

LAMPIRAN

Lampiran 01. Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian

No	Skor Keputusan Pembelian			Total	Kategori
	Y1	Y2	Y3		
1	5	4	4	13	Tinggi
2	5	3	4	12	Tinggi
3	3	3	4	10	Sedang
4	5	4	5	14	Tinggi
5	4	3	4	11	Sedang
6	5	5	3	13	Tinggi
7	5	5	5	15	Tinggi
8	5	4	5	14	Tinggi
9	5	4	5	14	Tinggi
10	5	5	4	14	Tinggi
Total	47	40	43	130	Tinggi

Lampiran 02. Observasi Awal Variabel *Brand Ambassador*

No	Skor <i>Brand Ambassador</i>				Total	Kategori
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		
1	4	4	4	3	15	Sedang
2	4	5	5	4	18	Tinggi
3	4	4	3	4	15	Sedang
4	5	4	4	3	16	Sedang
5	4	4	4	5	17	Tinggi
6	4	5	5	4	18	Tinggi
7	2	3	5	5	15	Sedang
8	4	3	5	4	16	Sedang
9	5	5	4	4	18	Tinggi
10	4	3	4	5	16	Sedang
Total	40	40	43	41	164	Sedang

Lampiran 03. Observasi Awal Variabel Kualitas Produk

No	Skor Kualitas Produk			Total	Kategori
	X2.1	X2.2	X2.3		
1	4	5	4	13	Tinggi
2	4	5	5	14	Tinggi
3	3	4	4	11	Sedang
4	5	4	5	14	Tinggi
5	5	4	4	13	Tinggi
6	5	5	5	15	Tinggi
7	4	4	3	11	Sedang
8	4	4	3	11	Sedang
9	4	5	4	13	Tinggi
10	5	4	5	14	Tinggi
Total	43	44	42	129	Tinggi



Lampiran 04. Surat Permohonan Data



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali Telepon : (0362) 26830
Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

Nomor : 1684/UN48.13.1/PT.01.04/2025

Singaraja, 05 Agustus 2025

Lamp. : -

Hal : *Permohonan Wawancara / Data Penelitian*

Kepada Yth. **KTU Fakultas Ekonomi Undiksha**
di
Tempat

Dengan Hormat,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Ni Luh Gede Antri Asih

NIM : 2217041024

Fakultas : Ekonomi

Jurusan/Prodi : SI Manajemen

Bermaksud mengadakan penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan wawancara/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu/Sdr. Pimpin.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,



Ni Made Suci
NIP. 196810291993032001



Balai
Sertifikasi
Elektronik

Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BnE
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali. Telepon : (0362) 26830
Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

Nomor : 2022/UN48.13.1/PT.01.04/2025

Singaraja, 15 September 2025

Lamp. : -

Hal : *Permohonan Wawancara / Data Penelitian*

Kepada Yth. **Toko Kosmetik Yeppa Singaraja**
di
Tempat

Dengan Hormat,

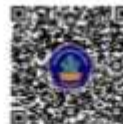
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Ni Luh Gede Antri Asih
NIM : 2217041024
Fakultas : Ekonomi
Jurusan/Prodi. : S1 Manajemen

Bermaksud mengadakan penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Schubungan dengan hal tersebut, kami mohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan wawancara/pencelitian di tempat yang Bapak/Ibu/Sdr. Pimpin.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,



Ni Made Suci
NIP. 196810291993032001



Balai
Sertifikasi
Elektronik

Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Bsrf.
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali. Telepon : (0362) 26830
Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

Nomor : 2022/UN48.13.1/PT.01.04/2025

Singaraja, 15 September 2025

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Wawancara / Data Penelitian**

Kepada Yth. **Toko Kosmetik Queen Beauty Singaraja**
di
Tempat

Dengan Hormat,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Ni Luh Gede Antri Asih
NIM : 2217041024
Fakultas : Ekonomi
Jurusan/Prodi. : S1 Manajemen

Bermaksud mengadakan penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan wawancara/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu/Sdr. Pimpin.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,



Ni Made Suci
NIP. 196810291993032001



Balai
Sertifikasi
Elektronik

Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSE
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia

Lampiran 05. Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET
DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon.
(0362) 26830 E-mail

: jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Singaraja,

Yth. Saudari Responden

di- Tempat

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Lampiran : Satu Berkas

Dengan Hormat, dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) sebagai mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Maka dengan ini saya:

Nama : Ni Luh Gede Antri Asih

NIM : 2217041024

Program Studi : S1 Manajemen

Jurusan/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Dengan mengangkat topik yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Mahasiswi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha” dengan ini saya memohon kepada Saudari untuk sekiranya bersedia berpartisipasi dalam menjawab kuesioner penelitian ini. Informasi dan data yang diperoleh semata-mata hanya akan digunakan untuk tujuan akademis sehingga kerahasiannya akan dijaga sesuai etika penelitian. Demikian hal yang dapat saya sampaikan. Atas kesediaan, bantuan, serta perhatian Saudari untuk melengkapi dan menjawab pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Ni Luh Gede Antri Asih

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI
PADA MAHASISWI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS PENDIDIKAN
GANESHA

A. Identitas Responden:

1. Nama :
2. Program Studi :
3. Semester :
4. Usia :
5. Pernah melakukan pembelian produk Hanasui lebih dari satu kali dalam 3 bulan?

☐

Ya

☐

Tidak

6. Apakah anda merupakan Mahasiswi Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang sudah berusia 19 tahun ke atas dan yang sedang menggunakan atau pernah membeli produk kosmetik Hanasui?

☐

Ya

☐

Tidak

Jika anda menjawab YA, silakan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab TIDAK silakan berhenti mengisi kuesioner.

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada jawaban yang tersedia.

Keterangan:

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Cukup Setuju (CS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

C. Draf Kuesioner Penelitian Keputusan Pembelian

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
1	Kemantapan pada sebuah produk	Saya memilih untuk tetap membeli produk kosmetik Hanasui dibandingkan dengan produk sejenis dari merek lain karena sudah merasa yakin.					
2	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya secara rutin membeli produk kosmetik Hanasui karena sudah menjadi bagian dari kebiasaan penggunaan <i>skincare</i> saya.					
3	Melakukan pembelian ulang	Saya berencana untuk terus membeli kembali produk kosmetik Hanasui karena sesuai dengan kebutuhan dan kondisi kulit saya.					

D. Draf Kuesioner Penelitian *Brand Ambassador*

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
1	Keterdukungan terhadap merek	Saya mendukung dan mempercayai produk kosmetik Hanasui karena <i>brand ambassador</i> yang digunakan mampu membangun citra positif terhadap merek tersebut.					
2	Individu yang memikat	<i>Brand ambassador</i> yang digunakan Hanasui memiliki daya tarik dan pesona yang mampu menarik perhatian saya sebagai konsumen.					
3	Pengetahuan tentang produk	<i>Brand ambassador</i> Hanasui memiliki pemahaman yang baik mengenai produk yang					

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
		dipromosikannya, sehingga menambah keyakinan saya untuk membeli.					
4	Kehandalan dibidangnya	<i>Brand ambassador</i> Hanasui merupakan sosok yang kompeten dan memiliki keahlian di bidang perawatan kulit sehingga saya percaya terhadap produk yang ditawarkan.					

E. Draf Kuesioner Penelitian Kualitas Produk

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
1	Kinerja	Produk kosmetik Hanasui mampu memberikan hasil yang sesuai dengan kebutuhan kulit saya, seperti membuat kulit tampak lebih halus, cerah, dan terawat setelah digunakan.					
2	Keawetan	Produk kosmetik Hanasui memiliki daya tahan yang baik, tidak mudah luntur, serta tetap nyaman digunakan dalam waktu yang cukup lama.					
3	Desain	Kemasan produk kosmetik Hanasui memiliki desain yang menarik, praktis, dan memudahkan saya dalam penggunaan produk.					

Lampiran 06. Tabulasi Data Sampel Kecil

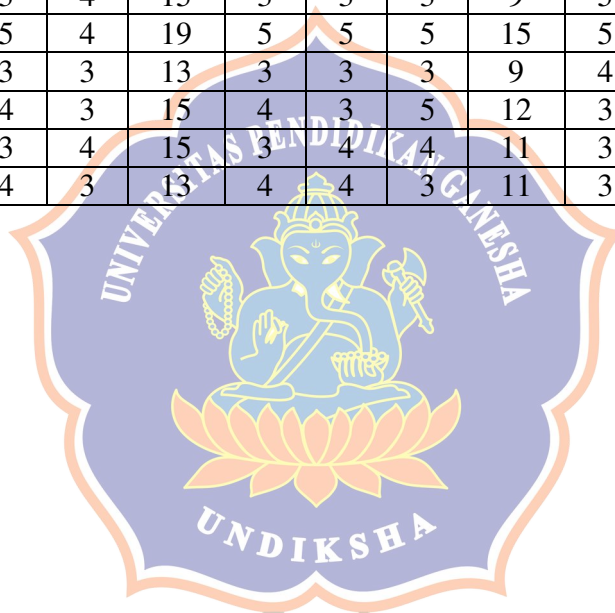
Brand Ambassador (X ₁)					Kualitas Produk (X ₂)				Keputusan Pembelian (Y)			
X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	Total	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	Total	Y _{1.1}	Y _{1.2}	Y _{1.3}	Total
3	4	4	3	14	4	3	4	11	3	4	4	11
4	4	5	4	17	5	4	5	14	4	2	3	9
3	3	3	2	11	3	3	3	9	2	3	3	8
4	3	4	3	14	5	4	4	13	5	4	3	12
3	4	4	3	14	4	3	4	11	3	3	4	10
3	3	3	2	11	5	4	4	13	4	5	4	13
2	3	3	2	10	3	2	3	8	2	3	2	7
5	4	3	2	14	4	5	5	14	5	4	3	12
3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	10
4	4	4	4	16	4	2	3	9	4	4	4	12
2	2	2	1	7	2	2	2	6	2	2	2	6
3	3	2	2	10	5	4	5	14	2	3	4	9
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	2	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14
3	3	4	3	13	4	3	3	10	2	3	3	8
4	4	3	2	13	5	3	4	12	4	3	5	12
3	4	3	3	13	3	3	3	9	3	4	4	11
3	3	3	3	12	5	5	4	14	5	5	5	15
2	3	3	2	10	3	3	2	8	2	2	3	7
4	4	2	3	13	2	3	4	9	4	5	4	13
3	2	4	3	12	4	3	4	11	3	3	4	10
5	4	4	5	18	4	5	5	14	5	4	5	14
2	2	2	2	8	2	2	1	5	1	2	2	5
3	3	4	3	13	5	4	5	14	4	4	5	13
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	4	3	13	4	2	2	8	5	3	4	12
3	3	2	3	11	2	3	2	7	2	3	2	7
4	4	3	4	15	3	2	4	9	4	3	4	11
4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	4	5	12
3	3	5	5	16	5	4	4	13	5	3	4	12

Lampiran 07. Tabulasi Data Sampel Besar

Brand Ambassador (X ₁)					Kualitas Produk (X ₂)				Keputusan Pembelian (Y)			
X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	Total	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	Total	Y _{1.1}	Y _{1.2}	Y _{1.3}	Total
4	5	4	4	17	4	3	5	12	3	4	3	10
4	5	5	3	17	5	4	4	13	5	3	4	12
5	3	4	4	16	4	5	5	14	3	5	5	13
4	5	4	5	18	4	4	4	12	5	4	4	13
5	4	3	3	15	3	5	5	13	4	5	5	14
3	4	2	3	12	2	3	3	8	4	3	3	10
5	4	4	4	17	4	5	5	14	4	5	5	14
3	3	3	5	14	3	3	3	9	3	3	3	9
5	4	3	5	17	3	4	5	12	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	2	3	11	2	3	3	8	3	3	3	9
4	3	5	4	16	5	4	4	13	3	4	4	11
4	4	5	5	18	5	4	5	14	4	4	4	12
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
2	4	3	5	14	3	2	2	7	4	2	2	8
2	3	2	4	11	2	2	2	6	3	2	2	7
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	2	2	11	2	3	3	8	4	3	3	10
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	4	4	11
5	4	5	4	18	5	5	5	15	4	5	5	14
4	3	3	3	13	3	4	4	11	3	4	4	11
3	2	3	3	11	3	3	3	9	2	3	3	8
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	3	3	13	3	3	3	9	4	3	3	10
3	3	2	3	11	2	3	3	8	3	3	3	9
4	5	4	3	16	4	4	4	12	5	4	4	13
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
3	2	3	4	12	3	3	3	9	2	3	3	8
4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	4	13
3	3	4	4	14	4	3	3	10	3	3	3	9
3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	3	3	9
5	2	3	3	13	3	3	5	11	2	3	3	8
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	2	3	2	11	3	4	4	11	2	4	4	10
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	3	3	9

3	3	3	4	13	3	3	3	9	3	3	3	9
5	4	3	4	16	3	5	5	13	4	5	5	14
5	5	3	4	17	3	5	5	13	5	5	5	15
3	3	5	3	14	5	3	3	11	3	3	3	9
3	3	2	2	10	2	3	3	8	3	3	3	9
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
3	5	3	4	15	3	3	3	9	5	3	3	11
4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	4	13
4	4	2	3	13	2	4	5	11	4	4	4	12
2	3	3	2	10	3	2	2	7	3	2	2	7
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	5	3	4	16	3	4	4	11	5	4	4	13
4	3	3	4	14	3	4	4	11	3	4	4	11
4	4	3	3	14	3	4	4	11	4	4	4	12
5	4	3	5	17	3	5	5	13	4	5	5	14
2	3	3	3	11	3	2	2	7	3	2	2	7
3	4	3	3	13	3	3	3	9	4	3	3	10
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	3	4	15	3	4	4	11	4	4	4	12
5	3	4	5	17	4	5	5	14	3	5	5	13
2	3	3	4	12	3	2	2	7	3	2	2	7
3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	3	3	9
3	3	3	5	14	3	3	3	9	3	3	3	9
4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	4	13
2	3	3	3	11	3	2	2	7	3	2	2	7
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	4	4	12
4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	4	13
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	4	2	12	4	3	3	10	3	3	3	9
4	3	3	3	13	3	4	4	11	3	4	4	11
3	4	3	4	14	3	3	3	9	4	3	3	10
3	4	4	3	14	4	3	3	10	4	3	3	10
2	3	2	2	9	2	2	3	7	3	2	2	7
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	5	3	4	16	3	4	4	11	5	4	4	13
4	4	3	5	16	3	4	4	11	4	4	4	12
3	4	4	4	15	4	3	3	10	4	3	3	10
3	4	2	2	11	2	3	3	8	4	3	3	10
4	4	3	4	15	3	4	4	11	4	4	4	12
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9
5	4	4	4	17	4	3	5	12	4	3	3	10
3	5	3	5	16	3	3	3	9	5	3	3	11

5	4	4	4	17	4	5	5	14	4	5	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	3	3	9
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	5	4	18	5	4	4	13	5	4	4	13
2	3	4	3	12	4	2	2	8	3	2	2	7
4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	5	4	18	5	5	5	15	4	5	5	14
2	3	4	3	12	4	2	2	8	3	2	2	7
4	3	3	4	14	3	4	4	11	3	4	4	11
4	4	4	3	15	4	2	4	10	4	4	4	12
5	5	5	3	18	5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	5	5	18	5	4	4	13	4	4	4	12
3	5	3	4	15	3	3	3	9	5	3	3	11
5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	5	15
3	4	3	3	13	3	3	3	9	4	3	3	10
5	3	4	3	15	4	3	5	12	3	3	3	9
5	3	3	4	15	3	4	4	11	3	4	3	10
3	3	4	3	13	4	4	3	11	3	5	3	11



Lampiran 08. Hasil *Output* Perhitungan SPSS for Windows Versi 26.0

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas *Brand Ambassador* (X₁) Sampel Kecil

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.648**	.246	.533**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.190	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.648**	1	.280	.417*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000		.133	.022	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.246	.280	1	.568**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.190	.133		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.533**	.417*	.568**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.002	.022	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.771**	.721**	.713**	.850**	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).

Hasil Uji Validitas *Kualitas Produk* (X₂) Sampel Kecil

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.627**	.692**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.627**	1	.692**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.692**	.692**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.880**	.867**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) Sampel Kecil

		Correlations			
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.538**	.587**	.864**
	Sig. (2-tailed)		.002	.001	.000
	N	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.538**	1	.588**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.000
	N	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.587**	.588**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000
	N	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.864**	.817**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Hasil Uji Reliabilitas *Brand Ambassador* (X₁) Sampel Kecil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	4

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X₂) Sampel Kecil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.858	3

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X₂) Sampel Kecil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	3

Hasil Uji Validitas *Brand Ambassador* (X₁) Sampel Besar
Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Brand Ambassador
X1.1	Pearson Correlation	1	.379**	.428**	.392**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.379**	1	.313**	.386**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.428**	.313**	1	.319**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.392**	.386**	.319**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
Brand Ambassador	Pearson Correlation	.772**	.711**	.709**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas *Kualitas Produk* (X₂) Sampel Besar
Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Kualitas Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	.414**	.419**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.414**	1	.843**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.419**	.843**	1	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.716**	.899**	.905**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) Sampel Besar

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Keputusan Pembelian
Y1.1	Pearson Correlation	1	.412**	.477**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.412**	1	.951**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.477**	.951**	1	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.724**	.918**	.942**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Reliabilitas *Brand Ambassador* (X₁) Sampel Besar

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.701	4

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X₂) Sampel Besar

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	3

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) Sampel Besar

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	3

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

- *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

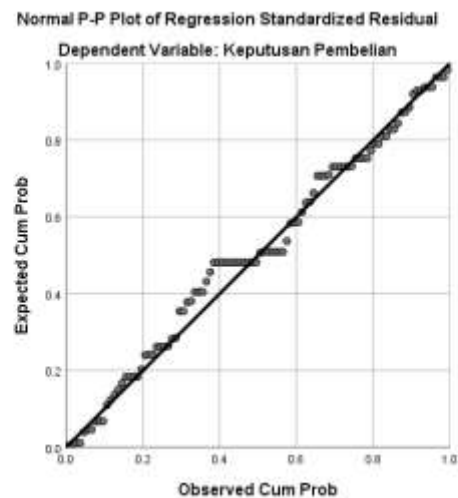
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.91057570
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.052
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.167 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

- Diagram P-Plot



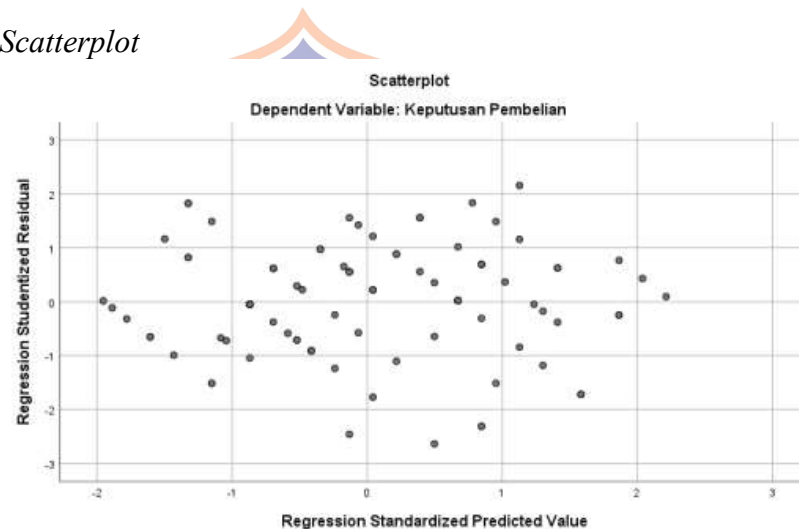
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.260	.613		.423	.673		
	Brand Ambassador	.331	.087	.373	3.826	.000	.236	4.245
	Kualitas Produk	.535	.097	.540	5.534	.000	.236	4.245

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

c. Uji Heteroskedastisitas

- Scatterplot



- Uji Glejser

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	5.396	1.085		4.973
	Brand Ambassador	.294	.164	.361	1.790
	Kualitas Produk	.102	.180	.114	.568

a. Dependent Variable: Abs_Res

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.260	.613		.423	.673		
	Brand Ambassador	.331	.087	.373	3.826	.000	.236	4.245
	Kualitas Produk	.535	.097	.540	5.534	.000	.236	4.245

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

4. Uji Hipotesis

- Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.260	.613		.423	.673		
	Brand Ambassador	.331	.087	.373	3.826	.000	.236	4.245
	Kualitas Produk	.535	.097	.540	5.534	.000	.236	4.245

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

- Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	357.669	2	178.834	174.637	.000 ^b
	Residual	99.331	97	1.024		
	Total	457.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Brand Ambassador

- Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.783	.778	1.01195

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Brand Ambassador

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 09. Dokumentasi Penelitian



