

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*.
- Arif, E. (2017). "Pengaruh Iklan Dan Brand Image Teh Botol Sosro Terhadap Minat Beli Konsumen". (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten) (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).
- Aaker, D. A., & Alexander, L. B. (2009). *Brand equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brands*. Hillsdale: Lawrence Equilibrium Associates.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Catatan kesepuluh. Rajawali Pers, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Esa Negara, A. A., Arifin, Z., & Nuralam, I. P. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli Di Gerai Starbucks Di Kota Surabaya)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2), 194-201.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE.
- Ginting, H. N. F 2011. *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya, Bandung.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A., & SE, M. (2014). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, cetakan kedua. Yogyakarta: Caps.
- Hamid, M., & Sarita, S. (2018). "Pengaruh Iklan Dan Brand Image Sirup Bunga Padi 168 Terhadap Minat Beli Konsumen Di Desa Reuleut Kecamatan Kota Juang". *Jurnal Sain Ekonomi Dan Edukasi (Jsee)*, 6(1).
- Hasan, Ali. 2014. Marketing. Yogyakarta: Media Presindo
- Hermawan, A. 2012. Komunikasi Pemasaran, Jakarta: Erlangga.
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Yrama Widya
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop". *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. 1(1), 19-26.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran. Surabaya: Penerbit Erlangga.
- Kertajaya, Hermawan. 2007. Positioning, Differensiasi, dan Brand. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management 13 New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Keller, K.L. (2013). Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education.
- Kotler & Keller, 2007. "Manajemen Pemasaran". Penerbit indeks, Jakarta.
- Kotler,. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. PT indeks, Jakarta.

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Murtadana, Ricky. 2014. Pengaruh Komperatif Sikap Terhadap Iklan Soft Dan Hard Copy Pada Minat Beli Konsumen. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Sanata Dharma.
- Natsir, N., & Ernawati, S. (2020). "Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima". *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 4(1), 1-15.
- Pramono,AG Suyono. Sri Sumawati. (2012). Pertimbangan dalam membeli rodud maupun jasa. Jakarta : Intidayu Press
- Putra, A., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Rendra, W. (2007). Pengaruh Periklanan. Pustaka Book: Yogyakarta
- Simamora, Bilson. 2011. Riset Pemasaran, Cetakan Pertama.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Setiawaty, N. A. (2017). "Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok)". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 22(1).
- Saputra, R., & Karneli, O. (2018). "Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen Pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung)". (Doctoral dissertation, Riau University).

- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286-290.
- Sihombing, Indra Jaya., 2010, Mengemas Bahasa Iklan Suara Merdeka, 3 April 2010.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Penerbit Alfabeta,CV.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Penerbit Alfabeta,CV.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:PT Alfabet.
- Suharsimi, A. 2013. Prosedur Penelitian. Edisi 15. Jakarta: penerbit PT Rineka Cipta.
- Sangadji, E. M. (2013). Sopiah, Perilaku Konsumen, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Shimp, T. A. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi, Jakarta: Salemba Empat.
- Shabbir, Muhammad Qasim., Khan, Ansar Ali., Khan, Saba Rasheed. (2017). Brand Loyalty Brand image And Brand equity: The Mediating Role Of Brand Awareness. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, Vol. 19 No. 2 Feb. 2017, pp. 416-423.
- Utami Chistina Whidya, 2010. Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern, Jakarta: Salemba Empat.
- Yus, I. (2019). "Pengaruh Iklan Televisi Dan Brand Image Shampo Pantene Terhadap Minat Beli Konsumen". (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten) (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).

Yanthi, K. P., & Jatra, I. M. (2015). "Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, dan Perceived Quality terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat di Kota Denpasar". *E-Jurnal Manajemen*, 4(11).

Durianto, Pengertian minat beli, 2013, .58

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6292/Bab%202.pdf?sequence=9> (diakses 9 februari 2021 pukul 21.18)

Jurnal Pengembangan wiraswasta vol 8, No.1, April 2006.

<https://adoc.pub/bab-ii-kajian-pustaka-kerangka-pemikiran-dan>

hipotesisba345f11a8ce198352db720c7ed2339113580.html

(diakses 9 Februari 2020)

Schiffman, L., Wisenblit, L.,. 2015. *Consumer Behavior*. Edisi Sebelas. Pearson Educatio

Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

KARTU PERPANJANGAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: YULIANI FINCHA SEROJA
Prodi / NIM	: MANAJEMEN / 171500076
Judul Skripsi	: Pengaruh Iklan dan Brand Image Emira (kosmetik) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus Pada mahasiswa Prodi Manajemen angkatan 2017 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
Dosen Pembimbing	: 1. I Ketut Surabagjarta. Dis. M. M 2. Suharyanto Dis. M. M
Periode Kepembimbingan	: 26 Maret s.d 27 Juni 2021

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
12	17-6-21	Revisi 1	revisi	[Signature]
17	18-6-21	Revisi 2	revisi	[Signature]

Bimbingan selesai pada tanggal :
Dosen Pembimbing

I Ketut Surabagjarta





Mahasiswa

Yulianti Fincha Seroja

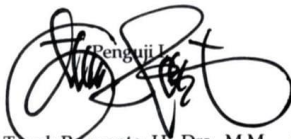
Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

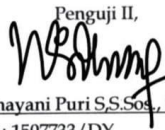
Nama : Yulianti Fincha Seroja
NIM/Program Studi : 171500076/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Brand Image Emina (Kosmetik) Terhadap Minat Beli Konsumen (Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 UNIPA Surabaya)
Tanggal Ujian Skripsi : 04, Juli 2021
Penguji : 1. Teguh Purwanto, H., Drs., M.M
2. Widhayani Puri S.S.Sos., S.E., MSM

Dosen Penguji	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
Penguji I	06/08/2021	1. Menambahkan simpulan dan saran yang dilengkapi hasil uji secara singkat.	
	18/08/2021	ACC	
Penguji II	06/08/2021	1. Menjelaskan kasus	
		2. Alasan meneliti angkatan 2017	
		3. mengganti referensi	
		4. Penggunaan tulisan bahasa asing menggunakan huruf italic	
	07/08/2021	5. Mengganti devinisi oprasional ACC	

Surabaya, 23 Agustus 2021


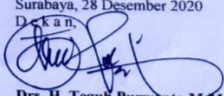

Penguji I,

Teguh Purwanto, H., Drs., M.M
NPP: 19601222 1990031 001


Penguji II,

Widhayani Puri S.S.Sos., S.E., MSM
NPP : 1507733/DY

Lampiran 3 : Surat Ijin Penelitian

	UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234	
Website : http://www.unipasby.ac.id	
<hr/>	
Nomor	: 200009 /01/FEB/2020
Lampiran	: -
Perihal	: Ijin Penelitian dan Pengambilan Data
Kepada Yth: Bapak/Ibu Pimpinan Universitas PGRI Adibuana Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Jl. Dukuh Menanggal XII/4 di - Surabaya	
Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :	
Nama	: Yulianti Fincha Seroja
NIM	: 171500076
Prodi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Iklan dan Brand Image Emina (Kosmetik) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adibuana.
Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.	
Surabaya, 28 Desember 2020	
D e k a n,	
	
Drs. H. Teguh Purwanto M.M.	
NIP. 19601222.199003.1001	

Scanned by TapScanner

Lampiran 4: Surat Balasan Penelitian Dari Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Perihal: Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Kaprodi Manajemen
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Jl. Dukuh Menanggal XII/4

di-
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini:

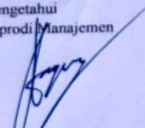
Nama : Yuliantin Fincha Seroja
NIM : 17150076
Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Dan Brand Image Emina (Kosmetik) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Angkatan 2017 Di Universitas Pgrdi Adi Buana Surabaya)


Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 24 Mei 2021

Mengetahui
Kaprodi Manajemen


I Made Bagus Dwiarta, S.E.M.M
NIDN:0701107905

Mahasiswa/Peneliti


Yulianti Fincha Seroja
171500076

Lampiran 7 : Kuesioner

KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya Yulianti Fincha Seroja, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unipa Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Iklan dan *Brand Image* Emina (kosmetik) terhadap Minat Beli Konsumen (Pada mahasiswi prodi manajemen angkatan 2017 Unipa Surabaya. Saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner dibawah ini berdasarkan jawaban anda yang sejujurnya. Penelitian ini hanya sekedar kebutuhan akademis dan kerahasiaan identitas anda akan terjaga. Atas bantuan dan ketersediaan yang anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN:

- a. Bacalah dengan cermat setiap pertanyaan/pernyataan dan seluruh pilihan jawaban yang diberikan.
- b. Jawablah semua pernyataan dengan sebaik-baiknya jangan ada yang terlewatkan.
- c. Pengisian jawaban cukup dengan memberi tanda (√) pada setiap jawaban yang anda pilih pada kolom pilihan jawaban yang telah disediakan.
- d. Adapun makna dari tanda tersebut adalah sebagai berikut:
SS = Sangat Setuju (5)
S = Setuju (4)
N = Ragu-ragu (3)
TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

A. Identitas Responden

Nama : (diisi oleh peneliti)

Usia :

Pendidikan terakhir : SMP ()

SMA ()

S1 ()

Status : Kawin/Belum Kawin

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Iklan (X1)					
	A. Penyampaian					
1	Iklan Emina kosmetik selalu memberikan informasi produk baru.					
2	Pesan yang disampaikan dalam iklan emina kosmetik mampu membangkitkan keinginan saya untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk emina kosmetik.					
3	Pesan yang disampaikan oleh produk emina kosmetik mudah untuk dipahami konsumen.					
	B. Media					
4	Iklan emina kosmetik di media elektronik sangat menarik.					

5	Media elektronik sangat memudahkan saya menemukan iklan/informasi mengenai Emina.					
6	Tayangan produk Emina kosmetik melalui media elektronik lebih memikat konsumen.					
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Brand Image (X2)					
	A. Citra Pembuat					
7	Emina kosmetik mempunyai jaringan penjualan yang luas sehingga memudahkan dalam pembelian produk.					
8	Emina kosmetik sudah terkenal di kalangan masyarakat indonesia.					
9	Emina kosmetik mapu bersaing dngan produk kecantikan yang lain.					
	B. Citra Produk					
10	Saya melakukan pembelian produk emina karena mereknya sudah dikenal.					
11	Kualitas pada produk emina kosmetik sangat cocok untuk kulit wanita dikarenakan bahannya tidak berbahaya.					

12	Merek produk kecantikan ini mudah diingat yaitu Emina.					
	C. Citra Pemakai					
13	Saya merasa percaya diri menggunakan emina kosmetik.					
14	Produk emina kosmetik lebih banyak dipilih oleh anak remaja.					
15	Kualitas produk emina kosmetik telah sesuai yang diharapkan.					
	Minat Beli (Y)					
	A. Minat Transaksional					
16	Saya selalu menggunakan produk emina kosmetik.					
17	Saya tertarik untuk membeli produk emina kosmetik karena memiliki berbagai macam produk.					
18	Saya membeli kosmetik emina karena kebutuhan.					
	B. Minat Referensial/Referensi					
19	Saya bersedia merekomendasikan produk emina kepada orang lain.					
20	Saya tetap mencari emina meskipun banyak produk lain sejenis yang ditawarkan.					

21	Saya akan membeli produk emina setelah mendiskusikan dengan teman atau keluarga.					
	C. Minat Preferensial/Istimewah					
22	Emina kosmetik memiliki warna makeup yang sesuai dengan kulit wanita indonesia.					
23	Saya memilih emina kosmetik dalam memenuhi kebutuhan saya tentang makeup.					
24	Saya merasa puas setelah membeli produk kosmetik emina.					
	D. Minat Eksploratif/Eksplorasi					
25	Saya menanyakan informasi produk emina kosmetik kepada orang yang sudah menggunakannya.					
26	Saya tertarik untuk membeli emina kosmetik setelah mendapat informasi dari teman, kerabat dan orang lain.					
27	Saya mencari informasi tentang kelebihan dan kekurangan emina kosmetik sebelum membeli.					

**Lampiran 8 : Tabulasi Jawaban Responden
Variabel Iklan (X1)**

Responde n	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	5	4	5	4	4	3
2	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	5
8	4	3	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4
11	4	5	4	4	4	5
12	5	5	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4
15	4	3	4	4	4	4
16	4	4	3	4	4	4
17	4	4	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4
19	5	5	4	4	5	5
20	4	4	3	4	4	4
21	4	5	5	5	5	5
22	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4
25	5	4	4	4	4	4

26	4	4	4	4	4	4
27	4	3	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4
30	5	5	3	5	5	5
31	4	4	3	5	3	3
32	4	4	4	4	4	4
33	4	3	3	4	3	3
34	5	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4
38	4	3	3	4	4	4
39	4	4	4	5	5	5
40	4	2	3	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4
42	4	5	4	3	5	5
43	4	4	5	4	4	4
44	3	4	4	3	4	4
45	4	4	5	5	4	4
46	5	5	5	5	5	5
47	4	5	4	4	4	4
48	3	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	5	4	4	4
52	5	4	5	4	5	5
53	4	3	4	2	2	2
54	5	5	5	5	5	5
55	4	3	3	4	3	3

56	5	5	5	5	5	5
57	4	2	4	4	4	4
58	5	4	4	5	4	4
59	5	5	5	4	5	5
60	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5
62	4	5	4	5	5	5
63	5	5	4	5	4	4
64	4	5	4	4	4	4
65	4	2	4	4	2	2
66	4	4	4	4	4	4
67	4	4	5	5	4	4
68	4	4	4	4	3	3
69	4	5	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4
72	5	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5
74	5	3	4	3	5	5
75	4	5	5	5	5	5
76	4	4	4	4	4	4
77	4	4	3	4	4	4
78	5	5	4	4	4	4
79	3	4	4	2	3	3
80	4	4	4	4	4	4
81	4	4	5	5	5	5
82	4	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4
85	4	5	4	4	5	5

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

74	5	5	5	5	3	5	4	5	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	4	5	4	4	4	4	4	3	4
77	4	2	3	2	4	4	4	3	3
78	4	4	4	5	4	4	4	4	4
79	4	3	4	3	3	3	3	4	4
80	4	4	4	4	4	5	4	4	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	4	5	5	5	5	5	3	5
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	5	2	3	1	4	3	4	2
85	5	4	3	4	4	4	4	5	5
86	5	4	4	4	5	5	4	5	5
87	4	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	4	4	5	5	4	5	4
90	5	4	4	5	4	4	5	4	4
91	3	3	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	3	4	3	3	5	3	5	3
94	4	4	4	4	3	4	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	5	3	4	4	4	5	5	5
97	2	2	4	2	3	2	4	4	4

76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
77	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
78	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
79	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2
80	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
84	4	4	4	4	2	4	2	4	3	4	4	4
85	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
86	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
87	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
90	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
91	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4
92	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
93	3	3	4	3	3	4	3	3	3	5	5	5
94	1	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
95	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	5	3	2	2	4	5	4	4	4	4
97	2	2	2	4	2	4	4	3	4	5	4	5

Lampiran 9 : Output SPSS

Uji Validitas

Uji Validitas Iklan (X1)

Indikator 1 Penyampaian

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1.1	8.2990	1.358	.508	.259	.639
X1_1.2	8.4124	.974	.539	.291	.609
X1_1.3	8.4227	1.205	.544	.296	.587

Indikator 2 Media

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_2.1	8.3711	1.694	.584	.353	.976
X1_2.2	8.4021	1.285	.885	.914	.716
X1_2.3	8.3814	1.259	.854	.909	.744

Uji Validitas Brand Image (X2)

Indikator Citra Pembuat

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1.1	8.3402	1.310	.663	.451	.516
X2_1.2	8.4639	1.147	.560	.387	.631
X2_1.3	8.4948	1.461	.445	.220	.754

Indikator 2 Citra produk

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_2.1	8.1856	1.424	.564	.347	.568
X2_2.2	8.1753	1.729	.465	.217	.690
X2_2.3	7.9485	1.924	.574	.344	.583

Indikator 3 Citra Pemakai

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_3.1	8.3299	1.369	.705	.599	.675
X2_3.2	8.1031	1.864	.509	.269	.867
X2_3.3	8.2887	1.499	.762	.627	.618

Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

Indikator 1 Minat Transaksional

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1.1	8.0825	1.993	.762	.586	.697
Y_1.2	7.7010	2.587	.714	.529	.733
Y_1.3	7.5567	3.166	.629	.401	.826

Indikator 2 Minat Referensial

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_2.1	7.4948	3.023	.591	.358	.730
Y_2.2	7.7320	2.386	.658	.434	.639
Y_2.3	7.8041	2.201	.610	.375	.709

Indikator 3 Minat Preferensial

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_3.1	7.9794	2.208	.639	.421	.816
Y_3.2	8.1753	1.625	.693	.495	.755
Y_3.3	8.0722	1.568	.754	.568	.686

Indikator 4 Minat Eksploratif

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_4.1	8.4536	1.209	.765	.587	.440
Y_4.2	8.5361	1.314	.553	.427	.725
Y_4.3	8.2680	1.886	.480	.355	.783

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Iklan (X1)

Indikator 1 Penyampaian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.704	.712	3

Indikator 2 Media

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.879	.876	3

Uji Reliabilitas Brand Image (X2)

Indikator 1 Citra Pembuat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.726	.732	3

Indikator 2 Citra Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.706	.717	3

Indikator 3 Citra Pemakai

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.804	.804	3

Uji Reliabilitas Minat Beli Konsumen (Y)

Indikator 1 Minat Transaksional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.828	.833	3

Indikator 2 Minat Referensial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.774	.782	3

Indikator 3 Minat Preferensial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.826	.831	3

Indikator 4 Minat Eksploratif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.754	.758	3

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.58465311
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.080
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		1.135
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

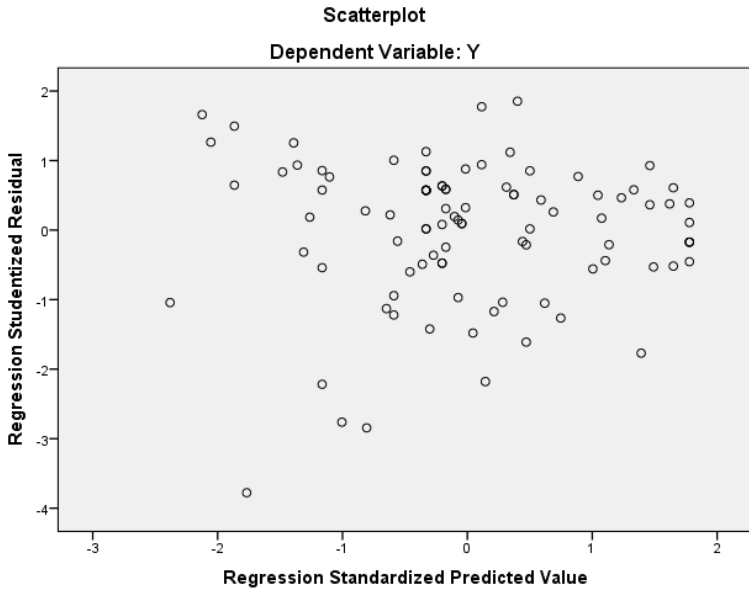
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-4.766	3.279		-1.453	.149		
	X1	.952	.179	.409	5.307	.000	.470	2.128
	X2	.774	.116	.514	6.668	.000	.470	2.128

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.859 ^a	.738	.732	3.62259	1.832

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.766	3.279		-1.453	.149		
	X1	.952	.179	.409	5.307	.000	.470	2.128
	X2	.774	.116	.514	6.668	.000	.470	2.128

a. Dependent Variable: Y

Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.859 ^a	.738	.732	3.62259	1.832

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.766	3.279		-1.453	.149		
	X1	.952	.179	.409	5.307	.000	.470	2.128
	X2	.774	.116	.514	6.668	.000	.470	2.128

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3466.920	2	1733.460	132.092	.000 ^b
	Residual	1233.575	94	13.123		
	Total	4700.495	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 10 : MATRIKS

MATRIX PENELITIAN

NAMA : YULIANTI FINCHA SEROJA

NIM : 171500076

JUDUL : PENGARUH IKLAN DAN BRAND IMAGE EMINA (KOSMETIK) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWI PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA)

MASALAH	KONSEP	VARIABEL PENELITIAN	INDIKATOR	HIPOTESIS PENELITIAN	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN		DAFTAR PUSTAKA	
						ALAT PENGAMBILAN DATA	ANALISIS DATA		
1. Apakah Iklan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya? 2. Apakah brand image berpengaruh terhadap minat beli konsumen Pada Mahasiswa	1. Iklan (X ₁) merupakan pesan suatu merek, produk, atau perusahaan yang disampaikan kepada audiens melalui media. 2. Apakah brand image berpengaruh terhadap minat beli konsumen Pada Mahasiswa	1. Variabel Bebas X ₁ : Iklan X ₂ : Brand Image 2. Variable Terikat Y: Minat Beli Konsumen	1. Iklan (X ₁) Menurut Rendra Widyatama (2007) a. Penyampaian b. media 2. Brand Image (X ₂) Menurut Aker dan Biel (2009:71) a. citra pembuat b. citra produk/konsumen	1. Iklan diduga berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2017 Di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya 2. Brand Image diduga	Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2017 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Sampel : Penentuan besarnya	Populasi : Seluruh Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2017 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Sebanyak 128	Kuisisioner	Analisa data dengan statistik 1. Regresi Linier Berganda $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$ Ket : Y : Minat Beli α : Konstanta β ₁ , β ₂ : Koefisien regresi X ₁ : Iklan X ₂ : Brand Image e : Residual ε : Standart Error	Khotimah, K., & Febrina syah, F. (2018). Pengaruh brand image pengguna nuan, kepercayan konsum en dan kreativiti

Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya? 3. Apakah Iklan Dan Brand Image Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?	(X ₂) merupakan serangkaian sifat tangible dan intangible, seperti ide-ide keyakinan nilai-nilai, kepentingan dan fitur yang membuatnya menjadi unik. Menurut Hasan (2013:210) 3. Minat Beli (Y) Merupakan prilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan	c. citra pemakai 3. Minat Beli (Y) Menurut Agusty Tae Ferdinand (2006) a. minat transaksional b. minat refrensial c. minat preferensial d. minat eksploratif	berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2017 Di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya 3. Minat beli diduga berpengaruh terhadap keputusan pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya	sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin yang didapatkan sebanyak 97 orang.	2. Uji Validitas Rumus : $r_{ij} = \frac{r_{xy} - (r_x r_y)}{\sqrt{(1-r_x^2)(1-r_y^2)}}$ Ket : R _{ij} = Koefisien Korelasi n = Jumlah Responden X = skor pertanyaan tiap nomor Y = skor total pertanyaan ΣX = Jumlah skor item ΣY = Jumlah skor total 3. Uji Reliabilitas Rumus : $r_{tt} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum x_i^2}{n \sum x_i} \right)$ Ket : R _{ij} = koefisien reliabilitas ΣX _n = Jumlah varian skor tiap-tiap item ΣX _n = Varians total k = Jumlah responden 4. Uji t Rumus :	tas Akta terbu p n sio sio Jura kon kon Strategi dan Aplikasi i busis, i(1), 19-26. Putra, A., & Heryan etu, M. (2017). Pengaruh Iklan Dan Kepercayam
--	--	---	--	--	--	--

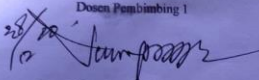
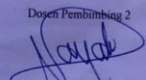

Scanned by TapScanner

Scanned by TapScanner

keinginan konsumen untuk melakukan pembelian (Sugiarto dan Subagio, 2014)							$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r^2}}$ <p>Ket :</p> <p>t : nilai signifikan (t hitung) yang nantinya dibandingkan dengan t tabel</p> <p>r : koefisien korelasi</p> <p>n : jumlah sampel</p> <p>5. Uji F</p> <p>Rumus :</p> $F_k = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$ <p>Ket</p> <p>R = koefisien korelasi ganda</p> <p>k = jumlah variabel independen</p> <p>n = jumlah anggota sampel</p> <p>Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Teras Chiclen Pakamburu) (Doctoral Dissertation, Riau University)</p> <p>Yas, I (2019). PENGARUH KLASIFIKASI DAN</p>
---	--	--	--	--	--	--	---

Scanned by TapScanner

Surabaya, 28 Desember 2020

<p>Dosen Pembimbing 1</p>  <p><u>Drs. I Ketut Surabagiarta, S.E., MM</u> NPP. 1510748/DY</p>	<p>Dosen Pembimbing 2</p>  <p><u>Drs. Subandianto, M.M</u> NPP. 0101403/DY</p>	<p>Peneliti/Mahasiswa,</p>  <p><u>Yulianti Firdha Seroja</u> 171500076</p>
---	---	---

Scanned by TapScanner