



Lampiran 01. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Perihal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam tujuan sebagai syarat menyelesaikan skripsi terkait studi yang sedang saya lakukan di Universitas Pendidikan Ganesha pada program studi S1 Manajemen, dengan ini saya Ni Kadek Astri Nirmala Dita W bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja”**.

Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktunya mengisi beberapa pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner ini dengan baik dan benar. Data yang Bapak/Ibu, Saudara/i berikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Atas perhatian dan partisipasinya dalam mengisi kuesioner penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 16 April 2025

Peneliti,

Ni Kadek Astri Nirmala Dita W

2117041147

Judul Penelitian : Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja

Petunjuk Pengisian :

1. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pendapat anda mengenai *brand ambassador* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pelembab wajah Somethinc di Kota Singaraja serta ketertarikan anda untuk membeli pelembab wajah dari Somethinc.
2. Mohon untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pendapat dan pengalaman anda.
3. Berikan tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda mengenai pernyataan di bawah ini.
4. Penilaian diberikan dengan skala 1-5 dengan kriteria sebagai berikut :
 - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 - 2 = Tidak Setuju (TS)
 - 3 = Cukup Setuju (CS)
 - 4 = Setuju (S)
 - 5 = Sangat Setuju (SS)

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Alamat :

Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Pegawai Pemerintah

☐ Pegawai Swasta ☐ Wiraswasta Lainnya :

Pendapatan :

Apakah anda pernah membeli pelembab wajah Somethinc minimal 1kali?

☐ Ya ☐ Tidak

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
Brand ambassador						
1.	Saya dapat dengan mudah mengenali <i>brand ambassador</i> produk pelembab wajah Somethinc (Afgan/Tasya Farasya/dan lainnya).					
2.	<i>Brand ambassador</i> Somethinc memiliki kecocokan dengan produk yang diiklankan.					
3.	<i>Brand ambassador</i> Somethinc menyampaikan informasi dengan jujur dan dapat dipercaya.					
4.	<i>Brand ambassador</i> Somethinc memiliki kondisi kulit baik yang dapat mencerminkan efektivitas produknya.					
5.	<i>Brand ambassador</i> Somethinc mampu membuat saya tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut tentang produk.					
Electronic Word Of Mouth						
6.	Pengalaman pengguna lain yang dibagikan secara online mempengaruhi keputusan pembelian saya.					
7.	Ulasan positif online mampu meningkatkan keinginan saya untuk membeli produk Somethinc.					
8.	Ulasan negatif online mempengaruhi keputusan saya untuk tidak membeli produk Somethinc.					

9.	Saya mendapatkan informasi tentang kualitas, manfaat dan harga dari produk Somethinc dengan mudah secara online.					
Keputusan Pembelian						
10.	Saya memilih produk pelembab wajah Somethinc karena manfaatnya sesuai dengan kebutuhan kulit wajah saya.					
11.	Saya memilih merek Somethinc karena memiliki kepercayaan terhadap semua produknya.					
12.	Saya membeli produk pelembab wajah Somethinc di toko kosmetik terdekat.					
13.	Saya membeli produk pelembab wajah Somethinc saat ada peluncuran formula baru.					
14.	Saya membeli produk pelembab wajah Somethinc dalam jumlah yang cukup untuk pemakaian jangka panjang.					
15.	Saya memilih metode pembayaran yang aman dan nyaman saat membeli produk Somethinc.					

Lampiran 02. Tabulasi Sampel Kecil

Brand Ambassador (X1)

No.	<i>Brand Ambassador (X1)</i>					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	4	3	4	19
2	4	3	4	4	4	19
3	3	4	3	4	5	19
4	5	4	4	4	5	22
5	5	4	5	4	5	23
6	5	4	5	5	5	24
7	5	4	3	4	4	20
8	5	4	4	4	4	21
9	5	5	5	5	5	25
10	4	3	4	4	5	20
11	4	4	4	5	4	21
12	5	3	3	4	3	18
13	5	5	5	5	5	25
14	4	5	4	5	4	22
15	5	4	4	5	5	23
16	4	4	4	3	4	19
17	5	4	3	4	5	21
1	3	3	4	4	4	18
19	5	4	4	5	5	23
20	4	5	4	5	5	23
21	5	4	4	5	4	22
22	4	5	5	5	4	23
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	3	3	4	18
25	4	4	4	4	4	20
26	5	5	4	5	5	24
27	5	4	4	5	5	23
28	5	4	3	4	4	20
29	4	3	4	5	4	20
30	5	5	5	5	5	25

Electronic Word Of Mouth (X2)

No.	<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	5	3	4	16
2	3	4	3	5	15
3	5	5	4	3	17
4	4	4	2	3	13
5	5	4	4	4	17
6	5	5	4	5	19
7	5	4	3	5	17
8	3	4	2	4	13
9	5	5	5	5	20
10	4	4	4	5	17
11	4	4	3	5	16
12	4	5	3	4	16
13	5	5	5	5	20
14	4	5	4	5	18
15	5	4	5	5	19
16	4	4	3	4	15
17	4	3	3	5	15
1	5	5	4	4	18
19	4	5	5	5	19
20	5	4	4	5	18
21	5	5	5	5	20
22	5	5	4	5	19
23	5	5	5	5	20
24	4	4	2	3	13
25	4	3	3	4	14
26	5	5	5	5	20
27	5	4	5	5	19
28	5	5	4	4	18
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	3	5	2	3	5	21
2	5	5	5	4	3	5	27
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	5	25
6	5	5	2	3	3	5	23
7	4	3	2	2	4	4	19
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	4	4	5	28
10	5	5	5	4	4	5	28
11	4	4	5	3	2	4	22
12	4	4	5	3	3	5	24
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	4	4	4	5	4	26
15	5	5	5	5	5	5	30
16	3	4	4	3	3	3	20
17	5	5	5	5	5	5	30
1	5	3	4	4	5	4	25
19	4	4	3	4	4	5	24
20	5	4	3	4	3	5	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	4	4	5	4	5	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	3	3	3	3	3	4	19
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	5	4	5	4	26
28	5	4	5	4	4	5	27
29	5	4	5	3	3	4	24
30	5	4	5	5	4	4	27

Lampiran 03. Tabulasi Sampel Besar

Brand Ambassador (X1)

No.	<i>Brand Ambassador (X1)</i>					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	4	3	5	20
2	4	3	3	4	3	17
3	4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	4	5	21
6	5	5	4	5	4	23
7	5	4	4	4	5	22
8	3	4	3	3	4	17
9	4	4	4	4	4	20
10	3	5	4	4	5	21
11	5	5	4	5	5	24
12	5	4	5	5	5	24
13	5	4	4	5	4	22
14	3	4	4	4	4	19
15	5	5	5	4	5	24
16	5	4	4	3	3	19
17	4	4	3	3	4	18
18	3	3	4	5	4	19
19	5	3	3	5	4	20
20	4	2	4	4	4	18
21	4	3	4	4	4	19
22	3	4	4	4	4	19
23	3	4	3	4	3	17
24	5	4	4	4	4	21
25	5	4	4	4	5	22
26	4	5	4	5	5	23
27	5	4	3	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	5	5	5	5	4	24
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	3	4	2	17
33	5	5	5	5	5	25
34	4	5	4	5	4	22
35	5	4	5	5	5	24
36	4	4	4	3	4	19

No.	Brand Ambassador (X1)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
37	5	4	5	4	5	23
38	3	3	4	4	4	18
39	5	4	4	4	5	22
40	4	5	4	5	5	23
41	5	4	4	4	4	21
42	4	5	5	4	4	22
43	5	5	5	5	5	25
44	3	4	3	3	4	17
45	4	4	4	4	4	20
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	5	4	3	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	5	25
51	5	4	3	4	4	20
52	4	5	5	4	4	22
53	5	5	3	5	4	22
54	3	4	4	3	4	18
55	5	4	4	4	4	21
56	5	4	4	5	5	23
57	5	5	5	5	5	25
58	5	4	3	4	5	21
59	4	3	4	4	4	19
60	4	5	5	5	5	24
61	5	4	4	5	5	23
62	5	5	4	5	5	24
63	4	3	4	4	4	19
64	3	4	4	4	4	19
65	4	5	4	5	5	23
66	5	4	4	4	4	21
67	5	4	4	4	5	22
68	5	5	5	5	5	25
69	5	4	3	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	3	5	20
72	4	3	3	4	3	17
73	4	4	5	4	5	22
74	4	3	3	3	5	18
75	4	4	4	4	5	21

No.	<i>Brand Ambassador (X1)</i>					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
76	5	5	5	5	4	24
77	5	5	4	5	5	24
78	5	3	3	3	4	18
79	4	4	4	4	4	20
80	3	5	4	4	5	21
81	5	5	4	5	5	24
82	5	4	5	5	5	24
83	5	4	4	5	4	22
84	4	5	5	5	5	24
85	5	5	5	5	5	25
86	5	4	4	3	3	19
87	4	4	3	3	4	18
88	3	3	2	4	4	16
89	4	5	5	5	4	23
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	4	4	20
92	4	3	3	5	3	18
93	5	5	5	5	5	25
94	4	5	4	5	4	22
95	5	5	5	5	5	25
96	4	4	4	3	4	19
97	5	4	5	4	5	23
98	3	3	4	5	4	19
99	5	4	4	4	4	21
100	5	4	4	4	5	22
101	4	5	4	5	5	23
102	5	4	2	3	4	18
103	4	3	2	3	4	16
104	5	5	5	5	5	25
105	4	3	3	4	3	17
106	4	4	4	4	4	20
107	3	4	3	4	3	17
108	5	3	3	4	3	18
109	5	5	5	5	5	25
110	4	5	4	5	4	22
111	5	5	5	5	5	25
112	4	4	4	3	4	19
113	5	4	5	4	5	23
114	5	4	4	5	5	23

No.	<i>Brand Ambassador (X1)</i>					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
115	5	4	4	4	5	22
116	4	3	2	5	3	17
117	5	5	5	5	4	24
118	4	5	5	4	4	22
119	5	5	5	5	5	25
120	3	4	2	3	3	15
121	5	5	5	5	5	25
122	5	4	4	5	5	23
123	5	5	3	5	4	22
124	4	4	4	4	4	20
125	5	5	5	5	5	25
126	5	4	3	5	5	22
127	4	5	5	4	4	22
128	5	5	3	5	4	22
129	3	4	4	3	4	18
130	5	4	3	4	3	19
131	5	4	4	5	5	23
132	5	5	5	5	5	25
133	5	4	3	4	5	21
134	4	3	4	4	4	19
135	5	4	5	4	5	23
136	4	3	3	3	4	17
137	5	3	4	4	4	20
138	4	3	4	4	4	19
139	3	4	4	4	4	19
140	3	4	3	3	4	17
141	5	4	4	4	4	21
142	5	5	5	5	5	25
143	4	5	5	5	5	24
144	5	4	3	4	4	20
145	4	3	2	3	3	15
146	5	5	5	5	4	24
147	4	3	3	4	3	17
148	4	4	5	4	5	22
149	4	4	2	4	3	17
150	4	4	4	4	5	21

Electronic Word Of Mouth (X2)

No.	<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	5	4	5	5	19
2	3	4	3	3	13
3	5	5	4	5	19
4	4	4	5	4	17
5	5	3	3	4	15
6	3	5	4	5	17
7	4	4	5	4	17
8	4	3	2	4	13
9	4	4	4	3	15
10	4	4	4	4	16
11	5	5	2	5	17
12	5	5	5	5	20
13	5	4	3	5	17
14	4	3	3	4	14
15	5	4	5	5	19
16	4	4	3	4	15
17	4	4	3	4	15
18	5	3	2	3	13
19	3	3	3	3	12
20	4	3	4	3	14
21	4	3	3	5	15
22	3	4	2	5	14
23	3	3	3	3	12
24	4	4	2	4	14
25	3	3	2	4	12
26	5	5	4	5	19
27	4	3	3	5	15
28	2	5	2	5	14
29	5	5	4	4	18
30	4	4	5	4	17
31	3	4	3	5	15
32	4	3	2	4	13
33	5	5	5	5	20
34	5	4	5	5	19
35	4	5	5	5	19
36	4	4	2	4	14
37	4	5	2	5	16

No.	<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
38	5	5	4	4	18
39	5	4	5	5	19
40	5	5	4	4	18
41	5	3	2	3	13
42	5	5	3	5	18
43	5	5	5	5	20
44	4	4	2	4	14
45	4	4	3	4	15
46	5	5	5	5	20
47	5	4	5	5	19
48	5	5	4	4	18
49	5	4	4	5	18
50	5	5	5	5	20
51	3	3	3	3	12
52	4	3	2	3	12
53	5	5	3	5	18
54	5	5	5	4	19
55	5	4	3	5	17
56	5	3	4	4	16
57	4	4	4	3	15
58	3	3	2	4	12
59	4	4	3	4	15
60	5	4	5	5	19
61	5	5	5	5	20
62	4	4	5	4	17
63	3	4	3	5	15
64	3	4	2	3	12
65	5	5	5	5	20
66	5	4	4	5	18
67	5	5	5	5	20
68	4	4	2	4	14
69	4	4	3	5	16
70	5	5	4	4	18
71	5	4	5	5	19
72	5	5	4	4	18
73	5	5	5	5	20
74	2	3	3	4	12
75	5	5	5	5	20
76	5	4	5	5	19

No.	<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
77	4	4	4	4	16
78	5	5	4	4	18
79	4	4	5	4	17
80	5	4	3	5	17
81	3	5	4	5	17
82	4	4	5	4	17
83	4	3	5	4	16
84	5	4	5	5	19
85	5	5	5	5	20
86	3	3	3	3	12
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	5	4	3	4	16
90	4	4	3	4	15
91	5	5	5	5	20
92	5	4	5	5	19
93	5	5	4	4	18
94	4	4	2	4	14
95	5	4	4	5	18
96	5	5	4	5	19
97	4	4	4	5	17
98	3	3	3	4	13
99	5	4	5	5	19
100	4	4	4	4	16
101	5	5	4	4	18
102	4	3	2	4	13
103	3	4	3	4	14
104	4	5	4	4	17
105	3	4	4	3	14
106	4	3	5	4	16
107	3	3	2	4	12
108	5	5	5	5	20
109	5	5	5	5	20
110	4	4	5	4	17
111	3	4	4	5	16
112	3	3	2	4	12
113	5	5	5	5	20
114	5	5	5	5	20
115	3	4	3	3	13

No.	<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
116	4	4	2	4	14
117	4	5	2	5	16
118	5	5	4	4	18
119	5	4	5	5	19
120	5	5	4	4	18
121	5	5	5	5	20
122	3	3	3	4	13
123	3	3	3	3	12
124	4	4	5	4	17
125	3	4	4	5	16
126	4	5	3	5	17
127	3	3	4	3	13
128	5	4	4	5	18
129	4	5	3	4	16
130	4	4	3	4	15
131	5	5	5	5	20
132	5	4	5	5	19
133	5	5	4	4	18
134	3	4	3	3	13
135	5	4	5	5	19
136	5	4	4	4	17
137	4	5	4	5	18
138	5	5	3	5	18
139	4	4	4	4	16
140	3	3	3	4	13
141	5	4	2	5	16
142	5	5	5	4	19
143	5	3	3	4	15
144	4	4	4	4	16
145	3	4	3	3	13
146	4	4	3	5	16
147	4	4	3	4	15
148	2	3	3	4	12
149	4	3	3	4	14
150	4	4	4	4	16

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	4	4	4	3	4	5	24
2	4	4	3	2	3	5	21
3	5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	5	4	5	4	26
5	5	4	3	3	3	5	23
6	5	5	5	4	5	5	29
7	5	4	5	5	4	4	27
8	4	5	3	2	3	3	20
9	3	4	4	3	3	4	21
10	4	4	5	4	3	5	25
11	5	4	4	3	4	5	25
12	4	5	5	4	4	4	26
13	4	3	4	3	4	5	23
14	3	4	4	3	3	5	22
15	5	4	5	5	5	5	29
16	4	4	4	3	4	4	23
17	4	3	5	4	3	4	23
18	4	2	3	3	4	4	20
19	5	3	3	3	4	3	21
20	4	2	4	2	4	4	20
21	3	3	5	2	3	5	21
22	5	4	4	3	4	5	25
23	3	4	3	3	3	4	20
24	4	3	4	3	4	4	22
25	4	4	4	4	4	5	25
26	5	5	1	3	3	5	22
27	4	3	4	2	4	4	21
28	4	4	4	4	3	4	23
29	5	5	5	4	4	5	28
30	5	3	4	3	4	5	24
31	4	4	5	3	2	4	22
32	4	3	5	2	3	5	22
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	4	4	4	5	4	26
35	5	4	5	4	4	5	27
36	3	4	4	3	3	3	20

No.	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	3	4	4	5	4	25
39	4	5	3	4	4	5	25
40	5	4	5	5	5	5	29
41	4	4	3	4	4	4	23
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	4	5	5	5	29
44	3	3	4	3	3	4	20
45	4	4	3	4	3	4	22
46	5	5	5	5	5	4	29
47	4	4	5	4	5	4	26
48	5	4	5	4	4	5	27
49	5	4	5	4	5	5	28
50	5	4	5	5	4	4	27
51	3	3	5	3	3	5	22
52	4	3	4	2	4	4	21
53	3	4	5	3	3	5	23
54	5	3	5	4	3	5	25
55	3	3	4	3	3	4	20
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	5	25
58	5	5	1	3	3	5	22
59	4	3	4	2	4	4	21
60	5	5	5	5	4	5	29
61	5	5	5	4	4	5	28
62	5	5	5	4	4	5	28
63	4	4	5	3	2	4	22
64	4	3	4	3	3	4	21
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	4	4	4	5	4	26
67	4	5	5	5	5	5	29
68	3	4	4	3	3	3	20
69	4	3	5	3	4	5	24
70	5	3	4	4	5	4	25
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	3	4	4	5	4	25
73	5	5	4	4	5	5	28
74	4	3	3	4	3	4	21
75	5	5	4	5	5	5	29

No.	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
76	3	4	4	5	4	5	25
77	5	5	5	5	5	5	30
78	3	3	4	3	3	4	20
79	4	3	4	4	4	4	23
80	4	5	5	3	4	5	26
81	4	4	5	4	5	4	26
82	5	4	5	4	4	5	27
83	5	4	5	3	3	4	24
84	5	4	5	5	4	4	27
85	5	5	4	5	5	5	29
86	4	4	3	2	3	4	20
87	3	5	3	5	5	5	26
88	4	4	5	4	5	4	26
89	5	4	5	4	4	5	27
90	5	4	5	3	3	4	24
91	5	4	5	5	4	4	27
92	4	3	4	3	3	4	21
93	3	3	4	3	3	5	21
94	4	4	3	4	3	5	23
95	5	5	5	5	4	5	29
96	4	5	5	4	4	4	26
97	4	3	4	3	4	5	23
98	3	4	3	4	4	5	23
99	3	5	4	5	5	3	25
100	4	4	4	4	4	4	24
101	4	3	5	4	3	4	23
102	4	3	3	2	4	4	20
103	3	4	3	3	3	4	20
104	4	2	4	2	4	4	20
105	3	3	5	2	3	5	21
106	5	5	5	4	3	5	27
107	3	5	3	4	3	3	21
108	4	4	4	4	4	4	24
109	5	5	5	5	5	5	30
110	5	5	1	3	3	5	22
111	4	3	4	2	4	4	21
112	4	4	3	3	4	4	22
113	5	5	5	4	4	5	28
114	5	5	5	4	4	5	28

No.	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
115	4	4	5	3	2	4	22
116	3	4	5	3	3	5	23
117	5	5	5	4	4	5	28
118	5	5	4	4	3	4	25
119	5	5	5	5	5	5	30
120	3	4	4	3	3	3	20
121	5	5	5	5	5	5	30
122	5	3	3	3	5	4	23
123	4	3	4	2	4	5	22
124	4	4	4	4	4	4	24
125	5	5	3	4	4	5	26
126	5	5	5	4	4	5	28
127	4	4	5	3	2	4	22
128	4	4	5	3	3	5	24
129	5	3	5	4	4	3	24
130	4	4	3	3	3	4	21
131	5	5	5	5	5	5	30
132	3	4	4	3	3	4	21
133	4	4	4	4	4	4	24
134	4	5	3	2	4	4	22
135	4	4	5	4	5	4	26
136	5	4	5	4	4	5	27
137	5	4	5	3	3	4	24
138	5	4	5	5	4	4	27
139	4	4	4	3	4	5	24
140	4	4	3	2	3	4	20
141	5	5	5	5	5	5	30
142	4	5	5	4	5	5	28
143	5	5	1	3	3	5	22
144	4	3	4	2	4	4	21
145	3	4	3	3	3	4	20
146	5	5	5	4	4	5	28
147	5	4	5	4	4	4	26
148	4	4	5	3	2	4	22
149	3	4	5	3	3	5	23
150	3	4	5	3	5	4	24

Lampiran 04. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil

Brand Ambassador (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.290	.205	.325	.288	.615**
	Sig. (2-tailed)		.121	.278	.080	.123	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.290	1	.460*	.448*	.420*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.121		.011	.013	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.205	.460*	1	.504**	.409*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.278	.011		.004	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.325	.448*	.504**	1	.394*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.080	.013	.004		.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.288	.420*	.409*	.394*	1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.123	.021	.025	.031		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.615**	.734**	.747**	.759**	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	5

Electronic Word Of Mouth (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.435*	.706**	.241	.770**
	Sig. (2-tailed)		.016	.000	.199	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.435*	1	.537**	.123	.661**
	Sig. (2-tailed)	.016		.002	.516	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.706**	.537**	1	.609**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.241	.123	.609**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.199	.516	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.770**	.661**	.954**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	4



Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.645**	.324	.493**	.431*	.458*	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.080	.006	.018	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.645**	1	.436*	.620**	.323	.574**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.016	.000	.081	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.324	.436*	1	.426*	.249	.278	.651**
	Sig. (2-tailed)	.080	.016		.019	.185	.138	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.493**	.620**	.426*	1	.693**	.374*	.840**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.019		.000	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.431*	.323	.249	.693**	1	.221	.689**
	Sig. (2-tailed)	.018	.081	.185	.000		.241	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.458*	.574**	.278	.374*	.221	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.011	.001	.138	.042	.241		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.753**	.802**	.651**	.840**	.689**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	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).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	6

Lampiran 05. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar

Brand Ambassador (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.289**	.276**	.411**	.348**	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.289**	1	.552**	.504**	.459**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.276**	.552**	1	.455**	.585**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.411**	.504**	.455**	1	.378**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.348**	.459**	.585**	.378**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150
X1	Pearson Correlation	.622**	.762**	.799**	.741**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

Electronic Word Of Mouth (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.495**	.491**	.457**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.495**	1	.426**	.493**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.491**	.426**	1	.371**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.457**	.493**	.371**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
X2	Pearson Correlation	.793**	.758**	.800**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.754	4

Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.337**	.176*	.455**	.428**	.304**	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y2	Pearson Correlation	.337**	1	.072	.545**	.271**	.325**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000		.382	.000	.001	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y3	Pearson Correlation	.176*	.072	1	.369**	.240**	.154	.549**
	Sig. (2-tailed)	.031	.382		.000	.003	.061	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y4	Pearson Correlation	.455**	.545**	.369**	1	.570**	.230**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.005	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y5	Pearson Correlation	.428**	.271**	.240**	.570**	1	.200*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.000		.014	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y6	Pearson Correlation	.304**	.325**	.154	.230**	.200*	1	.506**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.061	.005	.014		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y	Pearson Correlation	.671**	.640**	.549**	.835**	.704**	.506**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

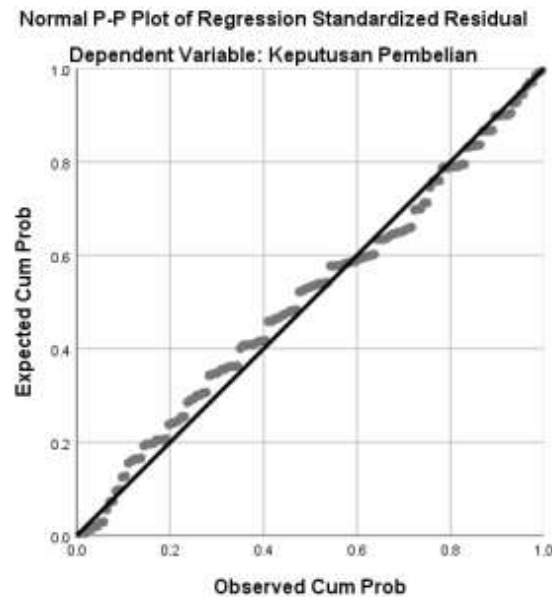
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	6

Lampiran 06. Hasil Pengujian Asumsi

Uji Normalitas

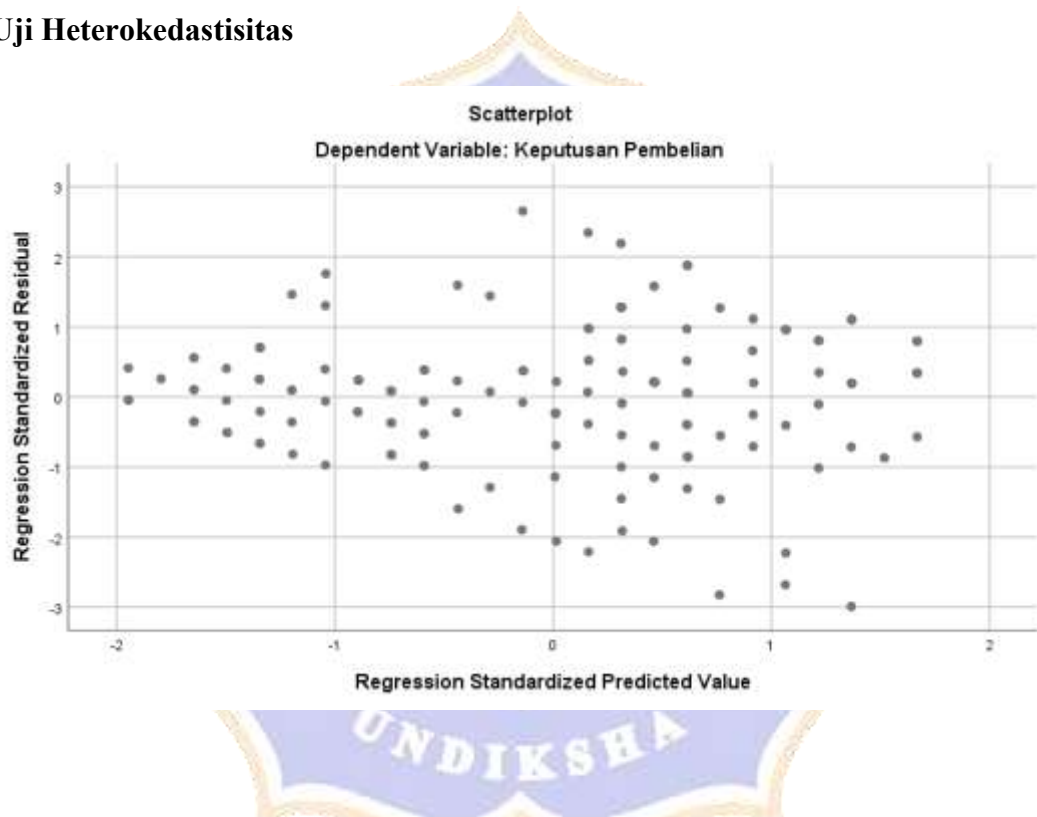


One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18201894
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.059
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients^a</i>			
Model	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Brand Ambassador (X1)</i>	0,817	1,224	Bebas Multikoliniearitas
<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>	0,817	1,224	Bebas Multikoliniearitas

Uji Heterokedastisitas

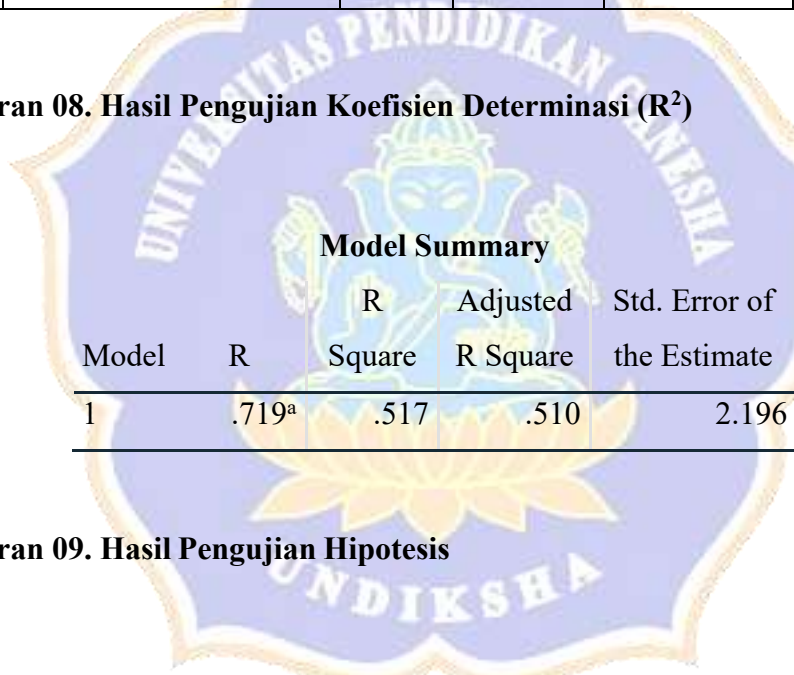


Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.422	.996		-1.428	.155
	<i>Brand Ambassador</i> (X1)	.085	.048	.157	1.780	.077
	<i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2)	.077	.050	.138	1.564	.120

Lampiran 07. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.172	1.577		3.912	.000
	<i>Brand Ambassador (X1)</i>	.338	.076	.282	4.450	.000
	<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>	.681	.078	.551	8.688	.000

Lampiran 08. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)



Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.510	2.196

Lampiran 09. Hasil Pengujian Hipotesis

Uj-F

ANOVA^a

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	758.054	2	379.027	78.539	.000 ^b
	Residual	709.420	147	4.826		
	Total	1467.473	149			

Uji-t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	$\alpha = 5\%$	Keterangan
<i>Brand Ambassador (X1)</i>	4,450	1,655	0,000	0,05	Signifikan
<i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i>	8,688	1,655	0,000	0,05	Signifikan

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian







RIWAYAT HIDUP



Ni Kadek Astri Nirmala Dita W lahir di Singaraja pada tanggal 3 Januari 2003. Penulis Lahir sebagai anak kedua dari pasangan I Putu Astawa dan Putu Srimurni, S.Pd. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Penulis berasal dari Desa Tukadmungga, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan Pendidikan dasar di SD Negeri 3 Tukadmungga dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 2 Singaraja dan lulus pada tahun 2018. Setelahnya penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 4 Singaraja dengan jurusan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam dan lulus pada tahun 2021. Setelah lulus, penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Pendidikan Ganesha dengan mengambil jurusan Manajemen sampai pada penelitian skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswi Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen. Pada semester akhir tahun 2025 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja”.

