



LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 01. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

Singaraja, 05 Februari 2025

Kepada Yth. Ibu/Saudari

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya Putu Wardani Utari Putri sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah".

Maka dengan ini, saya memohon kesediaan Ibu / Saudari agar berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan dan bantuan Ibu / Saudari yang telah berpartisipasi dalam mengisi kusioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 05 Februari 2025

Putu Wardani Utari Putri
CP. 081238211689

Apakah anda pernah membeli produk kosmetik Wardah di toko Putri Sinta Seririt?

☐ YA

☐ TIDAK

1. Identitas Responden

1. Nama :

2. Usia :

3. Alamat :

4. Pendapatan Per Bulan :

☐ < Rp 2.500.000

☐ Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000

☐ >Rp 5.000.000

5. Pekerjaan :

☐ Pelajar / Mahasiswa

☐ Pegawai Negeri

☐ Karyawan Swasta

☐ Ibu Rumah Tangga

☐ Wirausaha

6. Pendidikan :

☐ SD-SMA/Sederajat

☐ Magister (S2)

☐ Diploma

☐ Doktor (S3)

☐ Sarjana (S1)

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada, dengan cara memberikan tanda (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

SS (5) : Sangat Setuju

S (4) : Setuju

CS (3) : Cukup Setuju

TS (2) : Tidak Setuju

STS (1) : Sangat Tidak Setuju

B. Pernyataaan

1. Gaya Hidup (X1)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya menggunakan kosmetik Wardah untuk kegiatan sehari-hari.					
2	Saya memiliki minat untuk meningkatkan kecantikan saya dengan menggunakan produk kosmetik Wardah.					
3	Saya berpendapat, bahwa kosmetik Wardah sesuai dengan gaya hidup saya.					

2. Brand Ambassador (X2)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	<i>Brand Ambassador</i> Wardah mendukung penggunaan kosmetik wardah sesuai dengan profesi mereka.					
2	Karakter dari <i>Brand Ambassador</i> sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan oleh merek Wardah.					
3	<i>Brand Ambassador</i> dari Wardah memiliki pengetahuan yang relevan mengenai produk Wardah.					
4	Kepribadian dari <i>brand ambassador</i> wardah menarik					

	perhatian saya dan membuat saya tertarik pada produk Wardah.					
5	Kharisma yang dimiliki oleh <i>brand ambassador wardah</i> dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya terhadap produk wardah.					

3. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memilih produk Wardah berdasarkan kebutuhan saya.					
2	Saya memilih produk Wardah sebagai merek utama dibandingkan merek lain.					
3	Saya lebih suka membeli produk kosmetik Wardah di toko Putri Sinta Seririt.					
4	Saya membeli produk kosmetik Wardah dengan jumlah yang dibutuhkan.					
5	Saya sering membeli produk kosmetik wardah pada waktu tertentu (seperti saat diskon).					
6	Saya lebih nyaman melakukan pembayaran produk Wardah dengan metode yang fleksibel (seperti tunai, kartu, digital).					

No. Res	Gaya Hidup (X1)			Total X1	Brand Ambassador (X2)					Total X2	Keputusan Pembelian (Y)						Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
47	5	4	5	14	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	4	29
48	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
49	4	5	4	13	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	5	27
50	4	5	5	14	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	29
51	4	5	4	13	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	5	27
52	4	5	5	14	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	4	5	28
53	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	4	4	27
54	5	4	5	14	4	5	5	4	5	23	4	5	5	4	4	5	27
55	4	5	4	13	4	5	4	5	4	22	5	4	4	4	4	4	25
56	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23	4	5	4	4	5	5	27
57	4	4	5	13	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	4	27
58	4	5	5	14	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	5	28
59	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	4	25
60	5	4	4	13	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	4	4	25
61	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	5	5	27
62	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	5	15	5	5	4	5	5	24	4	5	4	5	3	5	26
64	4	5	5	14	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	4	5	29
65	5	4	4	13	4	5	4	4	4	21	5	4	5	5	4	5	28
66	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	5	15	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	5	29
68	4	4	5	13	4	5	4	5	5	23	5	3	5	4	5	5	27
69	4	5	5	14	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	5	5	29
70	4	5	4	13	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	4	5	27
71	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	15	3	4	3	4	4	18	5	4	4	3	5	5	26
73	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	5	29
77	5	4	5	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	25
78	4	5	5	14	4	5	4	5	4	22	4	4	4	5	5	5	27
79	4	5	5	14	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	5	28
80	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	4	26
81	4	5	5	14	4	5	5	4	5	23	5	4	4	5	5	5	28
82	5	5	4	14	4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	5	5	29
83	4	5	4	13	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	4	28
84	4	5	4	13	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	5	4	25
85	5	3	4	12	5	4	4	5	5	23	4	5	4	4	5	4	26
86	4	4	5	13	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	4	4	27
87	4	4	4	12	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	12	4	4	3	4	5	20	4	4	4	4	4	4	24
89	4	5	5	14	5	5	4	4	5	23	5	4	4	5	5	4	27
90	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	5	28
92	4	4	5	13	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	4	4	28
93	4	5	5	14	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	5	5	27
94	4	4	5	13	4	3	5	4	5	21	5	5	5	5	5	4	29
95	4	5	5	14	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	4	5	26
96	4	4	3	11	4	4	4	5	3	20	3	4	3	3	5	3	21
97	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
98	4	5	4	13	4	5	4	5	5	23	4	5	5	4	4	4	26

99	4	4	4	12	5	4	5	5	4	23	4	5	4	4	5	4	26
----	---	---	---	----	---	---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	---	----

No. Res	Gaya Hidup (X1)			Total X1	Brand Ambassador (X2)					Total X2	Keputusan Pembelian (Y)						Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
100	4	4	4	12	5	4	5	5	4	23	4	5	4	4	5	4	26
101	4	5	5	14	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30
102	4	5	5	14	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	5	27
103	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
104	5	4	4	13	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	5	29
105	5	5	5	15	4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	4	5	28
106	5	4	5	14	4	5	5	4	5	23	4	4	5	5	4	5	27
107	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
108	5	4	4	13	3	4	4	5	5	21	4	5	4	4	5	4	26
109	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
110	4	5	5	14	5	4	4	4	5	22	5	4	5	5	5	5	29
111	4	4	3	11	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24
112	4	3	5	12	5	5	3	4	5	22	3	3	5	3	3	5	22
113	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
114	4	5	5	14	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	4	5	26
115	4	5	5	14	4	5	5	4	4	22	5	4	4	4	5	5	27
116	5	4	5	14	4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	4	4	25
117	4	4	4	12	4	5	4	3	5	21	5	5	4	4	4	5	27
118	4	5	4	13	5	4	4	3	5	21	5	4	4	3	4	5	25
119	4	3	4	11	4	5	4	5	4	22	5	4	3	5	3	3	23
120	3	3	4	10	5	5	5	3	4	22	5	3	3	3	5	5	24
121	4	4	5	13	4	5	4	4	5	22	4	5	5	4	5	4	27
122	4	5	4	13	4	3	5	4	4	20	5	4	5	4	5	5	28
123	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
124	4	4	4	12	4	5	5	4	5	23	4	3	5	4	4	4	24
125	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
126	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	4	29
127	4	4	3	11	5	5	4	3	4	21	5	4	4	5	4	4	26
128	4	5	4	13	4	5	4	3	5	21	4	5	4	4	5	5	27
129	5	3	4	12	4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	5	5	27
130	5	5	4	14	5	3	5	4	5	22	4	4	5	5	4	5	27
131	5	4	5	14	3	5	5	5	4	22	5	4	5	4	5	5	28
132	5	4	5	14	4	5	5	5	4	23	4	4	5	5	4	4	26
133	4	4	4	12	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	4	4	26
134	3	4	5	12	5	5	4	4	4	22	5	4	5	5	5	4	28
135	4	5	4	13	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	5	26
136	4	5	5	14	5	4	5	4	5	23	4	4	4	5	5	5	27
137	4	5	5	14	4	4	5	4	5	22	5	5	5	4	5	4	28
138	4	5	3	12	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	4	4	28
139	4	4	4	12	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	5	28
140	4	4	4	12	4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	5	5	29

Lampiran 03. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.159	.352	.167	.326	.380*	.635**
	Sig. (2-tailed)		.402	.057	.379	.079	.038	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.159	1	.237	.272	.117	.207	.556**
	Sig. (2-tailed)	.402		.208	.146	.540	.273	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.352	.237	1	-.062	.246	.157	.573**
	Sig. (2-tailed)	.057	.208		.744	.191	.407	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.167	.272	-.062	1	.326	.253	.504**
	Sig. (2-tailed)	.379	.146	.744		.079	.177	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.326	.117	.246	.326	1	.403*	.691**
	Sig. (2-tailed)	.079	.540	.191	.079		.027	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.380*	.207	.157	.253	.403*	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	.038	.273	.407	.177	.027		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.635**	.556**	.573**	.504**	.691**	.647**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	.004	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Hasil Uji Validitas Gaya Hidup

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.724**	.265	.876**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.157	<.001
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.724**	1	.197	.902**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.296	<.001
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.265	.197	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.157	.296		.004
	N	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.876**	.902**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.004	
	N	30	30	30	30

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

3. Hasil Uji Validitas Brand Ambassador

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.524**	.496**	.465**	.550**	.856**
	Sig. (2-tailed)		.003	.005	.010	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.524**	1	.311	.194	.683**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.003		.094	.305	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.496**	.311	1	.208	.286	.631**
	Sig. (2-tailed)	.005	.094		.271	.125	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.465**	.194	.208	1	.107	.550**
	Sig. (2-tailed)	.010	.305	.271		.574	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.550**	.683**	.286	.107	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.125	.574		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.856**	.767**	.631**	.550**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

4. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.642	6

5. Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.668	3

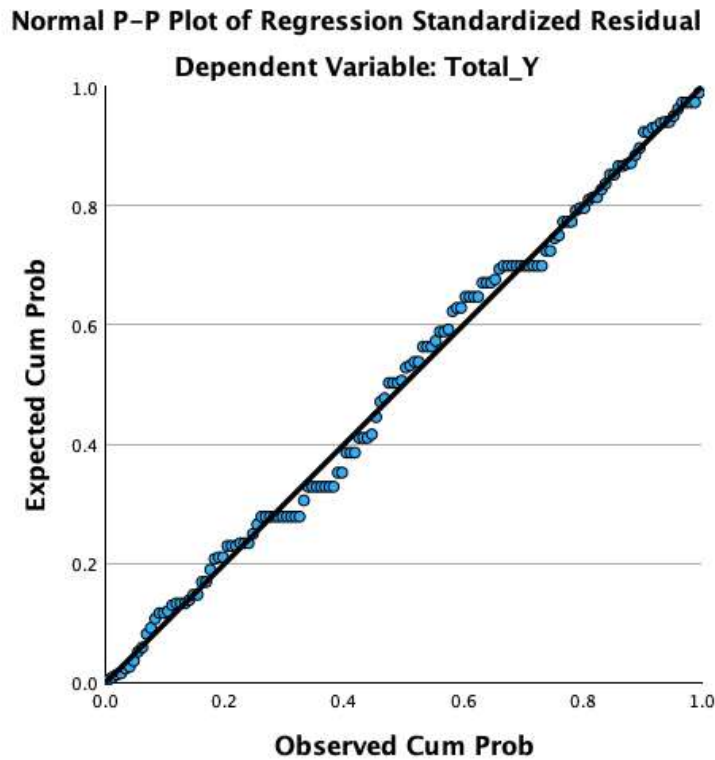
6. Hasil Uji Reliabilitas Brand Ambassador

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	5

Lampiran 04. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

a) Grafik P-Plot



b) Kolmogorov-Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48506796
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.048
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.293
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound
		.282
		.305

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

2. Uji Multikolinieritas

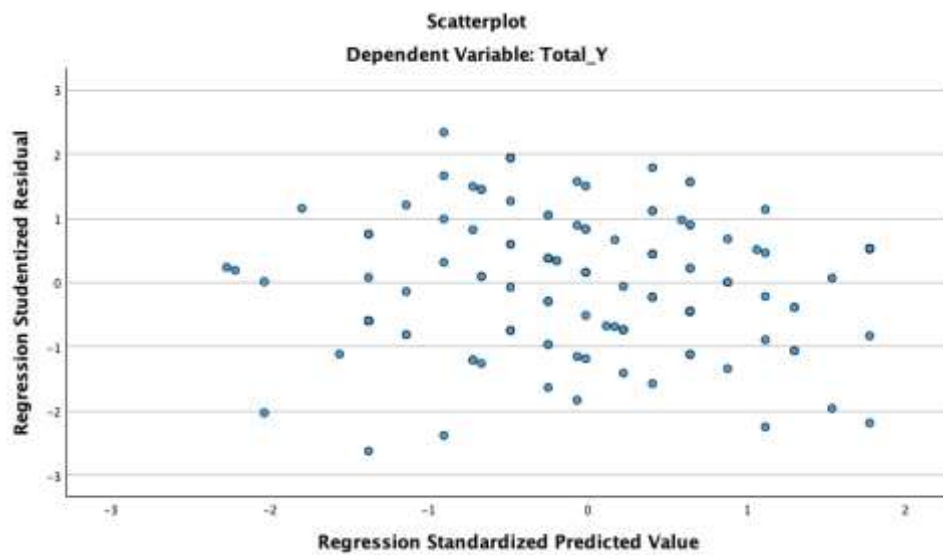
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.520	1.845		4.076	<.001		
	Total_X1	.904	.133	.500	6.819	<.001	.730	1.370
	Total_X2	.326	.089	.269	3.672	<.001	.730	1.370

a. Dependent Variable: Total_Y

3. Uji Heteroskedasitas

a) Scatterplot



b) Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.649	1.053		2.516	.013
	Total_X1	.015	.076	.019	.195	.846
	Total_X2	-.073	.051	-.144	-1.450	.149

a. Dependent Variable: abs_res

Lampiran 05. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

1. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	263.581	2	131.791	58.898	<.001 ^b
	Residual	306.554	137	2.238		
	Total	570.136	139			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X1, Total_X2

2. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.520	1.845		4.076	<.001
	Total_X2	.326	.089	.269	3.672	<.001
	Total_X1	.904	.133	.500	6.819	<.001

a. Dependent Variable: Total_Y

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

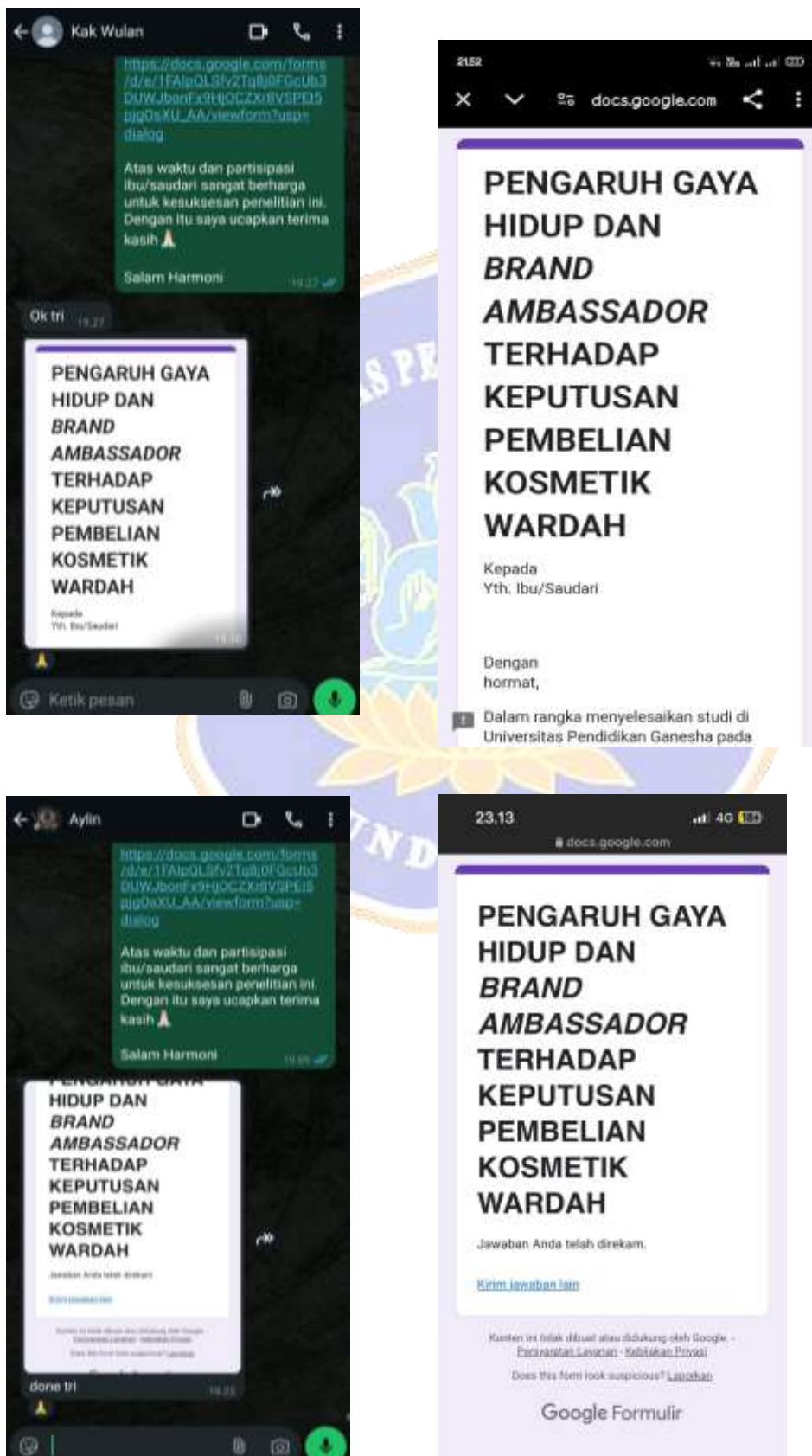
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.462	.454	1.496

a. Predictors: (Constant), Total_X1, Total_X2

**Lampiran 06. Dokumentasi Konsumen Yang Berbelanja Produk Kosmetik
Wardah di Toko Putri Sinta Seririt**



Lampiran 07. Dokumentasi Penelitian



Lampiran 08. Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Putu Wardani Utari Putri, lahir di Desa Lokapaksa pada 2 Oktober 2002 sebagai anak ke-1 dari pasangan Made Darmika dan Ni Wayan Sumi Agustari. Penulis berkebangsaan Indonesia dengan beragama Hindu. Penulis berasal dari Desa Lokapaksa, Br. Dinas Tengah, Kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan Pendidikan dasar di SD Negeri 1 Seririt dan lulus pada tahun 2015 Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 1 Seririt dan lulus pada tahun 2018, setelahnya penulis melanjutkan Pendidikan di SMK Negeri 1 Seririt dengan mengambil jurusan Akuntansi dan lulus pada tahun 2021. 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 Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. Dengan ketekunan dan kegigihan penulis, sehingga pada tahun 2025 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah”