

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

### SURAT PERMOHONAN

Perihal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth.

Kaprodi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga

Ngagel Dadi IIIB No.37, Ngagelrejo, Kec. Wonokromo

di-

Surabaya

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Afifah

Nim : 191500134

Jurusan / Semester : Manajemen / 7

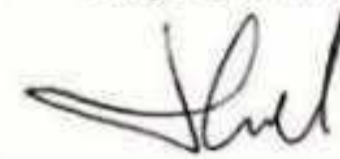
Judul : Pengaruh Country Of Origin, Kualitas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Y.O.U

Dengan ini mengajukan surat permohonan izin penelitian yang akan ditunjukkan kepada Mahasiswa Prodi PVKk Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai responden dalam penelitian saya.

Demikian surat permohonan penelitian ini saya buat, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Surabaya, 9 November 2022

Yang bertanda tangan



Nurul Afifah

NIM : 191500134

## Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN VOKASIONAL KESEJAHTERAAN KELUARGA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
Kampus : Ngagel Dadi III-B / 37 Surabaya 60146 Telpom (031) 5053127, Fax. (031) 5053127

Nomor : ad.1/ / PVKK /U/ 2023  
Lampiran : -  
Perihal : Pengambilan Data

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
di  
Tempat

Menindak lanjuti surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya tertanggal 9 November 2022 tentang permohonan Ijin Penelitian atas nama :


Nama : Nurul Afifah  
NIM : 191500134  
Prodi : Manajemen  
Judul Penelitian : Pengaruh *Country Of Origin*, Kualitas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli Produk Kosmetik Y.O.U (Studi Kasus Pada Mahasiswa PVKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Bahwa mahasiswa tersebut benar-benar sudah melaksanakan pengambilan data untuk tugas skripsi/Tugas akhir pada program studi Manajemen sesuai jadwal yang sudah di tentukan.  
Demikian pemberitahuan ini, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Januari 2023  
Ketua Prodi PVKK,

  
**Agus Ridwan Mbh., S.Pd., M.Pd**  
NPP. 0010372/DY

### Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi



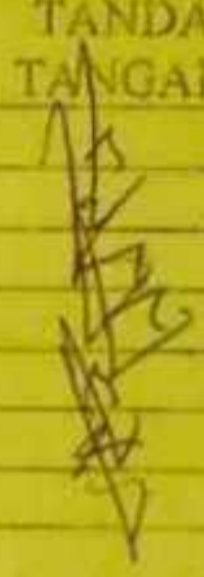
**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Kampus : Jl. DukuhMenteng XII/4, Telp. Fax, 031-8251183 Surabaya 60234  
 Website : <http://www.unpgradi.ac.id>

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

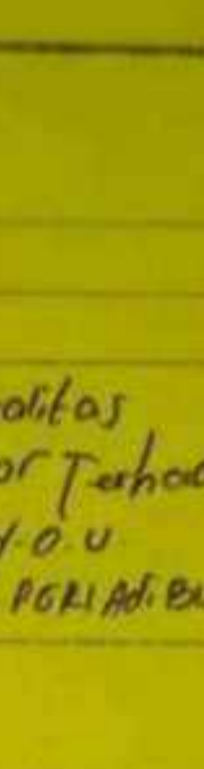
Nama	: Munil Afifah
Prodi / NIM	: Manajemen / 191500134
Judul Skripsi	: Pengaruh Country of origin, kualitas produk, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan pembelian produk y.o.u (Studi kasus Mahasiswa PUKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
Dosen Pembimbing	: Tri Atiprabowo, S.E, M.Si
Periode Kepembimbingan	: 17 September 2022 s/d 17 Maret 2023

**URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :**

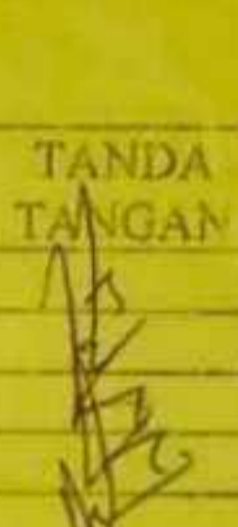
NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	29 Sep 2022	Pembelian produk		
2	13 Okt 2022	Brand (Lahan busi)		
3	7 Nov 2022	Brand (Lahan busi)		
4	16 November 2022	Aspek pemasaran		
5	3 Maret 2023	Bimbingan BAB 9,5		
6	7 Maret 2023	HCC bab 9,5		

Bimbingan selesai pada tanggal :

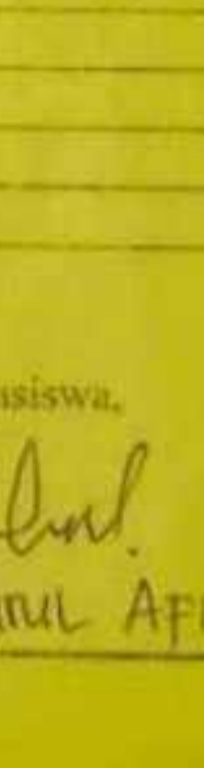
Dosen Pembimbing,



TRI ATIPRABOWO, S.E, M.Si




Mahasiswa,



Munil Afifah

## Lampiran 4 Berita Acara Ujian Proposal



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
 Website : <http://www.fe.unipabtu.ac.id>

---

**BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI**

Pada hari ini Kamis tanggal 22 bulan Desember tahun 2022 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap \*) Tahun Akademik 2022/ 2023

Nama Mahasiswa	: Nurul Afifah
NIM	: 191500134
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh <i>Country of Origin</i> , Kualitas Produk, dan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Y.O.U (Studi Kasus Pada Mahasiswa PVKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Dihadiri oleh :

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1.	19150010	Amun Nur Imayah	1.
2.	191500180	Maya Ermiyanti	2.
3.	191500063	Ricki Nur Fumen	3.
4.	191500117	Bella Fidia Novitiani	4.
5.	191500179	Khilyatul Marahiyah	5.
6.	191500001	Pullya Nur fitra	6.
7.	191500159	Isnania Anggun Rahayu	7.
8.	191500140	Fery Afifah Al	8.
9.	191600076	David W.P	9.
10.	191500197	Nawal Dwi P	10.
11.	191500112	Nova Rio Masandi	11.
12.	191500060	Ruis purpitarsari	12.
13.	191500096	Intania Sapitri	13.
14.	191500032	Pinda putri	14.
15.	191500166	Hindri Tumilawita	15.

Surabaya, 22 Desember 2022

Penguji : Dr. Drs. Ec. Moch. Munir Rachman, M.Si ( )  
 Pembimbing : Tri Aripriabowo, S.E., M.Si ( )



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

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

BERITA ACARA  
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Nuri Afifah  
NIM/Program Studi : 191500139 / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Country of Origin, kualitas produk dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik y.o.u (studi kasus pada mahasiswa PUKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.)  
Tanggal Ujian Skripsi : 31 Maret 2023.  
Penguji : 1. Dra Christina Menek Sri Handayani, SE.M.M  
2. I Made Bagus Dwiarta SE.M.M.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	17-4-23	Bab 1 - III	
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya, 31 Maret 2023  
Penguji II,

I Made Bagus Dwiarta SE.M.M.



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

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

**BERITA ACARA**  
**BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

Nama : Nuru Afifah

NIM/Program Studi : 191500139 / Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh country of origin, kualitas produk dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Y.O.U. (studi kasus pada Mahasiswa PUKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Tanggal Ujian Skripsi : 31 Maret 2023.

Penguji : 1. Dra Christina menuk Sri Handayani, SE.M.M  
2. I Made Bagus Dwiarta SE.M.M

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	11/4 2023	Revisi awal sdr & betulkan, Bab II & III	[Signature]
2		sdr revisi. Bab IV (Data & Analisis determinan) dibetulkan	
3			
4	13/4 2023	Bab IV (deskripsi data) sdr revisi	[Signature]
5			
6			
7			
8			

Surabaya, 31 Maret 2023  
 Penguji II,

Penguji I,

[Signature]  
Christina Menuk Sri Handayani

## KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Country Of Origin*, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Y.O.U (Studi Kasus Pada Mahasiswa PVKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

### PENGANTAR

Dalam rangka memenuhi Tugas Akhir (Skripsi), maka bersama dengan ini saya selaku peneliti dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memohon kesediaan Mahasiswa PVKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya konsumen Pengguna Produk Kosmetik Y.O.U untuk memberikan dukungan kepada saya dengan mengisi kuesioner seperti dibawah ini. Saya selaku peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas dan pendapat yang terdapat dalam kuesioner ini. Atas kesediaan dan kepercayaannya, saya mengucapkan banyak terimakasih.

### IDENTITAS RESPONDEN

(√) pada pertanyaan berikut :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan

3. Berapa kali pembelian produk dalam sebulan:

- 1 kali
- 2 kali
- 3 kali
- >4 kali

### PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda check list (√) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban yang benar menurut saudara/i sesuai kriteria dibawah ini :

- SS = Sangat Setuju
- ST = Setuju
- R = Ragu-ragu
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

#### 1. *Country of Origin* (X1)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
<b>Keyakinan terhadap negara</b>						
1.	Apabila diminta untuk memilih produk kosmetik saya akan memilih produk Y.O.U yang berasal dari dalam negeri dari pada produk luar negeri.					
2.	Saya memutuskan membeli produk kosmetik Y.O.U karena kualitas produk dalam negeri lebih baik dari negara lain.					



3.	Saya merasa produk dalam negeri tidak kalah dengan produk luar negeri					
<b>Keyakinan terhadap orang-orang di negara tersebut</b>						
1.	Saya memutuskan membeli produk kosmetik Y.O.U yang berasal dari dalam negeri karena merupakan negara yang memiliki tenaga kerja kreatif					
2.	Negara Indonesia sebagai negara asal produk kosmetik Y.O.U merupakan negara yang memiliki tenaga kerja yang berkualitas.					
3.	Negara Indonesia sebagai negara asal produk kosmetik Y.O.U merupakan negara yang memiliki tenaga kerja yang memiliki banyak inovasi					
<b>Keyakinan interaksi dengan negara tersebut</b>						
1.	Negara Indonesia sebagai negara asal dari produk Y.O.U merupakan negara yang ideal dikunjungi untuk pembelian produk kosmetik					
2.	Indonesia tempat merk Y.O.U berasal merupakan negara yang inovatif dalam pengelolaan perusahaan					

3.	Indonesia tempat produk Y.O.U berasal merupakan negara yang memiliki reputasi baik					
----	--	--	--	--	--	--

## 2. Kualitas Produk (X2)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
<b>Kinerja (Performance)</b>						
1.	Produk kosmetik Y.O.U merupakan produk kosmetik yang tahan lama dan tidak mudah luntur.					
2.	Saya merasa ketika menggunakan produk kosmetik Y.O.U saya tidak perlu repot-repot <i>retouch</i> karena tahan lama.					
3.	Produk kosmetik Y.O.U merupakan produk kosmetik yang ringan digunakan					
<b>Keandalan (Reliabilitas)</b>						
1.	Produk kosmetik Y.O.U memiliki ketahanan yang lebih lama dan kualitas yang lebih baik dari produk kosmetik lain					
2.	Produk kosmetik Y.O.U merupakan produk					

	kosmetik yang nyaman di pakai sehari-hari					
3	Produk kosmetik Y.O.U memiliki fungsi yang sesuai dengan yang saya butuhkan					
<b>Spesifikasi yang sesuai</b>						
	Produk kosmetik Y.O.U merupakan produk yang memiliki ciri khas yang kuat					
2.	Produk kosmetik Y.O.U memfokuskan produknya sebagai kosmetik yang tahan lama					
3.	Produk kosmetik Y.O.U memiliki jenis produk yang bervariasi					
<b>Daya tahan (<i>Durability</i>)</b>						
1.	Produk kosmetik Y.O.U memiliki ketahanan produk yang lebih bagus dibandingkan produk kosmetik lain					
2.	Produk Y.O.U merupakan produk yang sudah terjamin kualitasnya					
3.	Saya merasa dapat memakai produk kosmetik Y.O.U selama mungkin					
<b>Kualitas yang dirasakan</b>						

1.	Produk Y.O.U konsisten dalam membuat produk kosmetik yang unik dan berkualitas					
2.	Produk Y.O.U konsisten menciptakan produk - produk kosmetik yang tahan lama					
3.	Produk Y.O.U konsisten dalam menjaga kualitasnya					
<b>Estetika</b>						
1.	Desain produk kosmetik Y.O.U memiliki tampilan yang menarik dan unik					
2.	Desain produk kosmetik Y.O.U cukup nyaman dan mudah dalam penggunaannya					
3.	Tampilan produk kosmetik Y.O.U memiliki ciri khas tersendiri					

### 3. Brand Ambassador (X3)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
<b>Transferensi (<i>Transference</i>)</b>						
1.	Tren penggunaan <i>brand ambassador</i> pada merek kecantikan mendukung produk Y.O.U					

2.	Kolaborasi antara Y.O.U dengan aktor Korea Kim Soo Hyun mendukung keputusan pembelian					
3.	Integritas yang dimiliki <i>brand ambassador</i> Y.O.U mampu mendukung produk tersebut					
<b>Kesesuaian (Congruence)</b>						
1.	Penggunaan aktor Korea Kim Soon Hyun sesuai dengan produk kosmetik Y.O.U					
2.	<i>Brand ambassador</i> yang dipilih Y.O.U banyak disukai para konsumen					
3.	<i>Brand ambassador</i> yang dipilih Y.O.U memiliki karir yang mendukung					
<b>Kreadibilitas (Credibility)</b>						
1.	<i>Brand ambassador</i> Y.O.U mampu menjelaskan produk dengan baik					
2.	Penggunaan aktor Korea Kim Soon Hyun mampu menambah pengetahuan konsumen mengenai produk					
3.	Saya memilih produk Y.O.U karena kemampuan <i>brand ambassador</i> dalam mempromosikan produk					
<b>Daya Tarik (Attractiveness)</b>						
1.	Penggunaan aktor Korea					

	Kim Soon Hyun mampu mempengaruhi konsumen dalam menggunakan produk Y.O.U					
2.	Penggunaan aktor Korea Kim Soon Hyun mampu menunjang iklan produk Y.O.U					
3.	Kepopuleran brand ambassador Y.O.U dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk					
<b>Kekuatan (<i>Power</i>)</b>						
1.	Iklan yang di lakukan Kim Soon Hyun mampu memengaruhi konsumen agar memakai produk Y.O.U					
2.	Kim Soon Hyun mampu meningkatkan keyakinan konsumen dalam pembelian produk.					
3.	Kepopuleran Kim Soon Hyun mampu meningkatkan mampu meningkatkan kepopuleran produk					

#### 4. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
<b>Kemantapan pada sebuah produk</b>						

1.	Produk kosmetik Y.O.U dipilih karena memiliki ketahanan yang lebih lama.					
2.	Menurut saya produk Y.O.U memberikan produk yang sesuai kebutuhan perempuan Indonesia.					
3.	Produk kosmetik Y.O.U membantu meningkatkan kepercayaan diri					
<b>Kebiasaan dalam membeli produk</b>						
1.	Saya memutuskan untuk membeli produk kosmetik Y.O.U berdasarkan jenis produk yang tahan lama.					
2.	Saya akan melakukan pembelian ulang produk kosmetik Y.O.U karena merasa puas dalam pembelian sebelumnya					
3.	Harga yang ditawarkan Y.O.U sangat terjangkau					
<b>Memberikan rekomendasi kepada orang lain</b>						
1.	Saya akan merekomendasikan produk Y.O.U kepada orang lain					
2.	Saya memutuskan untuk merekomendasikan produk kosmetik Y.O.U berdasarkan pengalaman saya					

3.	Saya akan merekomendasikan produk kosmetik Y.O.U karena sudah merasakan manfaatnya					
<b>Melakukan pembelian ulang</b>						
1.	Saya memutuskan untuk membeli ulang produk karena sesuai dengan yang saya butuhkan					
2.	Saya memutuskan untuk membeli ulang produk kosmetik Y.O.U dan menggunakannya untuk kebutuhan sehari-hari					
3.	Pembelian produk kosmetik Y.O.U sangat mudah dan ada di mana mana					



## Lampiran 6 Rekapitulasi Tabel Skor Jawaban Responden

Responden	<i>Country of Origin (X1)</i>	Kualitas Produk (X2)	Brand Ambassador (X3)	Keputusan Pembelian (Y)
1	39	79	67	53
2	40	71	60	49
3	45	61	62	49
4	36	75	72	51
5	37	72	60	50
6	43	77	62	60
7	40	73	65	42
8	39	67	58	48
9	40	71	45	48
10	42	73	61	46
11	38	81	59	55
12	40	79	62	49
13	40	76	67	51
14	32	70	59	48
15	41	82	68	60
16	40	71	66	48
17	38	78	59	56
18	39	60	62	44
19	39	57	62	48
20	37	72	68	48
21	37	73	57	52
22	45	71	65	50
23	40	72	60	49
24	38	77	70	54
25	38	90	71	54
26	45	86	71	60
27	38	72	51	46
28	39	69	63	50
29	45	67	65	48
30	39	56	60	47

31	40	90	74	60
32	38	77	62	49
33	41	75	64	54
34	38	69	61	54
35	40	79	68	53
36	38	64	57	49
37	38	54	49	46
38	36	64	58	46
39	41	70	53	49
40	39	72	60	50
41	40	36	58	53
42	42	70	60	57
43	40	69	60	45
44	37	63	60	47
45	37	64	65	47
46	39	66	59	52
47	39	68	64	49
48	37	73	60	52
49	40	64	60	46
50	40	80	66	47
51	41	68	61	45
52	45	67	66	51
53	37	61	58	52
54	39	61	55	49
55	38	79	59	50
56	41	77	45	49
57	39	69	68	51
58	36	78	68	51
59	45	90	75	60
60	39	72	60	49
61	33	70	58	53
62	45	73	73	52
63	37	69	60	47
64	40	76	68	52
65	38	74	59	50

66	36	70	60	52
67	40	73	57	51
68	36	69	58	51
69	45	79	75	56
70	38	75	55	50
71	45	82	75	55
72	40	74	54	49
73	35	82	70	53
74	45	67	60	49
75	40	76	54	50
76	33	85	54	51
77	41	75	61	51
78	40	73	57	49
79	43	83	75	55
80	39	70	49	48
81	45	77	49	51
82	41	75	73	49
83	45	67	51	47
84	35	71	64	47
85	43	73	59	49
86	37	78	60	48
87	45	76	68	47
88	35	80	63	46
89	45	76	60	51
90	33	77	62	46
91	36	75	64	50
92	37	63	63	43
93	45	79	65	51
94	39	84	70	52
95	36	83	69	51
96	34	83	68	54
97	45	77	70	50
98	37	72	68	46
99	36	75	66	51
100	38	77	59	46

101	44	80	66	60
102	35	71	67	44
103	39	81	69	60
104	38	79	62	50
105	40	80	67	53
106	36	72	61	52
107	45	76	62	53
108	36	90	75	60

Lampiran 7 Tabel Frekuensi Jawaban Responden

Distribusi Frekuensi *Contry of Origin* (X1)

No.	Uraian	SS	S	R	TS	STS	SS	S	R	TS	STS
1	X1.1_1	47	44	16	1	0	43,5%	40,7%	14,8%	0,9%	0
2	X1.1_2	50	44	12	2	0	46,3%	40,7%	11,1%	1,9%	0
3	X1.1_3	57	34	13	3	1	52,8%	31,5%	12,0%	2,8%	,9%
4	X1.2_1	52	34	20	2	0	48,1%	31,5%	18,5%	1,9%	0
5	X1.2_2	56	41	11	0	0	51,9%	38,0%	10,2%	0	0
6	X1.2_3	68	31	8	1	0	63,0%	28,7%	7,4%	0,9%	0
7	X1.3_1	53	36	19	0	0	49,1%	33,3%	17,6%	0	0
8	X1.3_2	63	36	8	1	0	58,3%	33,3%	7,4%	,9%	0
9	X1.3_3	61	41	5	1	0	56,5%	38,0%	4,6%	,9%	
	MEAN						52.16%	35.07%	11.51%	1.13%	0.10%

Sumber: Data diolah.

### Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (X2)

No.	Uraian	SS	S	R	TS	STS	SS	S	R	TS	STS
1	X2.1_1	21	57	26	4	0	19,4%	52,8%	24,1%	3,7%	0
2	X2.1_2	29	48	30	1	0	26,90%	44,4%	27,8%	,9%	0
3	X2.1_3	28	60	18	2	0	25,9%	55,6%	16,7%	1,9%	0
4	X2.2_1	31	43	32	2	0	28,7%	39,8%	29,6%	1,9%	0
5	X2.2_2	33	59	14	2	0	30,6%	54,6%	13,0%	1,9%	0
6	X2.2_3	39	47	21	1	0	36,1%	43,5%	19,4%	,9%	0
7	X2.3_1	34	51	21	2	0	31,5%	47,2%	19,4%	1,9%	0
8	X2.3_2	34	57	16	1	0	31,5%	52,8%	14,8%	,9%	0
9	X2.3_3	36	65	6	1	0	33,3%	60,2%	5,6%	,9%	0
10	X2.4_1	26	49	30	2	1	24,1%	45,4%	27,8%	1,9%	,9%
11	X2.4_2	26	73	8	1	0	24,1%	67,60%	7,4%	,9%	0
12	X2.4_3	25	48	30	5	0	23,1%	44,4%	27,8%	4,6%	0
13	X2.5_1	29	64	14	1	0	26,9%	59,3%	13,0%	,9%	0
14	X2.5_2	32	63	12	1	0	29,6%	58,3%	11,1%	,9%	0
15	X2.5_3	29	63	15	1	0	26,9%	58,3%	13,9%	,9%	0
16	X2.6_1	30	70	7	1	0	27,8%	64,8%	6,5%	,9%	0
17	X2.6_2	31	60	15	2	0	28,7%	55,6%	13,9%	1,9%	0
18	X2.6_3	23	62	21	2	0	21,3%	57,4%	19,4%	1,9%	0
19	MEAN						27.57%	53.44%	17.28%	1.65%	0.10%

Sumber: Data diolah.

### Distribusi *Brand Ambassador* (X3)

No.	Uraian	SS	S	R	TS	STS	SS	S	R	TS	STS
1	X3.1_1	24	70	9	4	1	22,2%	64,8%	8,3%	3,7%	,9%
2	X3.1_2	43	50	14	1	0	39,8%	46,3%	13,0%	,9%	0
3	X3.1_3	34	66	7	1	0	31,5%	61,1%	6,5%	,9%	0
4	X3.2_1	34	54	20	0	0	31,5%	50,0%	18,5%	0	0
5	X3.2_2	38	53	14	3	0	35,2%	49,10%	13,0%	2,8%	0
6	X3.2_3	38	55	15	0	0	35,2%	50,9%	13,9%	0	0
7	X3.3_1	29	63	15	1	0	26,9%	58,3%	13,9%	,9%	0
8	X3.3_2	34	54	18	2	0	31,5%	50,0%	16,7%	1,9%	0
9	X3.3_3	25	58	21	4	0	23,1%	53,7%	19,4%	3,7%	0
10	X3.4_1	32	61	13	1	1	29,6%	56,5%	12,0%	,9%	,9%
11	X3.4_2	48	51	8	1	0	44,4%	47,2%	7,4%	,9%	0
12	X3.4_3	40	55	11	2	0	37,0%	50,9%	10,2%	1,9%	0
13	X3.5_1	39	53	16	0	0	36,1%	49,1%	14,8%	0	0
14	X3.5_2	36	54	17	1	0	33,3%	50,0%	15,7%	,9%	0
15	X3.5_3	35	55	16	1	1	32,4%	50,9%	14,8%	,9%	,9%
16	MEAN						34.64%	52.58%	13.20%	1.35%	0.18%

Sumber: Data diolah.

**Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Uraian	SS	S	R	TS	STS	SS	S	R	TS	STS
1	Y.1_1	37	41	28	2	0	34,3%	38,0%	25,9%	1,9%	0
2	Y.1_2	33	54	20	1	0	30,6%	50,0%	18,5%	,9%	0
3	Y.1_3	46	47	15	0	0	42,6%	43,5%	13,9%	0	0
4	Y.2_1	46	47	14	1	0	42,6%	43,5%	13,0%	,9%	0
5	Y.2_2	42	36	28	2	0	38,9%	33,3%	25,9%	1,9%	0
6	Y.2_3	40	46	21	1	0	37,0%	42,6%	19,4%	,9%	0
7	Y.3_1	48	39	21	0	0	44,4%	36,1%	19,4%	0	0
8	Y.3_2	42	50	14	2	0	38,9%	46,3%	13,0%	1,9%	0
9	Y.3_3	50	34	22	2	0	46,3%	31,5%	20,4%	1,9%	0
10	Y.4_1	43	45	19	1	0	39,8%	41,7%	17,6%	,9%	0
11	Y.4_2	49	43	16	0	0	45,4%	39,8%	14,8%	0	0
12	Y.4_3	51	44	13	0	0	47,2%	40,7%	12,0%	0	0
13	MEAN						40.66%	40.58%	17.81%	0.93%	0%

Sumber: Data diolah.



## Lampiran 8 Hasil Output SPSS

### Uji Validitas *Country of Origin* (X1)

	<u>Correlation</u>	<u>Total</u>
X1.1_1	Pearson Correlation	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.1_2	Pearson Correlation	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.1_3	Pearson Correlation	.512**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.2_1	Pearson Correlation	.486**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.2_2	Pearson Correlation	.472**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.2_3	Pearson Correlation	.458**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.3_1	Pearson Correlation	.455**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.3_2	Pearson Correlation	.436**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X1.3_3	Pearson Correlation	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	108

Sumber: Data diolah.

## Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

X2.1_1	Pearson Correlation	.563**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.1_2	Pearson Correlation	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.1_3	Pearson Correlation	.580**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.2_1	Pearson Correlation	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.2_2	Pearson Correlation	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.2_3	Pearson Correlation	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.3_1	Pearson Correlation	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.3_2	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.3_3	Pearson Correlation	.560**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.4_1	Pearson Correlation	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.4_2	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.4_3	Pearson Correlation	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.5_1	Pearson Correlation	.518**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.5_2	Pearson Correlation	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.5_3	Pearson Correlation	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	108
X2.6_1	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.6_2	Pearson Correlation	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X2.6_3	Pearson Correlation	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	108

Sumber: Data diolah.

### Uji Validitas *Brand Ambassador* (X3)

X3.1_1	Pearson Correlation	.409**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.1_2	Pearson Correlation	.599**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.1_3	Pearson Correlation	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.2_1	Pearson Correlation	.495**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.2_2	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.2_3	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.3_1	Pearson Correlation	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.3_2	Pearson Correlation	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.3_3	Pearson Correlation	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.4_1	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.4_2	Pearson Correlation	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.4_3	Pearson Correlation	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.5_1	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
X3.5_2	Pearson Correlation	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000

X3.5_3	N	108
	Pearson Correlation	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000
Total	N	108
	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	108

Sumber: Data diolah.

## Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Y.1_1	Pearson Correlation	.435**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.1_2	Pearson Correlation	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.1_3	Pearson Correlation	.339**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.2_1	Pearson Correlation	.383**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.2_2	Pearson Correlation	.497**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.2_3	Pearson Correlation	.404**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.3_1	Pearson Correlation	.416**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.3_2	Pearson Correlation	.376**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.3_3	Pearson Correlation	.413**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.4_1	Pearson Correlation	.421**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.4_2	Pearson Correlation	.400**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
Y.4_3	Pearson Correlation	.546**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	108
total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	108

Sumber: Data diolah.

## Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Country of Origin</i>	.606	12
Kualitas Produk	.908	18
<i>Brand Ambassador</i>	.877	15
Keputusan Pembelian	.606	12

Sumber: Data diolah.

## Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.800	4.977		3.979	.000
	VAR00001	.209	.099	.172	2.118	.037
	VAR00002	.200	.045	.407	4.503	.000
	VAR00003	.125	.056	.204	2.237	.027

a. Dependent Variable: VAR00004

## Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	544.100	3	181.367	16.858	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1118.863	104	10.758		
	Total	1662.963	107			

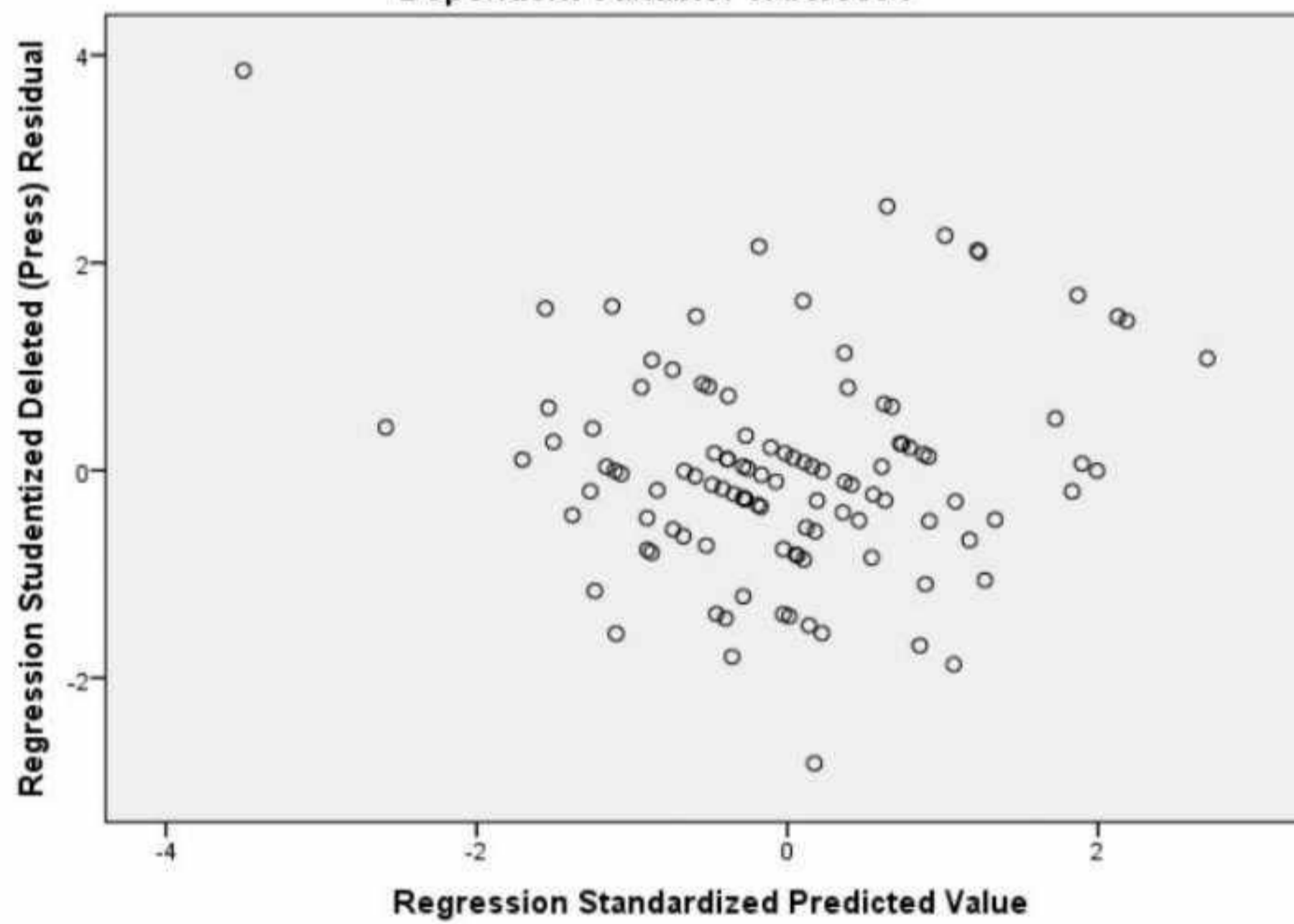
a. Dependent Variable: VAR00004

b. Predictors: (Constant), VAR00003, VAR00001, VAR00002

## Uji Heterokedasitisitas

**Scatterplot**

Dependent Variable: VAR00004





## Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.800	4.977		3.979	.000		
	VAR00001	.209	.099	.172	2.118	.037	.982	1.019
	VAR00002	.200	.045	.407	4.503	.000	.792	1.262
	VAR00003	.125	.056	.204	2.237	.027	.780	1.283

a. Dependent Variable: VAR00004

## Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.572 <sup>a</sup>	.327	.308	3.27998	2.176

a. Predictors: (Constant), VAR00003, VAR00001, VAR00002

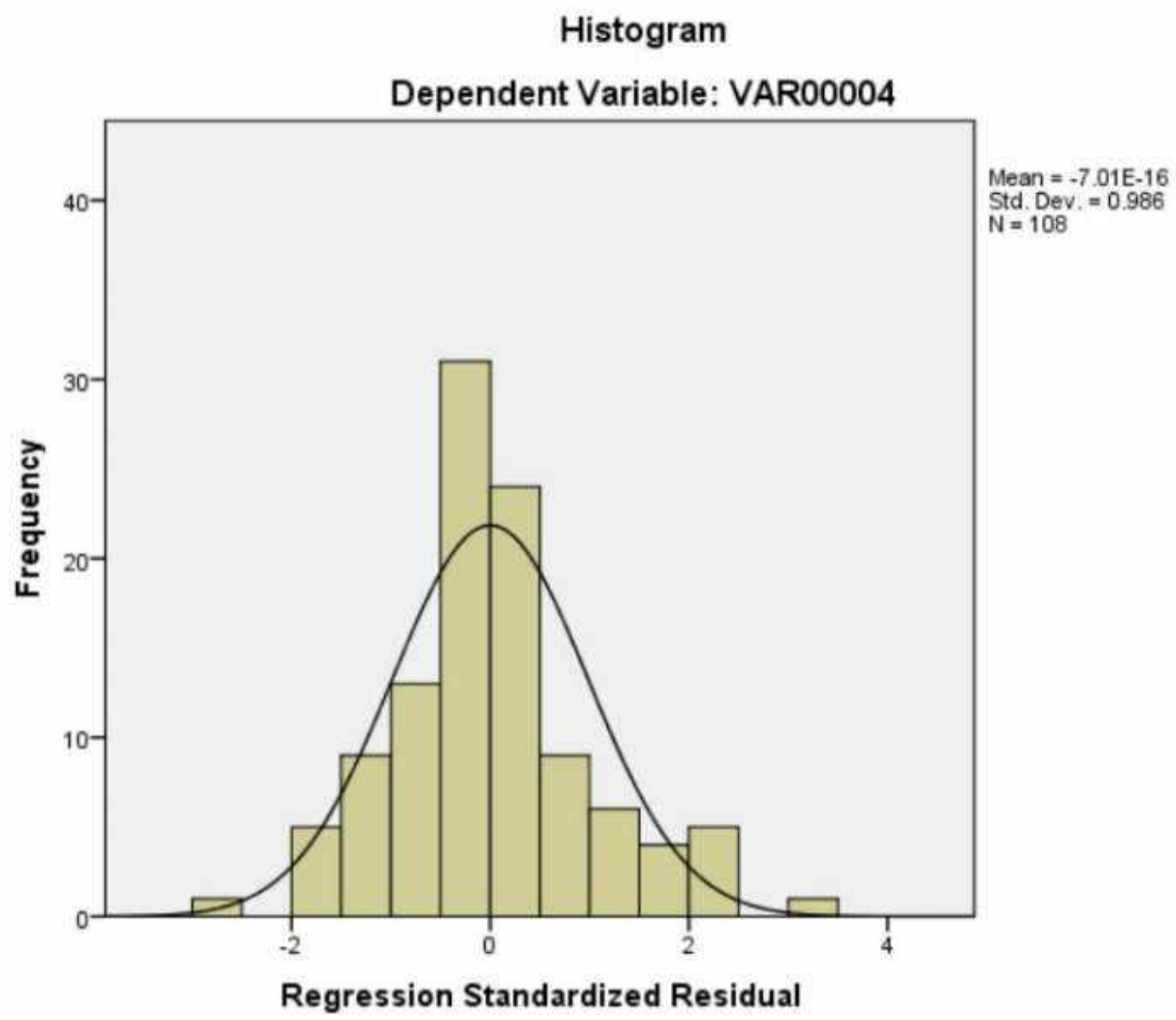
b. Dependent Variable: VAR00004

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		108
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	50.5185185
	Std. Deviation	2.25500575
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.045
Test Statistic		.069
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.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: VAR00004

