

Lampiran 01. Kuesioner Penelitian

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
Jalan Udayana No. 11, Singaraja, Telepon (0362) 26830
Email : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Kepada

Yth. Konsumen Produk MS Glow di Kecamatan Buleleng

Di tempat

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian dengan judul “ **Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Produk *Skincare* Merek MS Glow di Kecamatan Buleleng** “. Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk berkenaan mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Atas kesediaan dan partisipasi yang diberikam saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Putu Anggi Dea Suryani
Nim. 1917041021

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Produk *Skincare* Merek MS Glow di Kecamatan Buleleng

• Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
 Laki-Laki Perempuan
5. Apakah anda pernah membeli produk kosmetik MS Glow?
 Iya
 Tidak

Jika anda menjawab IYA, silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab TIDAK silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner.

• Petunjuk Pengisian Responden

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada lalu pilih jawaban yang tersedia.

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Draft Pernyataan *Influencer Marketing*

No	<i>Influencer Marketing</i>	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memilih menggunakan produk <i>skincare</i> MS Glow karena penyajian informasi yang diberikan tidak rumit dan mampu memberikan informasi yang akurat SS					

2	Saya memilih menggunakan produk <i>skincare</i> MS Glow karena mendapatkan dorongan dari <i>influencer</i> yang mempromosikan produk tersebut di sosial media					
3	Saya memilih menggunakan produk <i>skincare</i> MS Glow karena produk tersebut memberikan manfaat yang baik bagi kesehatan wajah dan selain itu dapat membantu saya menjadi lebih percaya diri dalam melakukan aktivitas sehari-hari					
4	Saya memilih menggunakan produk <i>skincare</i> MS Glow karena produk tersebut dapat membuat saya lebih mudah berbaur pada individu atau kelompok yang menggunakan produk <i>skincare</i> serupa SS					

Draft Pernyataan Niat Beli

No	Niat Beli	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya tertarik menggunakan produk <i>skincare</i> MS Glow karena tersedia beragam jenis produk yang dimilikinya dan masing-masing produk memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan wajah maupun kulit					
2	Saya tertarik menggunakan dan bersedia untuk merekomendasikan produk <i>skincare</i> MS Glow kepada kerabat, keluarga, maupun orang lain SS					
3	Saya memilih produk <i>skincare</i> MS Glow dalam memenuhi kebutuhan karena teknik <i>marketing</i> yang digunakan pada produk tersebut lebih mampu menarik perhatian daripada produk <i>skincare</i> lain yang serupa					
4	Saya tertarik untuk membeli produk <i>skincare</i> MS Glow setelah mendapatkan informasi dari teman atau Kerabat					

Draft Pernyataan Kepercayaan

No	Kepercayaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya percaya terhadap produk <i>skincare</i> MS Glow yang diiklankan dan <i>direview</i> oleh <i>influencer</i> di media sosial sesuai dengan fakta yang sebenarnya					
2	Saya percaya bahwa produk <i>skincare</i> MS Glow memiliki manfaat yang baik untuk merawat kesehatan wajah dan kulit					
3	Saya percaya bahwa pihak penjual produk <i>skincare</i> MS Glow dapat memenuhi janji-janjinya yang diungkapkan kepada konsumen					
4	Saya percaya bahwa dengan melibatkan <i>influencer</i> di media sosial sebagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak MS Glow mampu meningkatkan penjualan terhadap produk					



Lampiran 02. Data Hasil Kuesioner

	INFLUENCER MARKETING (X)					NIAT BELI (Y)					KEPERCAYAAN (Z)				
	X1	X2	X3	X4	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total	Z1	Z2	Z3	Z4	Total
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19
5	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	5	5	4	18
6	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	3	4	4	4	15
7	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
11	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17
12	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17
14	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
15	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
17	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
18	4	5	4	4	17	5	5	4	3	17	5	4	4	5	18
19	3	3	4	4	14	5	5	3	4	17	3	4	3	5	15
20	4	4	4	4	16	4	5	3	5	17	4	4	4	4	16
21	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14
22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
23	3	4	3	4	14	3	3	4	3	13	4	3	3	3	16
24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
27	4	4	3	4	15	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
31	4	3	4	5	16	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19
32	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17
33	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
34	5	5	4	4	18	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
35	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
37	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
39	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
40	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
42	5	3	4	3	15	4	4	4	4	16	3	5	3	5	16
43	4	4	4	3	15	3	5	3	4	15	3	4	4	4	15
44	4	4	4	3	15	3	4	4	3	14	4	3	3	4	14
45	5	5	5	5	20	3	5	4	4	16	5	5	5	5	20
46	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
47	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18
48	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
50	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
51	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12
52	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16

53	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	5	17
54	3	3	3	3	12	4	5	4	4	17	3	3	3	3	12
55	5	3	3	3	14	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12
56	4	5	4	4	17	4	4	3	4	15	3	5	3	4	15
57	4	3	4	3	12	4	5	4	3	16	4	4	3	3	14
58	4	4	4	3	15	3	4	3	4	14	3	4	3	3	13
59	5	4	5	4	18	3	4	3	3	13	4	4	4	5	17
60	4	5	4	3	16	4	5	5	4	18	3	4	3	5	15
61	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15
62	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	5	4	4	4	17
63	5	5	5	4	19	4	4	3	4	15	5	5	4	5	19
64	3	4	3	3	13	4	5	4	5	18	4	3	3	4	14
65	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16
66	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
67	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
68	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
69	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
70	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17
71	4	5	5	4	18	5	4	3	4	16	4	5	4	4	17
72	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18
73	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
74	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18
75	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19
76	5	4	5	4	18	5	4	3	4	15	4	5	3	4	16
77	4	3	4	5	16	4	4	5	5	18	3	4	4	5	16
78	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	5	4	5	3	17
79	5	4	3	4	15	4	5	3	4	16	5	4	4	3	16

80	5	4	4	3	16	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
----	---	---	---	---	----	---	---	---	---	----	---	---	---	---	----



Lampiran 03. Output SPSS Hasil Uji Validitas

a) Influencer Marketing

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

		X1	X2	X3	X4	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.801**	.745**	.773**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.801**	1	.632**	.546**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.745**	.632**	1	.660**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.773**	.546**	.660**	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.682**	.628**	.612**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

b) Niat Beli

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.722**	.510**	.512**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.004	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.722**	1	.411*	.578**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.024	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.510**	.411*	1	.511**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.004	.024		.004	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.512**	.578**	.511**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.004		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.841**	.830**	.748**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

c) Kepercayaan

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=Z1 Z2 Z3 Z4 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

→ Correlations

[DataSet0]

		Correlations				
		Z1	Z2	Z3	Z4	TOTAL
Z1	Pearson Correlation	1	.698**	.746**	.538**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
Z2	Pearson Correlation	.698**	1	.805**	.666**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Z3	Pearson Correlation	.746**	.805**	1	.563**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Z4	Pearson Correlation	.538**	.666**	.563**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.867**	.912**	.897**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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



Lampiran 04. Hasil Uji Reliabilitas

a) Influencer Marketing

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 TOTAL
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

➔ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	5

b) Niat Beli

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 TOTAL
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

➔ Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	5

c) Kepercayaan

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Z1 Z2 Z3 Z4 TOTAL
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

➔ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5



Lampiran 05. Hasil Output SPSS Uji Analisis Jalur

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Niat Beli, Influencer Marketing ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.579	.568	1.32609

a. Predictors: (Constant), Niat Beli, Influencer Marketing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186.282	2	93.141	52.966	.000 ^b
	Residual	135.406	77	1.759		
	Total	321.688	79			

a. Dependent Variable: Kepercayaan
b. Predictors: (Constant), Niat Beli, Influencer Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.680	1.313		2.803	.006
	Influencer Marketing	.399	.069	.498	5.783	.000
	Niat Beli	.376	.086	.375	4.357	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Regression

→ [DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Influencer Marketing ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Niat Beli
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.262	.252	1.73887

a. Predictors: (Constant), Influencer Marketing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.641	1	83.641	27.662	.000 ^b
	Residual	235.847	78	3.024		
	Total	319.487	79			

a. Dependent Variable: Niat Beli
b. Predictors: (Constant), Influencer Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.989	1.298		7.697	.000
	Influencer Marketing	.409	.078	.512	5.259	.000

a. Dependent Variable: Niat Beli

RIWAYAT HIDUP



Putu Anggi Dea Suryani adalah salah satu mahasiswa jurusan S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. Penulis lahir di Sukasada pada tanggal 28 November 2000. Penulis lahir sebagai anak pertama dari pasangan Bapak Nyoman Yasa dan Ibu Komang Citra Dewi. Penulis memiliki satu saudara laki-laki yang bernama Kadek Eros Dwipayana. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Penulis berasal dari Jln. Pratu Ginten, Desa Sangket, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan Pendidikan dasar di SD N0.3 Sukasada dan lulus pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 1 Sukasada dan lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan di SMA Laboratorium Undiksha Singaraja dan lulus pada tahun 2019. Setelah lulus penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Pendidikan Ganesha dengan mengambil jurusan Manajemen sampai pada penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha.