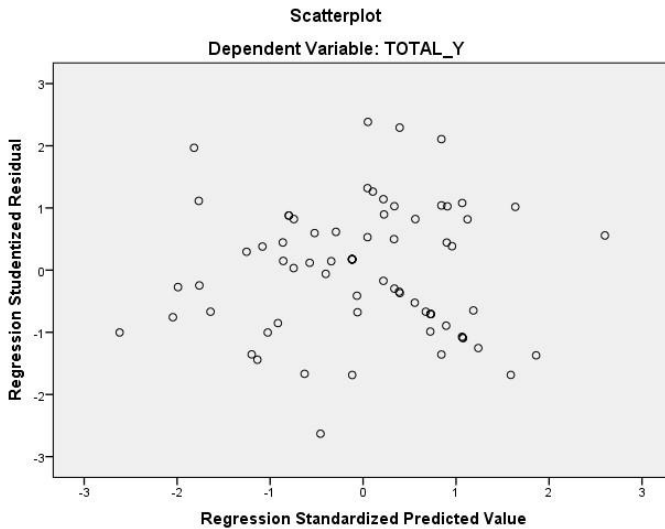
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



## 2. Uji Heteroskedastisitas



## 3. Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Standardized				Collinearity		
		Unstandardized Coefficients		Coefficients		Statistics	Tolerance	
		B	Std. Error	t	Sig.		VIF	
1	(Constant)	4.775	5.078	.940	.350			
	TOTAL_X1	.668	.195	.352	3.429	.001	.640	1.561
	TOTAL_X2	.660	.190	.329	3.482	.001	.759	1.317
	TOTAL_X3	.445	.192	.222	2.320	.023	.738	1.355

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

#### 4. Uji Autokelrasi dan Analisis Linier Berganda

---

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 <sup>a</sup>	.520	.499	3.841

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

---