

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Annisa Dicku Febriani
Tempat/TanggalLahir : Jakarta, 15 Februari 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Jengki Gg-Alfalah rt006/002 kec.Makasar
Kel.Kebon Pala Jakarta Timur

Pendidikan

2019-2023 : Universitas Insan Cendekia Mandiri
2015-2017 : Sma N 1 Lawang Kidul Sumatera Selatan
2013-2015 : Smp N 02 Lawang Kidul Sumatera Selatan
2008-2013 : Sd N 25 Lawang Kidul Sumatera Selatan
2004 : TK Islam Sahabat Jakarta Timur

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI DAN
PERILAKU KONSUMEN SCARLETT WHITENING TERHADAP MEDIA
INSTAGRAM**

Dengan Hormat,

Saya yang bernama Annisa Dicku Febriani ialah Mahasiswi Program Studi Management Ekonomi Universitas Insan Cendekia Mandiri Bandung Raya.

Dengan ini saya memohon kepada Bapak/Ibu Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Saya menyadari bahwa penelitian ini sedikit banyaknya akan mengganggu aktivitas Bapak/Ibu Saudara/i, kuesioner ini hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian tugas akhir skripsi saya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Jakarta April 2023

Hormat Saya

Annisa Dicku Febriani

	satunya Fujianti Utami Putri					
3.	Scarlett Whitening memberikan pelayanan terbaik saat memesan secara online melalui media instagram.					
4.	Scarlett Whitening adalah produk lokal yang sering di promosikan oleh banyak selebritis.					
5.	Owner dari Scarlett Whitening adalah aktris indonesia yang sangat terkenal sehingga produknya dapat mudah dikenali.					

2. Minat Beli

Tabel 5.2 Minat Beli

1.	Perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas guna menarik minat beli konsumen.					
2.	Minat beli terhadap produk Scarlett Whitening selalu dan semakin meningkat.					
3.	Konsumen selalu membeli produk Scarlett Whitening karena memiliki kualitas yang sangat bagus.					

3. Perilaku Konsumen

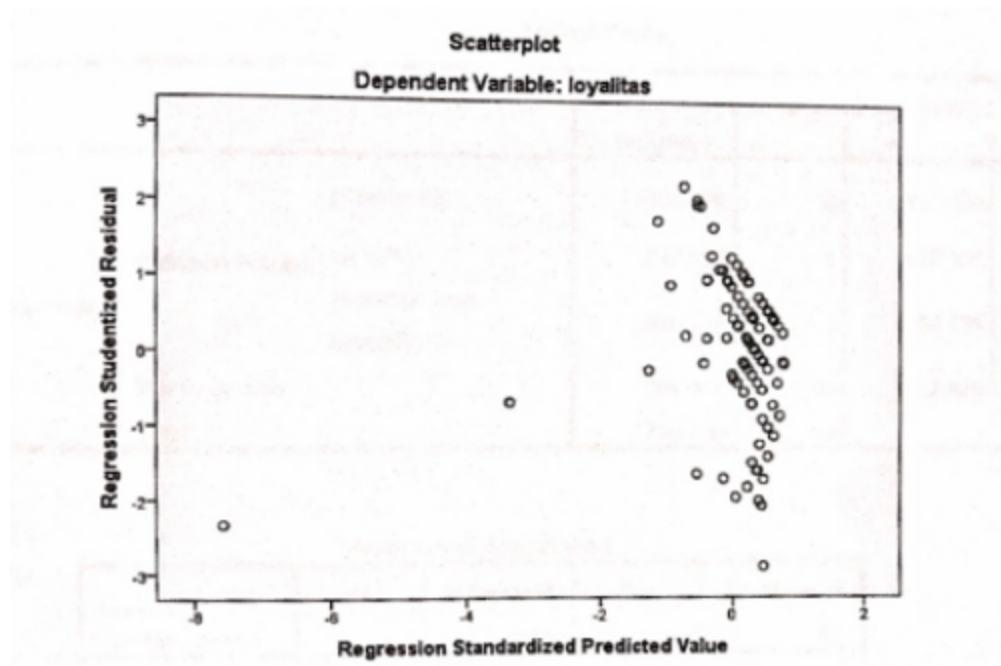
Tabel 5.3 Perilaku Konsumen

1.	Perilaku Konsumen terhadap pembelian pada produk Scarlett Whitening					
2.	Perilaku konsumen sesudah membeli produk scarlett whitening dan membeli lagi.					
3.	Kepuasan konsumen terhadap produk scarlett whitening					
4.	Pemberian bintang 5 pada produk scarlett whitening.					

5 Media Instagram

Tabel 5.4 Media Instagram

1.	Kemudahan saat memesan produk scarlett whitening pada media instagram.					
2.	Ketertarikan saat melihat iklan scarlett pada media instagram.					
3.	Media instagram memudahkan konsumen untuk memilih varian produk scarlett whitening.					



Report

Loyalitas

merek	Mean	N	Std. Deviation
6	8.00	1	.
12	37.00	1	.
18	32.33	6	7.174
24	36.57	7	2.507
25	37.29	7	3.039
26	36.50	2	.707
27	37.25	4	3.594
28	37.00	15	2.752
29	37.79	24	1.911
30	38.03	33	1.976
Total	36.95	100	4.179

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
(Constant)	4.858	2.536		1.916	.058					
Merek	.207	.081	.202	2.569	.012	.599	.254	.159	.622	1.607
Pelayanan	.267	.086	.322	3.115	.002	.731	.303	.193	.361	2.770
Kepercayaan	.507	.133	.374	3.809	.000	.732	.362	.236	.399	2.508

a. Dependent Variable: loyalitas

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	merek	pelayanan	kepercayaan
1	1	3.980	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.011	18.927	.29	.79	.00	.01
	3	.006	24.827	.71	.18	.11	.22
	4	.003	38.511	.00	.03	.89	.76

a. Dependent Variable: loyalitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	1024.096	9	113.788	14.533	.000
Between Groups					
Linearity	620.190	1	620.190	79.212	.000
Deviation from Linearity	403.906	8	50.488	6.448	.000
Within Groups	704.654	90	7.829		
Total	1728.750	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
loyalitas * merek	.599	.359	.770	.592

Report

Loyalitas			
pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
10	8.00	1	.
30	24.00	2	.000
38	37.50	2	3.536
40	36.00	2	5.657
43	37.00	1	.
44	37.40	10	2.797
45	38.33	6	1.033
46	36.33	6	3.830
47	37.86	29	1.977
48	38.08	13	1.801
49	36.73	11	2.724
50	37.41	17	2.181
Total	36.95	100	4.179

Variabel Penelitian	<i>Alpha Cronbach's</i>	Kesimpulan
Brand Ambassador (X)	0,820	Reliabel
Minat Beli (Y1)	0,952	Reliabel
Perilaku Konsumen (Y2)	0,975	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, (2023)

Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Valid	Tidak Valid
Brand Ambassador	7	7	0
Minat Beli	12	12	0
Perilaku Konsumen	8	8	0

Sumber : Data primer yang telah diolah, (2023)

Kepuasan Pelanggan(Y)

X.17	X.18	X.19	X.20	X.21	X.22	X.23	X.24	X.25	X.26	X.27	X.28	X.29	Total X
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	141
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	137
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	127
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	124
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	107
5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	119
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	120
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122
5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	126
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	120
5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	127
5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	124
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	120
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	123
4	4	5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	114
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	113
5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	117
5	5	4	4	4	4	3	5	3	3	5	5	2	112
5	5	4	4	4	4	3	5	3	3	5	5	2	112
4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	111
5	5	2	5	4	4	3	1	1	4	4	4	2	94
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	112

Minat Beli X

X.17	X.18	X.19	X.20	X.21	X.22	X.23	X.24	X.25	X.26	X.27	X.28	X.29	Total X
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	141
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	137
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	127
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	124
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	107
5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	119
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	120
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122
5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	126
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	120
5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	127
5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	124
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	120
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	123
4	4	5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	114
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	113
5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	117
5	5	4	4	4	4	3	5	3	3	5	5	2	112
5	5	4	4	4	4	3	5	3	3	5	5	2	112
4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	111
5	5	2	5	4	4	3	1	1	4	4	4	2	94
4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	112

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
loyalitas * kepercayaan		(Combined)	1233.846	9	137.094	24.931	.000
	Between	Linearity	925.114	1	925.114	168.235	.000
	Groups	Deviation from Linearity	308.732	8	38.591	7.018	.000
	Within Groups		494.904	90	5.499		
	Total		1728.750	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
loyalitas * kepercayaan	.732	.535	.845	.714

Tabel 4.8 Jawaban responden

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	54	55%
2.	Setuju	22	43%
3.	Netral	20	1%
4.	Tidak Setuju	4	1%
5.	Sangat Tidak Setuju	10	-
Total		110	100%

Sumber : Data yang di Olah (2023)