

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Pnelitian

Pengaruh *Influencer*, *Brand Image*, dan *Consumer Trust* terhadap *Purchase Intention Skincare Skintific* pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya

A. Tujuan
Angket ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai pengaruh <i>Influencer</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention skincare Skintific</i> pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
Data yang diberikan responden akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.
B. Petunjuk Pengisian
Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.
SS = Sangat Setuju S = Setuju N = Netral TS = Tidak Setuju STS = Sangat Tidak Setuju
C. Identitas Responden
Nama/Inisial: _____ Usia: _____ Jenis kelamin: _____ Program studi: _____ Angkatan: _____ Kelas (Pagi/Sore): _____
D. Seleksi Responden
1. Apakah Anda berstatus sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya? ☐ Ya ☐ Tidak
2. Apakah Anda mengetahui brand <i>skincare</i> Skintific? ☐ Ya ☐ Tidak
3. Apakah Anda pernah melihat atau menerima informasi mengenai produk Skintific, baik melalui media sosial, <i>influencer</i> , teman, maupun saluran promosi lainnya? ☐ Ya ☐ Tidak
Catatan: Responden yang menjawab “Tidak” pada salah satu pertanyaan di atas tidak melanjutkan pengisian kuesioner.

1. Influencer (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X1.1	Saya mengetahui Nicholas Saputra sebagai figur publik yang mempromosikan produk Skintific.					
X1.2	Saya percaya bahwa Nicholas Saputra memiliki citra yang dapat dipercaya dalam mempromosikan produk Skintific.					
X1.3	Penampilan dan gaya komunikasi Nicholas Saputra dalam promosi Skintific menarik perhatian saya.					
X1.4	Promosi Skintific yang menampilkan Nicholas Saputra membuat saya tertarik untuk membeli produk Skintific..					

2. Brand Image (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X2.1	Saya menilai Skintific memiliki reputasi yang baik sebagai merek perawatan kulit.					
X2.2	Saya menilai produk Skintific memiliki kualitas dan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan kulit.					
X2.3	Saya menilai pengguna produk Skintific memiliki citra sebagai konsumen yang peduli terhadap perawatan kulit.					

3. Consumer Trust (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X3.1	Saya yakin produk Skintific mampu memenuhi kebutuhan perawatan kulit saya.					
X3.2	Saya percaya bahwa Skintific memperhatikan keamanan dan kebutuhan konsumennya.					
X3.3	Saya percaya bahwa Skintific menyampaikan informasi produk secara jujur dan konsisten.					

4. Purchase Intention (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Y.1	Saya cenderung memiliki niat untuk membeli produk Skintific.					
Y.2	Saya bersedia merekomendasikan produk Skintific kepada orang lain yang membutuhkan produk perawatan kulit.					
Y.3	Saya cenderung menjadikan produk Skintific sebagai salah satu pilihan utama dibandingkan merek perawatan kulit lainnya.					
Y.4	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai produk					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Skintific sebelum memutuskan untuk membeli.					

Lampiran 2 Indikator Pn eleitian

Judul	Pengaruh <i>Influencer</i> , <i>Brand Image</i> dan <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention Skincare Skintific</i> pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya
Nama	Nadya Nur Kholifah
NIM	20221221022
Prodi	Manajemen

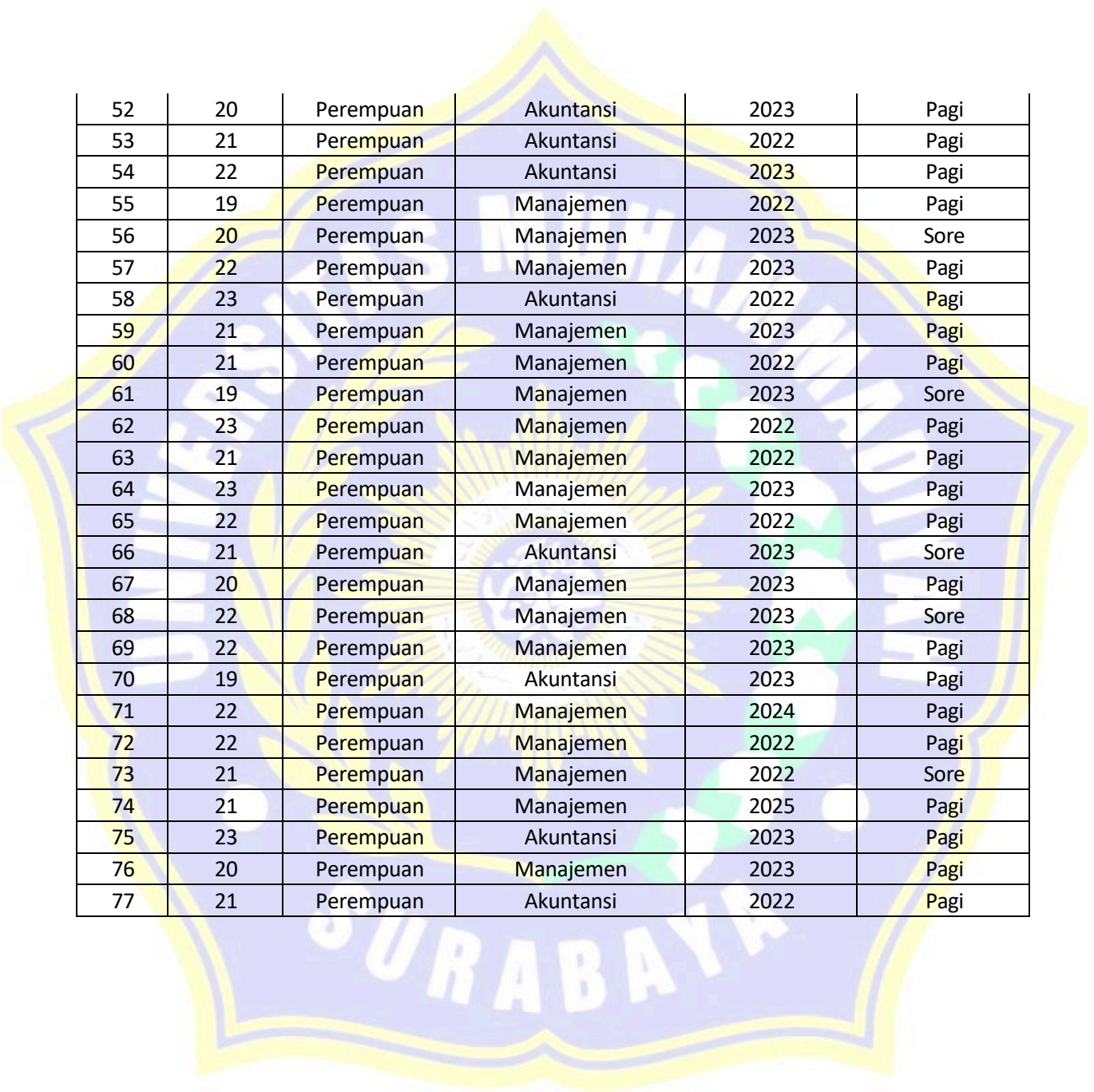
No	Nama Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Skala Likert & Skor	Keterangan
1	<i>Influencer</i> (X1)	1. <i>Visibility</i>	1	SS-S-N-TS-STS 5-4-3-2-1	X1=4 indikator
		2. <i>Credibility</i>	1		
		3. <i>Attraction</i>	1		
		4. <i>Power</i>	1		
2	<i>Brand Image</i> (X2)	1. Citra Pembuat	1	SS-S-N-TS-STS 5-4-3-2-1	X2=3 indikator
		2. Citra Produk	1		
		3. Citra Pemakai	1		
3	<i>Consumer Trust</i> (X3)	1. <i>Ability</i>	1	SS-S-N-TS-STS 5-4-3-2-1	X3=3 indikator
		2. <i>Benevolence</i>	1		
		3. <i>Integrity</i>	1		
4	<i>Purchase Intention</i> (Y)	1. Minat Transaksional	1	SS-S-N-TS-STS 5-4-3-2-1	Y=4 indikator
		2. Minat Referensial	1		
		3. Minat Preferensial	1		
		4. Minat Eksploratif	1		

Surabaya, 2026
Penulis,

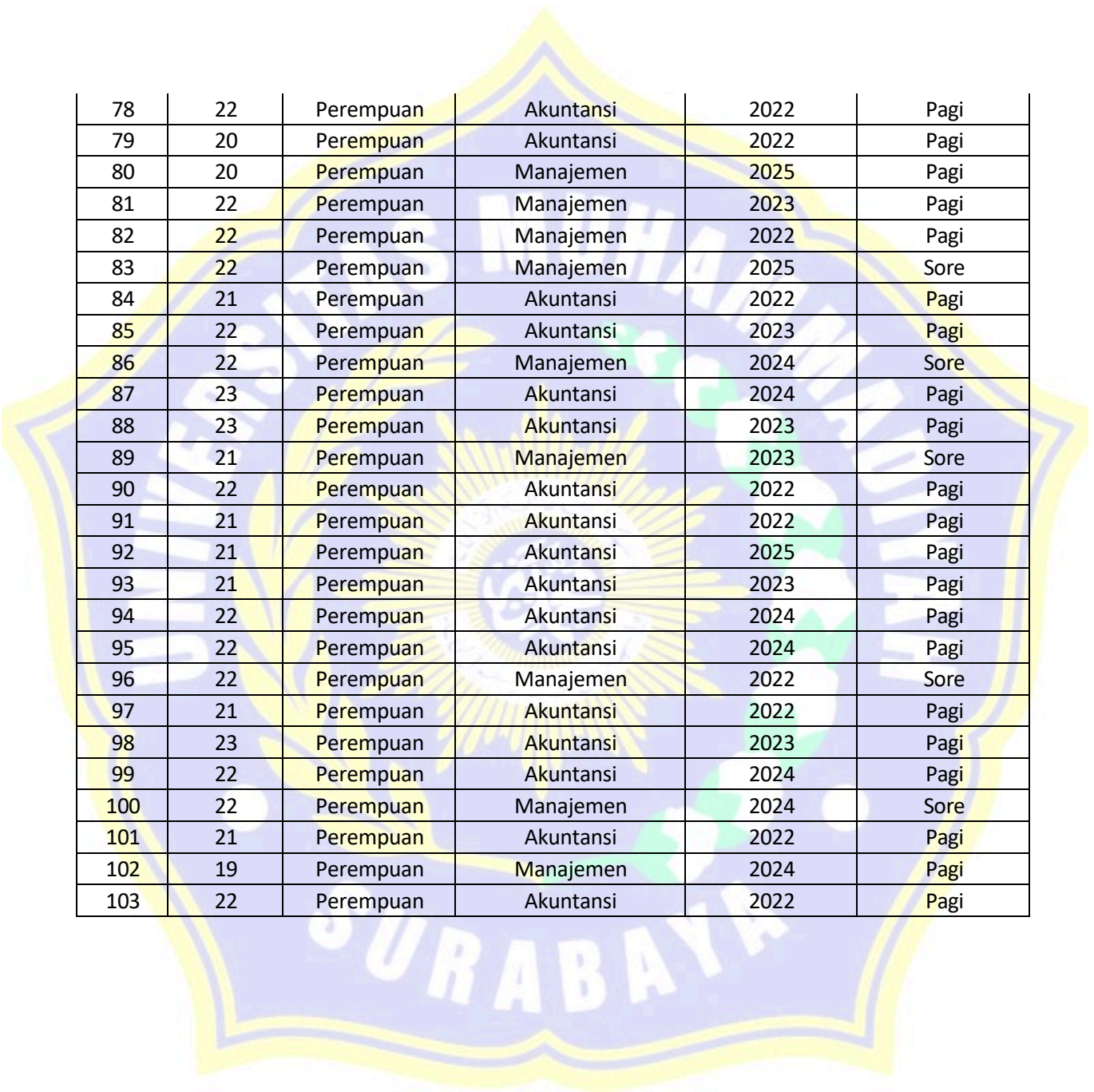
(Nadya Nur Kholifah)

No	Usia	Jenis Kelamin	Program Studi	Angkatan	Kelas
1	23	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
2	22	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
3	23	Perempuan	Akuntansi	2025	Pagi
4	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
5	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
6	20	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
7	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
8	21	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
9	22	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
10	23	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi
11	20	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
12	22	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
13	20	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
14	21	Perempuan	Manajemen	2023	Sore
15	20	Perempuan	Manajemen	2023	Sore
16	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
17	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
18	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
19	23	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
20	20	Perempuan	Akuntansi	2022	Sore
21	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
22	20	Perempuan	Akuntansi	2025	Sore
23	20	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi
24	19	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
25	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi

26	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
27	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
28	21	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
29	23	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
30	23	Perempuan	Akuntansi	2025	Sore
31	23	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
32	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
33	21	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
34	22	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
35	19	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
36	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
37	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
38	21	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
39	21	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
40	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
41	20	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi
42	23	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
43	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
44	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
45	23	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
46	21	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
47	22	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
48	20	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
49	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
50	21	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
51	22	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi



52	20	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
53	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
54	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
55	19	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
56	20	Perempuan	Manajemen	2023	Sore
57	22	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
58	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
59	21	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
60	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
61	19	Perempuan	Manajemen	2023	Sore
62	23	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
63	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
64	23	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
65	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
66	21	Perempuan	Akuntansi	2023	Sore
67	20	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
68	22	Perempuan	Manajemen	2023	Sore
69	22	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
70	19	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
71	22	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi
72	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
73	21	Perempuan	Manajemen	2022	Sore
74	21	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
75	23	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
76	20	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
77	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi

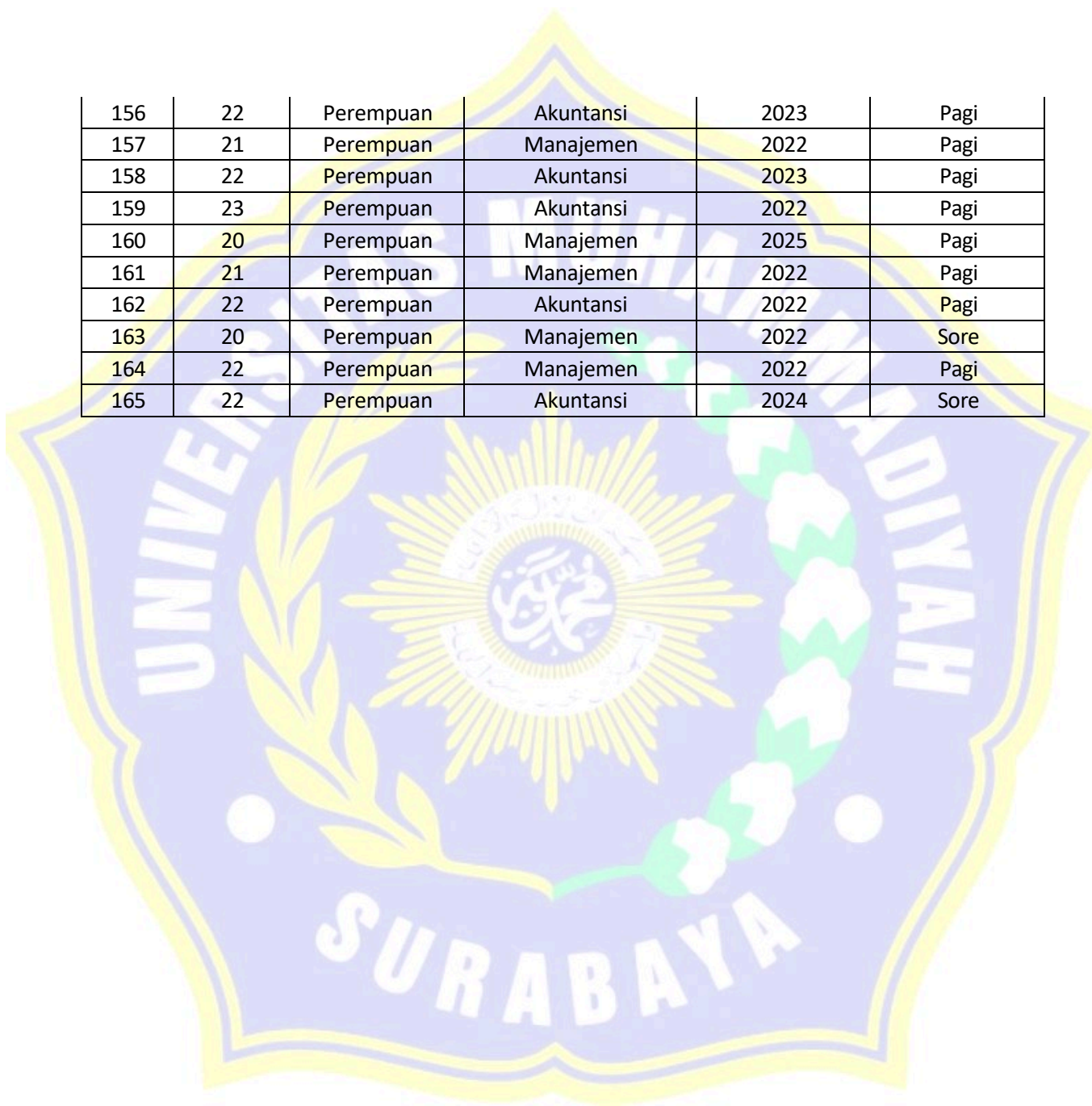


78	22	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
79	20	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
80	20	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
81	22	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
82	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
83	22	Perempuan	Manajemen	2025	Sore
84	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
85	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
86	22	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
87	23	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
88	23	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
89	21	Perempuan	Manajemen	2023	Sore
90	22	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
91	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
92	21	Perempuan	Akuntansi	2025	Pagi
93	21	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
94	22	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
95	22	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
96	22	Perempuan	Manajemen	2022	Sore
97	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
98	23	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
99	22	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
100	22	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
101	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
102	19	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi
103	22	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi

104	22	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
105	23	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
106	21	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
107	21	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
108	22	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
109	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
110	21	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
111	21	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
112	19	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
113	21	Perempuan	Manajemen	2022	Sore
114	21	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
115	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
116	22	Perempuan	Akuntansi	2022	Sore
117	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
118	22	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
119	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
120	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Sore
121	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
122	19	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
123	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
124	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
125	20	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
126	21	Perempuan	Akuntansi	2024	Sore
127	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Sore
128	19	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
129	20	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi

130	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
131	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Sore
132	23	Perempuan	Akuntansi	2024	Pagi
133	23	Perempuan	Akuntansi	2025	Sore
134	21	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi
135	21	Perempuan	Manajemen	2024	Sore
136	22	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
137	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
138	23	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
139	21	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
140	21	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
141	22	Perempuan	Akuntansi	2025	Sore
142	20	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
143	21	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
144	23	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
145	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
146	21	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi
147	23	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
148	19	Perempuan	Akuntansi	2023	Sore
149	21	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
150	23	Perempuan	Manajemen	2023	Pagi
151	23	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
152	23	Perempuan	Manajemen	2023	Sore
153	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
154	22	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
155	22	Perempuan	Manajemen	2024	Pagi

156	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
157	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
158	22	Perempuan	Akuntansi	2023	Pagi
159	23	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
160	20	Perempuan	Manajemen	2025	Pagi
161	21	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
162	22	Perempuan	Akuntansi	2022	Pagi
163	20	Perempuan	Manajemen	2022	Sore
164	22	Perempuan	Manajemen	2022	Pagi
165	22	Perempuan	Akuntansi	2024	Sore



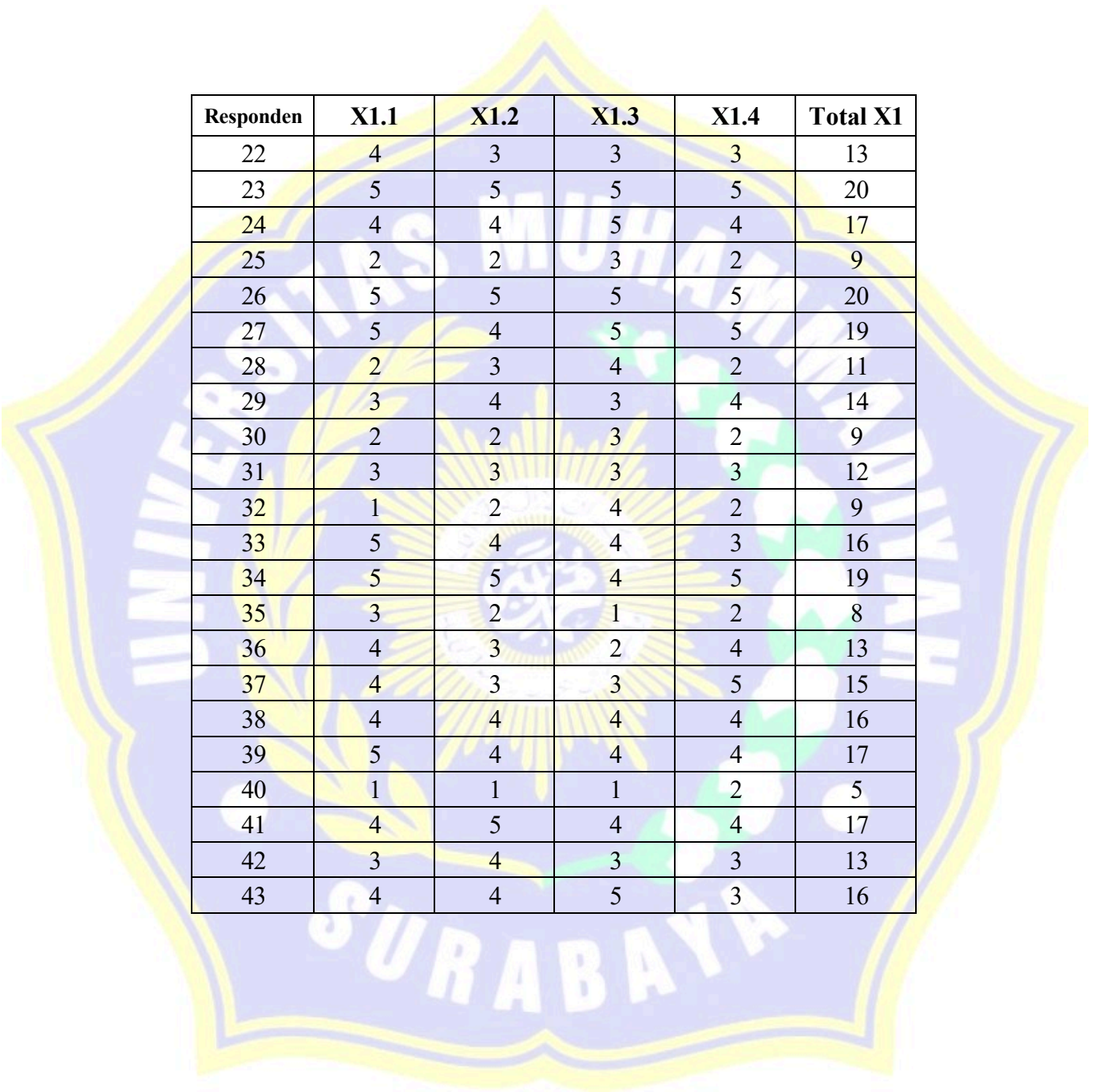
Lampiran 3 Tabulasi Responden 30 Uji Validitas dan Reliabilitas

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2_Total
1	3	3	4	3	13	4	5	4	13
2	3	5	4	4	16	5	5	4	14
3	3	4	4	4	15	4	3	3	10
4	3	2	4	4	13	3	2	2	7
5	4	5	3	5	17	3	3	4	10
6	5	5	5	5	20	3	5	4	12
7	3	3	2	3	11	4	5	5	14
8	4	4	3	4	15	3	4	2	9
9	4	4	5	5	18	5	4	4	13
10	4	4	3	3	14	4	4	4	12
11	3	4	4	3	14	4	3	5	12
12	3	3	3	3	12	4	4	4	12
13	5	5	5	4	19	4	4	4	12
14	4	3	5	4	16	4	4	3	11
15	4	2	4	4	14	5	5	5	15
16	4	4	4	4	16	2	3	3	8
17	5	5	5	5	20	5	4	5	14
18	5	5	4	5	19	3	3	3	9
19	5	4	5	5	19	4	3	4	11
20	5	3	3	4	15	4	4	5	13
21	4	5	4	4	17	4	2	3	9
22	4	4	5	5	18	4	4	4	12
23	4	4	3	4	15	5	3	3	11
24	4	5	5	5	19	4	4	4	12
25	3	3	4	4	14	4	4	5	13
26	4	3	4	3	14	5	5	5	15
27	5	4	4	5	18	4	5	5	14
28	4	2	3	4	13	3	4	4	11
29	5	5	5	4	19	4	4	4	12
30	4	4	2	4	14	4	4	4	12

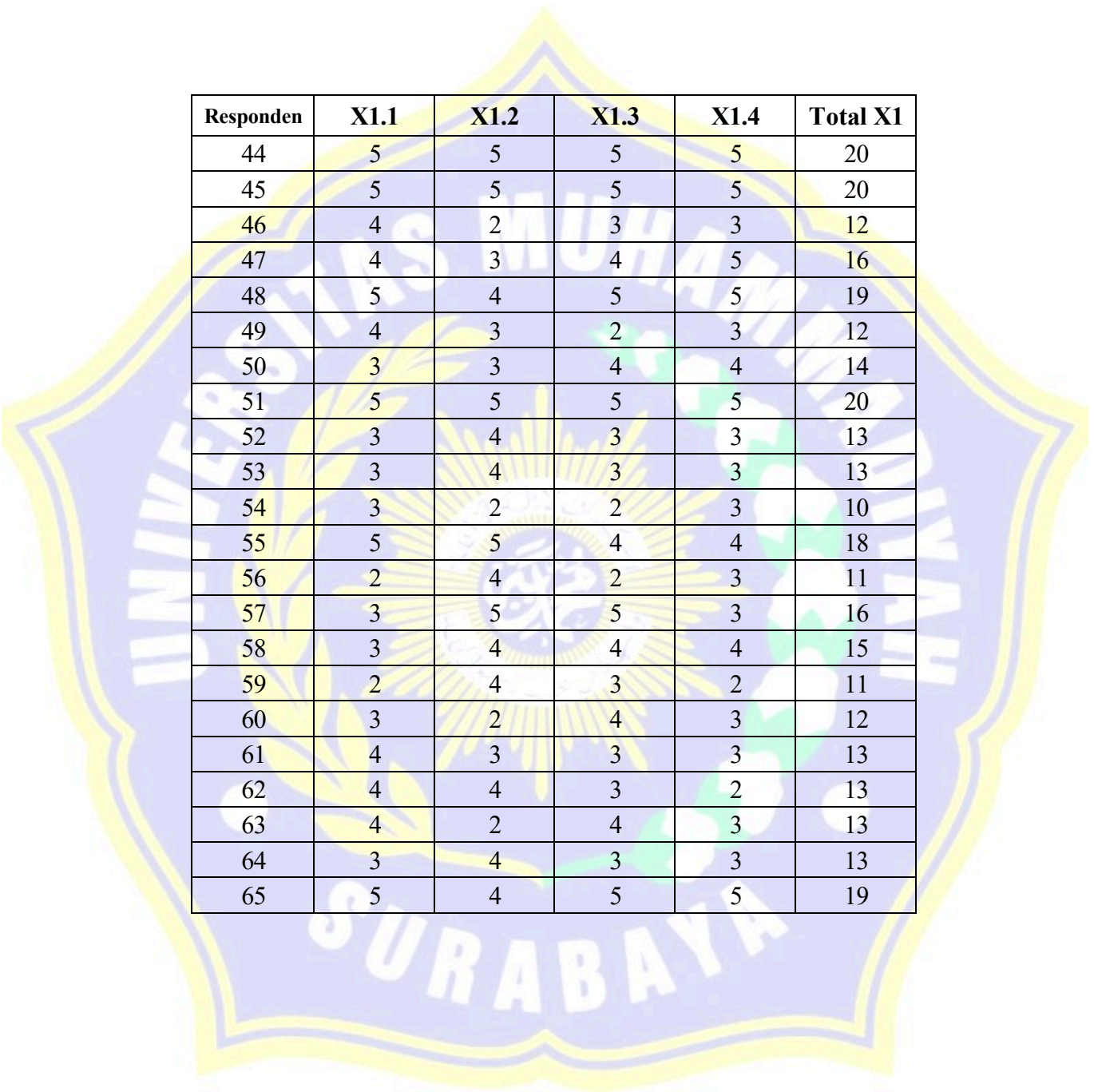
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3_Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y_Total
1	4	3	3	10	4	5	4	5	18
2	3	4	4	11	5	4	5	5	19
3	4	5	5	14	4	3	2	5	14
4	4	4	4	12	3	3	5	4	15
5	3	3	3	9	3	3	3	2	11
6	4	3	4	11	3	4	5	4	16
7	4	5	5	14	4	4	4	4	16
8	4	3	3	10	5	5	5	4	19
9	4	4	4	12	4	4	5	4	17
10	4	3	4	11	4	5	4	4	17
11	4	3	2	9	4	5	4	4	17
12	4	3	3	10	5	5	4	3	17
13	2	4	4	10	4	3	3	3	13
14	4	4	4	12	3	3	3	3	12
15	5	3	3	11	5	5	3	4	17
16	4	4	4	12	5	4	5	5	19
17	3	3	3	9	3	4	3	3	13
18	4	5	5	14	3	4	4	3	14
19	3	3	3	9	5	5	4	4	18
20	5	5	3	13	5	5	4	5	19
21	3	3	4	10	5	5	5	5	20
22	4	4	4	12	4	5	4	3	16
23	4	4	4	12	4	4	4	4	16
24	3	3	3	9	4	5	5	4	18
25	3	2	3	8	5	5	5	5	20
26	4	4	4	12	3	3	4	4	14
27	4	5	5	14	4	4	4	5	17
28	4	5	5	14	4	4	4	4	16
29	4	3	4	11	5	2	3	4	14
30	5	4	4	13	3	2	2	3	10

Lampiran 4 Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Influencer (X1)

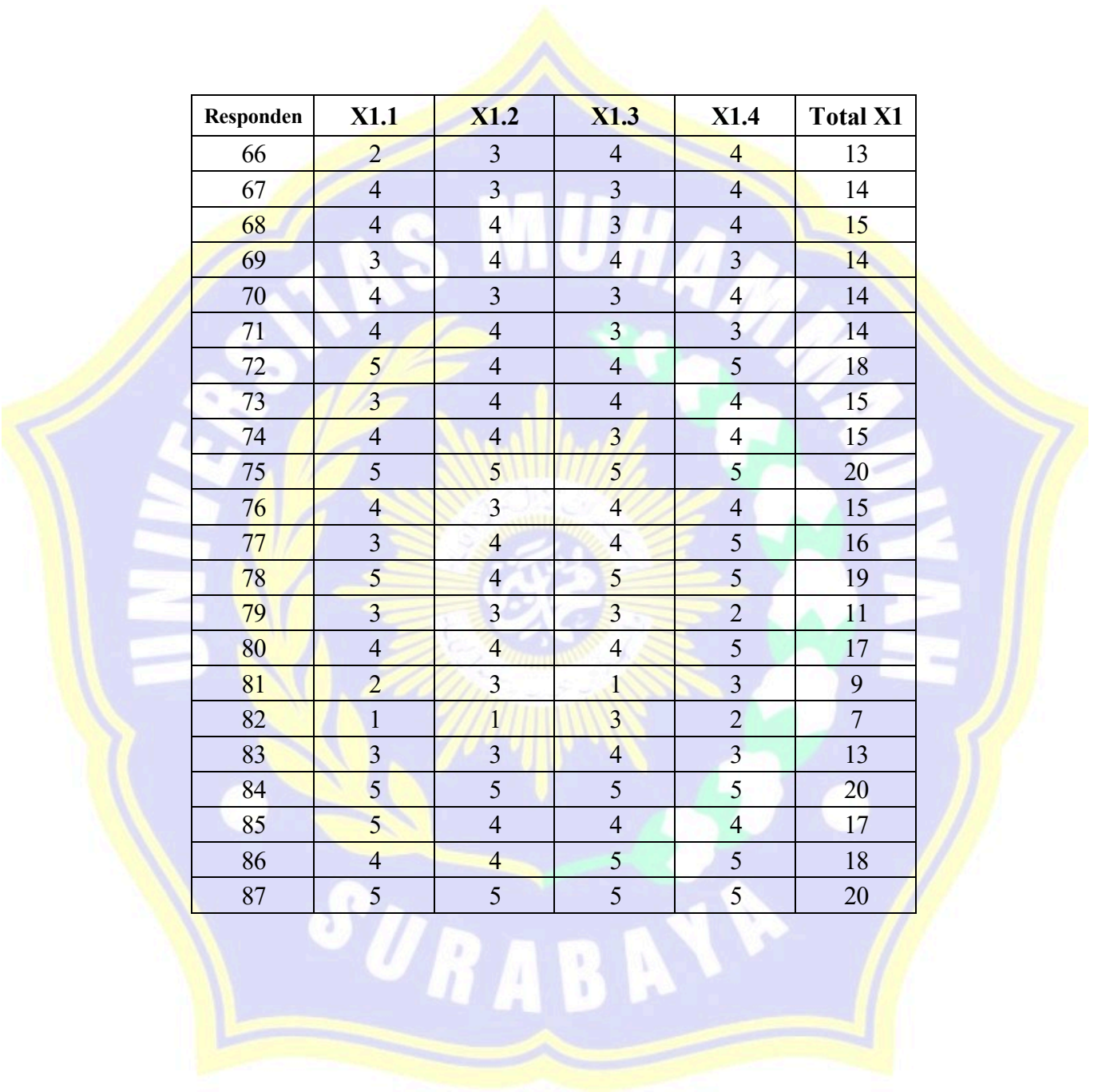
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
1	4	5	4	5	18
2	4	4	3	4	15
3	4	4	3	4	15
4	3	2	2	4	11
5	4	4	4	3	15
6	4	3	3	5	15
7	5	5	5	5	20
8	4	3	4	4	15
9	3	2	2	3	10
10	5	5	5	5	20
11	5	5	4	5	19
12	5	5	5	5	20
13	4	4	5	5	18
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	4	4	3	3	14
17	4	5	3	5	17
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	4	4	5	4	17
21	5	4	4	5	18



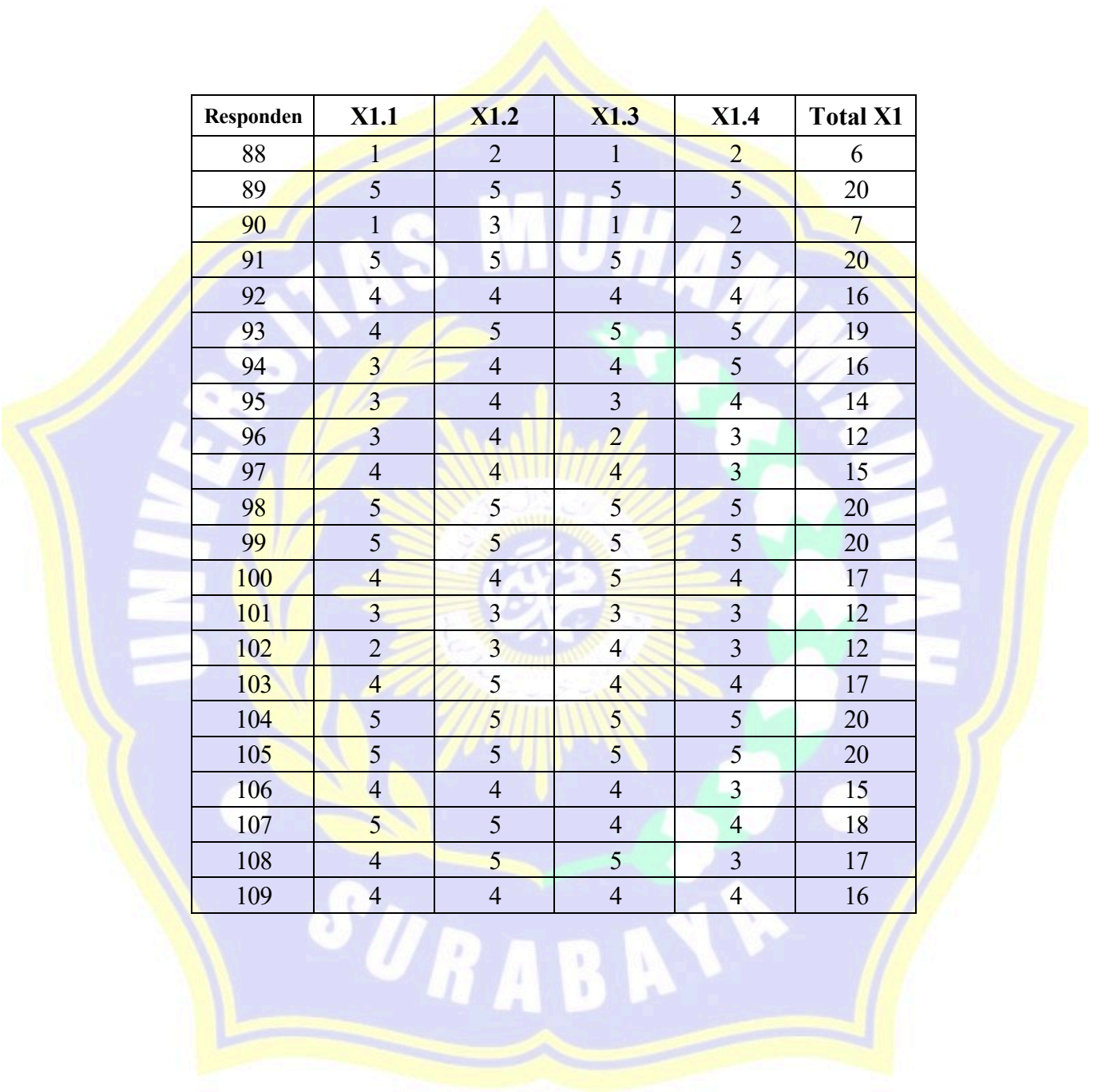
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
22	4	3	3	3	13
23	5	5	5	5	20
24	4	4	5	4	17
25	2	2	3	2	9
26	5	5	5	5	20
27	5	4	5	5	19
28	2	3	4	2	11
29	3	4	3	4	14
30	2	2	3	2	9
31	3	3	3	3	12
32	1	2	4	2	9
33	5	4	4	3	16
34	5	5	4	5	19
35	3	2	1	2	8
36	4	3	2	4	13
37	4	3	3	5	15
38	4	4	4	4	16
39	5	4	4	4	17
40	1	1	1	2	5
41	4	5	4	4	17
42	3	4	3	3	13
43	4	4	5	3	16



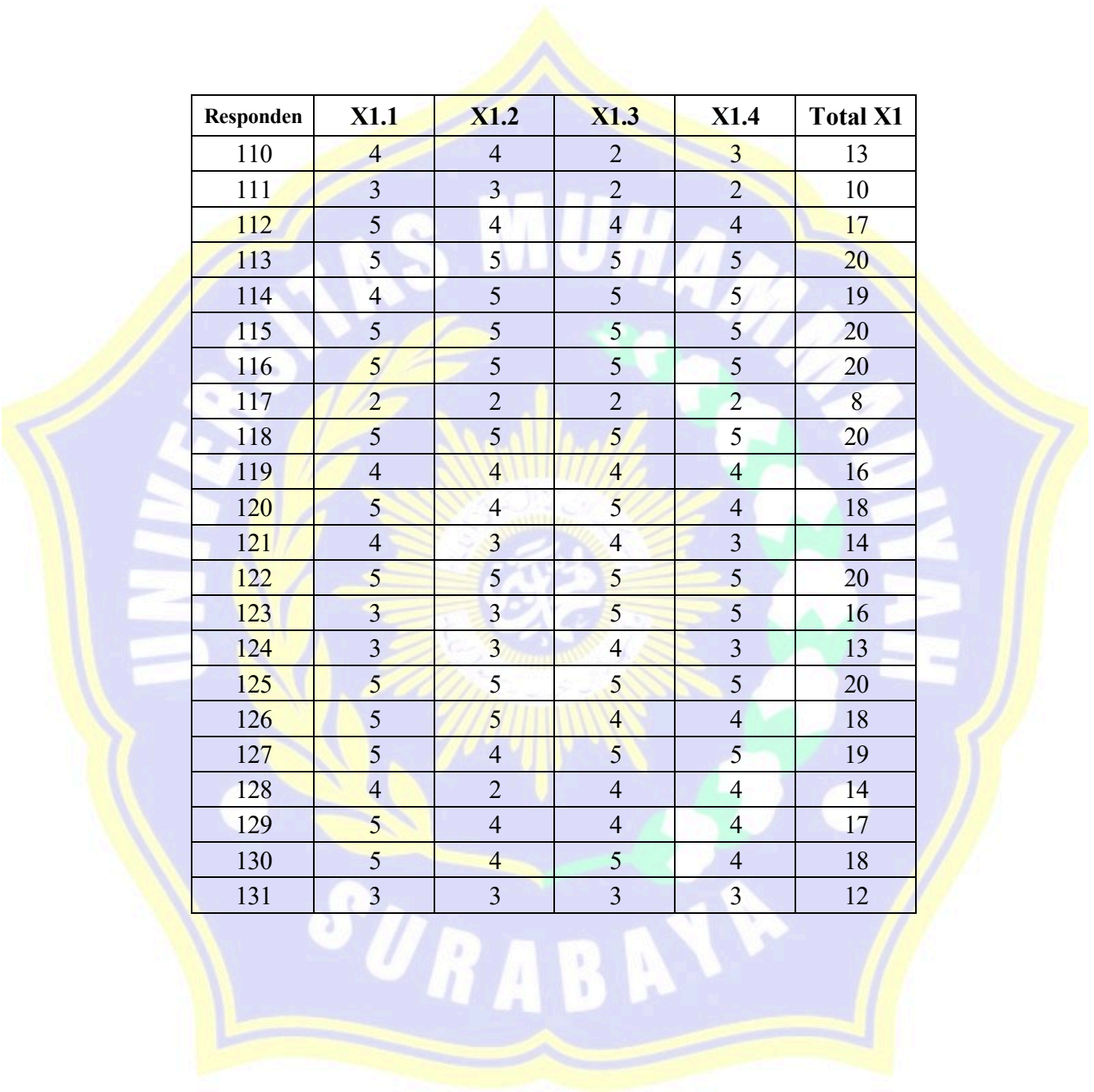
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
44	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20
46	4	2	3	3	12
47	4	3	4	5	16
48	5	4	5	5	19
49	4	3	2	3	12
50	3	3	4	4	14
51	5	5	5	5	20
52	3	4	3	3	13
53	3	4	3	3	13
54	3	2	2	3	10
55	5	5	4	4	18
56	2	4	2	3	11
57	3	5	5	3	16
58	3	4	4	4	15
59	2	4	3	2	11
60	3	2	4	3	12
61	4	3	3	3	13
62	4	4	3	2	13
63	4	2	4	3	13
64	3	4	3	3	13
65	5	4	5	5	19



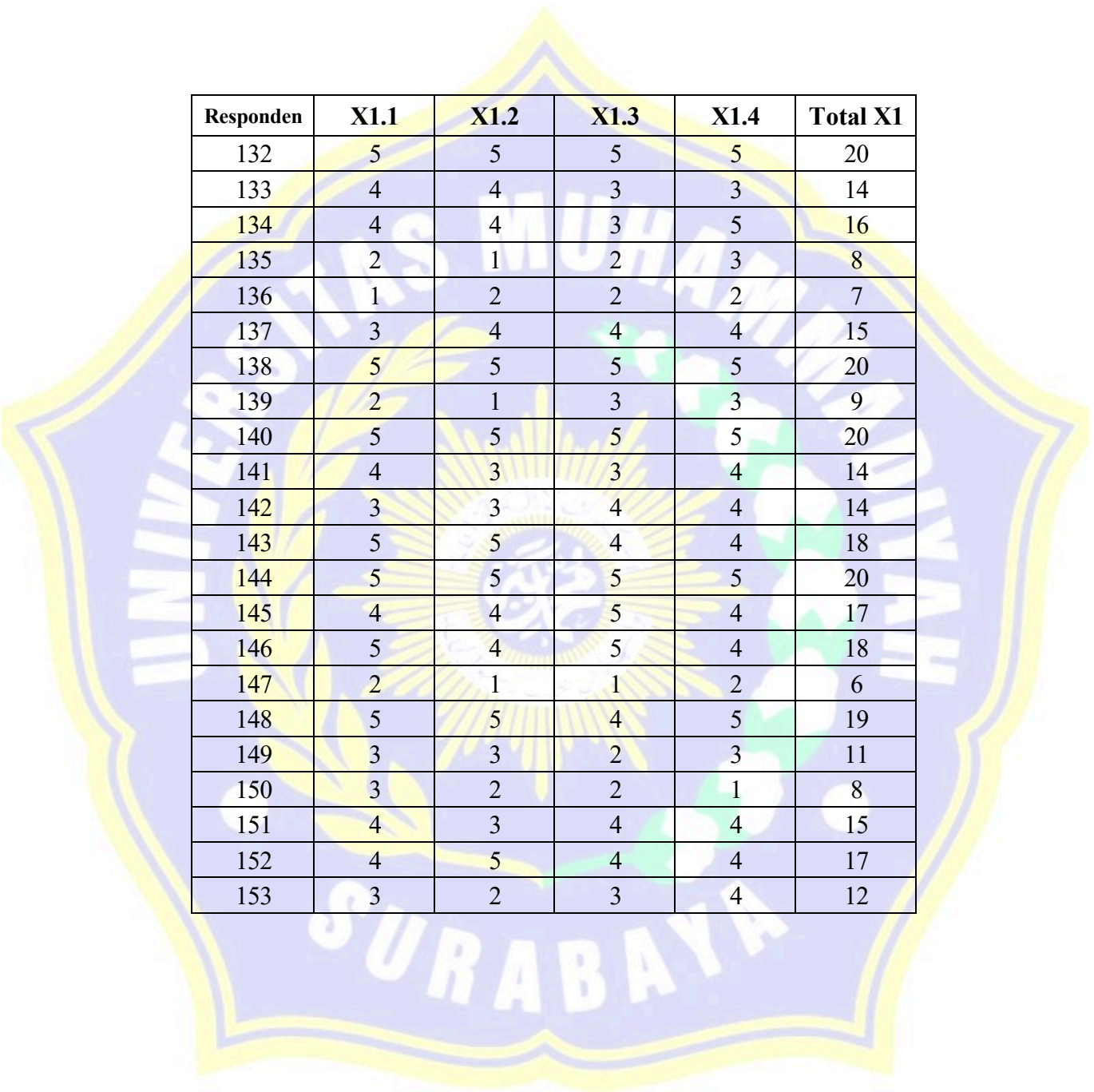
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
66	2	3	4	4	13
67	4	3	3	4	14
68	4	4	3	4	15
69	3	4	4	3	14
70	4	3	3	4	14
71	4	4	3	3	14
72	5	4	4	5	18
73	3	4	4	4	15
74	4	4	3	4	15
75	5	5	5	5	20
76	4	3	4	4	15
77	3	4	4	5	16
78	5	4	5	5	19
79	3	3	3	2	11
80	4	4	4	5	17
81	2	3	1	3	9
82	1	1	3	2	7
83	3	3	4	3	13
84	5	5	5	5	20
85	5	4	4	4	17
86	4	4	5	5	18
87	5	5	5	5	20



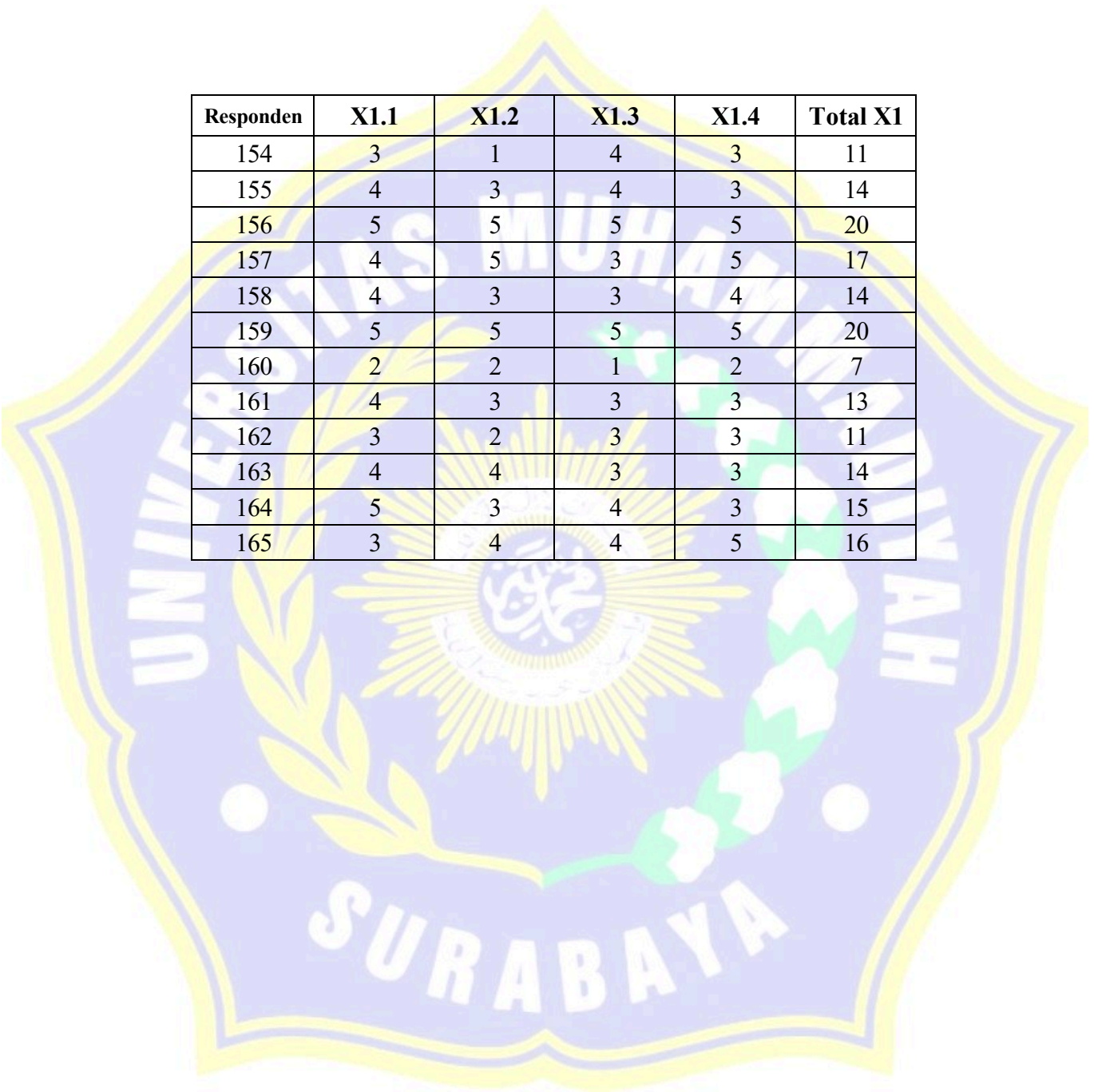
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
88	1	2	1	2	6
89	5	5	5	5	20
90	1	3	1	2	7
91	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	16
93	4	5	5	5	19
94	3	4	4	5	16
95	3	4	3	4	14
96	3	4	2	3	12
97	4	4	4	3	15
98	5	5	5	5	20
99	5	5	5	5	20
100	4	4	5	4	17
101	3	3	3	3	12
102	2	3	4	3	12
103	4	5	4	4	17
104	5	5	5	5	20
105	5	5	5	5	20
106	4	4	4	3	15
107	5	5	4	4	18
108	4	5	5	3	17
109	4	4	4	4	16



Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
110	4	4	2	3	13
111	3	3	2	2	10
112	5	4	4	4	17
113	5	5	5	5	20
114	4	5	5	5	19
115	5	5	5	5	20
116	5	5	5	5	20
117	2	2	2	2	8
118	5	5	5	5	20
119	4	4	4	4	16
120	5	4	5	4	18
121	4	3	4	3	14
122	5	5	5	5	20
123	3	3	5	5	16
124	3	3	4	3	13
125	5	5	5	5	20
126	5	5	4	4	18
127	5	4	5	5	19
128	4	2	4	4	14
129	5	4	4	4	17
130	5	4	5	4	18
131	3	3	3	3	12



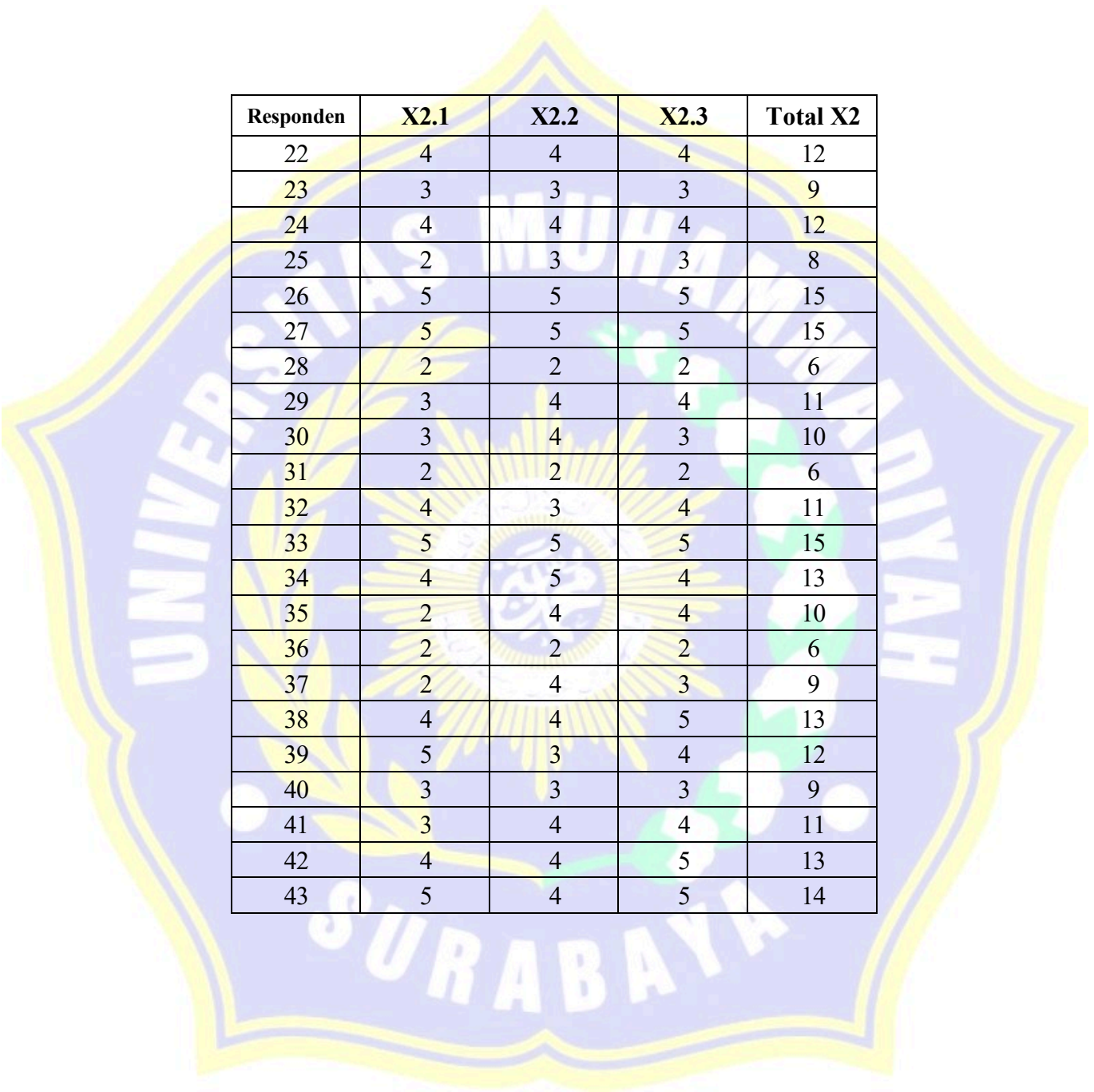
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
132	5	5	5	5	20
133	4	4	3	3	14
134	4	4	3	5	16
135	2	1	2	3	8
136	1	2	2	2	7
137	3	4	4	4	15
138	5	5	5	5	20
139	2	1	3	3	9
140	5	5	5	5	20
141	4	3	3	4	14
142	3	3	4	4	14
143	5	5	4	4	18
144	5	5	5	5	20
145	4	4	5	4	17
146	5	4	5	4	18
147	2	1	1	2	6
148	5	5	4	5	19
149	3	3	2	3	11
150	3	2	2	1	8
151	4	3	4	4	15
152	4	5	4	4	17
153	3	2	3	4	12



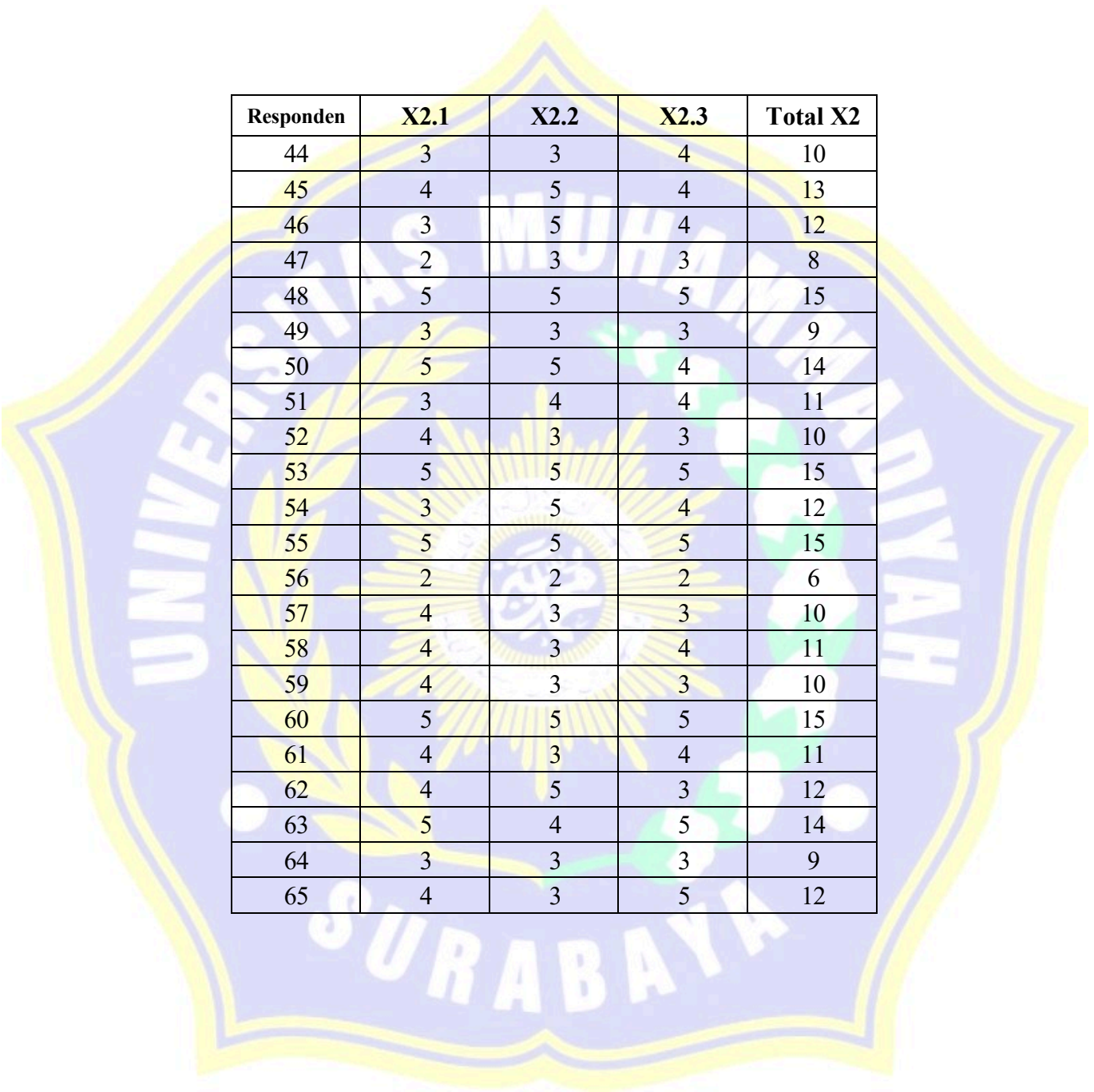
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
154	3	1	4	3	11
155	4	3	4	3	14
156	5	5	5	5	20
157	4	5	3	5	17
158	4	3	3	4	14
159	5	5	5	5	20
160	2	2	1	2	7
161	4	3	3	3	13
162	3	2	3	3	11
163	4	4	3	3	14
164	5	3	4	3	15
165	3	4	4	5	16

Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Brand Image (X2)

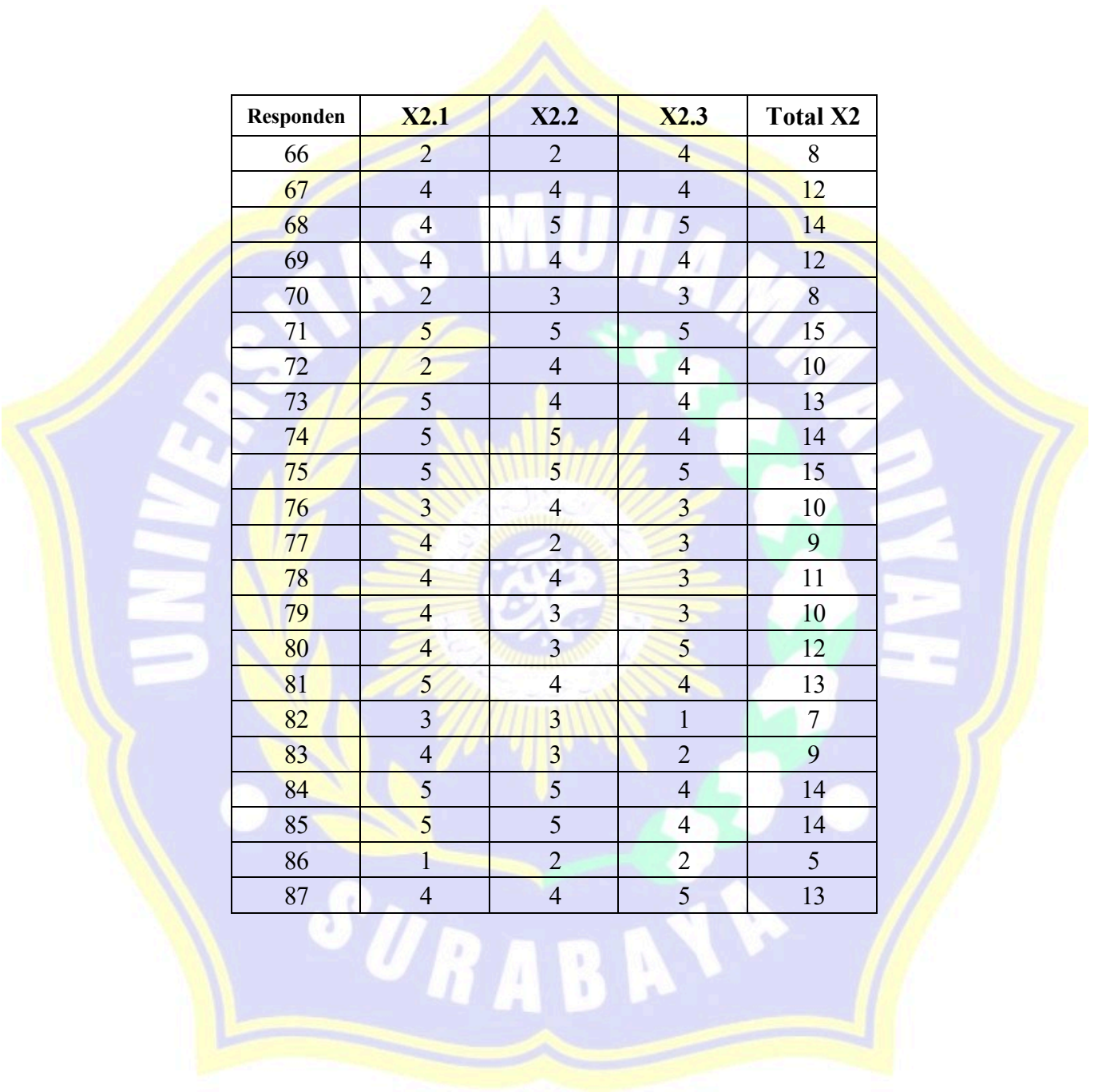
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
1	3	2	2	7
2	5	4	3	12
3	3	3	2	8
4	4	4	3	11
5	4	5	4	13
6	4	2	3	9
7	4	5	5	14
8	3	3	3	9
9	3	5	5	13
10	5	5	5	15
11	4	4	3	11
12	4	3	3	10
13	5	5	5	15
14	3	2	1	6
15	4	4	3	11
16	5	4	5	14
17	3	5	4	12
18	5	4	5	14
19	2	3	3	8
20	5	4	4	13
21	3	4	4	11



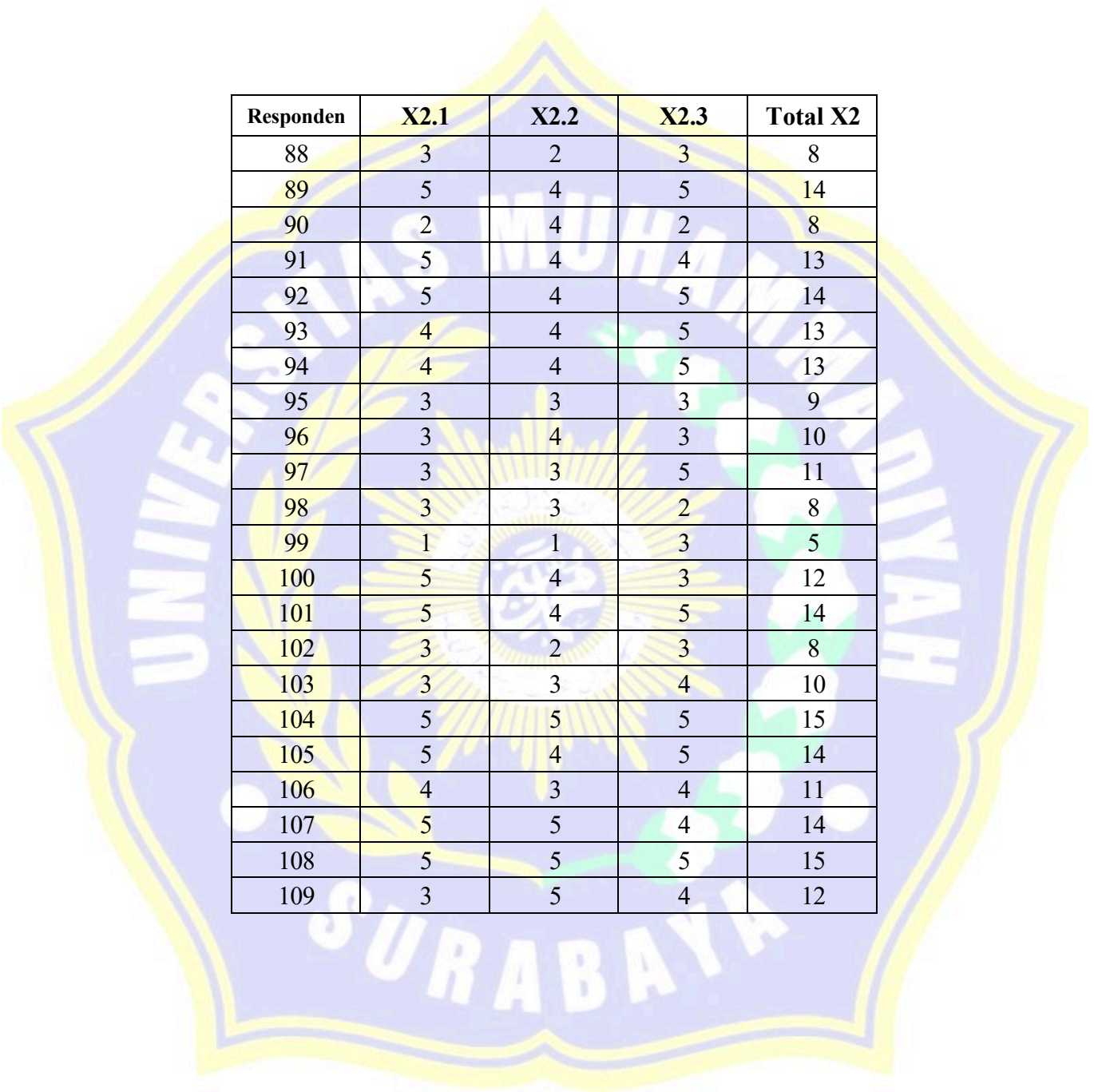
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
22	4	4	4	12
23	3	3	3	9
24	4	4	4	12
25	2	3	3	8
26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	2	2	2	6
29	3	4	4	11
30	3	4	3	10
31	2	2	2	6
32	4	3	4	11
33	5	5	5	15
34	4	5	4	13
35	2	4	4	10
36	2	2	2	6
37	2	4	3	9
38	4	4	5	13
39	5	3	4	12
40	3	3	3	9
41	3	4	4	11
42	4	4	5	13
43	5	4	5	14



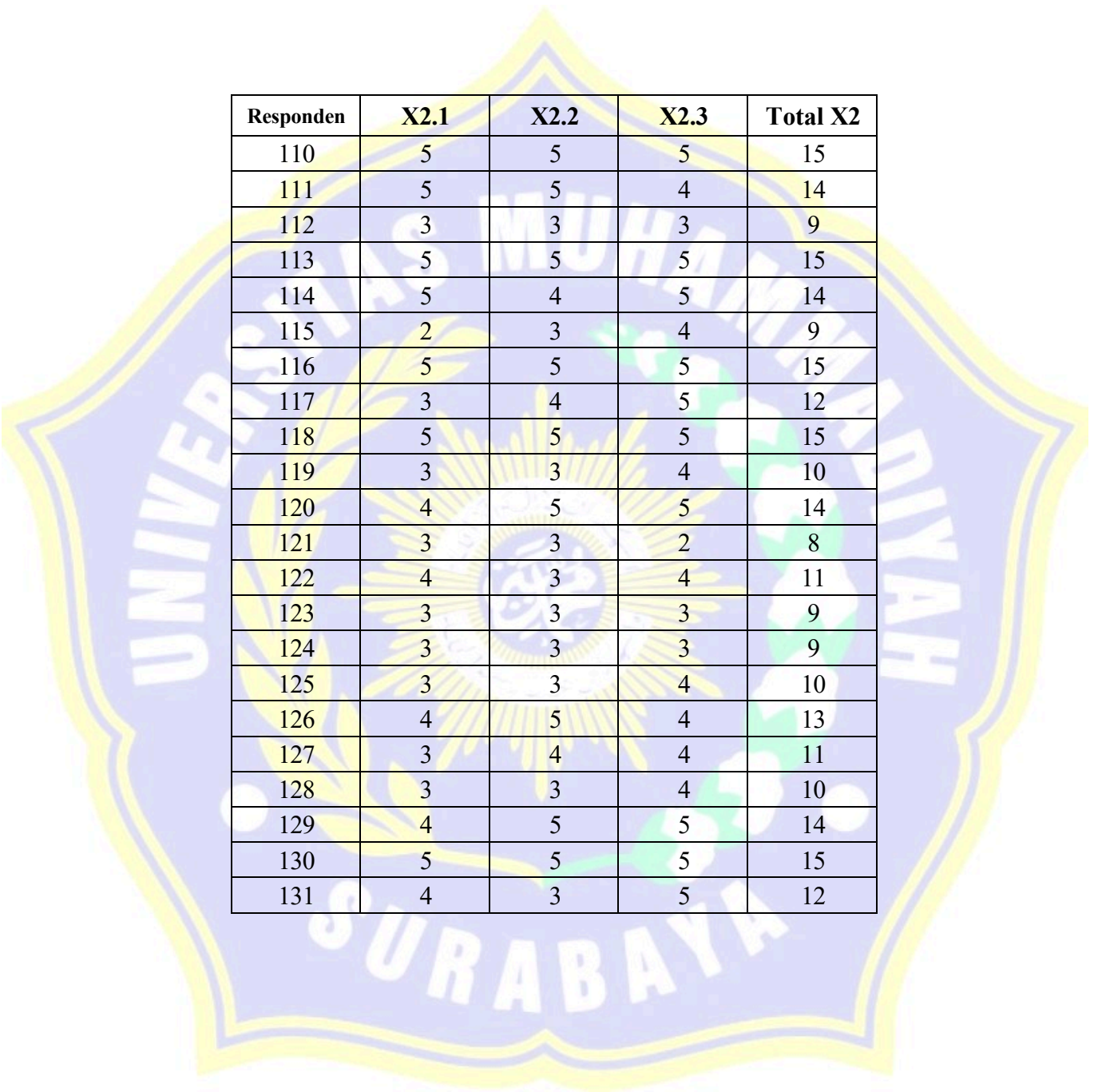
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
44	3	3	4	10
45	4	5	4	13
46	3	5	4	12
47	2	3	3	8
48	5	5	5	15
49	3	3	3	9
50	5	5	4	14
51	3	4	4	11
52	4	3	3	10
53	5	5	5	15
54	3	5	4	12
55	5	5	5	15
56	2	2	2	6
57	4	3	3	10
58	4	3	4	11
59	4	3	3	10
60	5	5	5	15
61	4	3	4	11
62	4	5	3	12
63	5	4	5	14
64	3	3	3	9
65	4	3	5	12



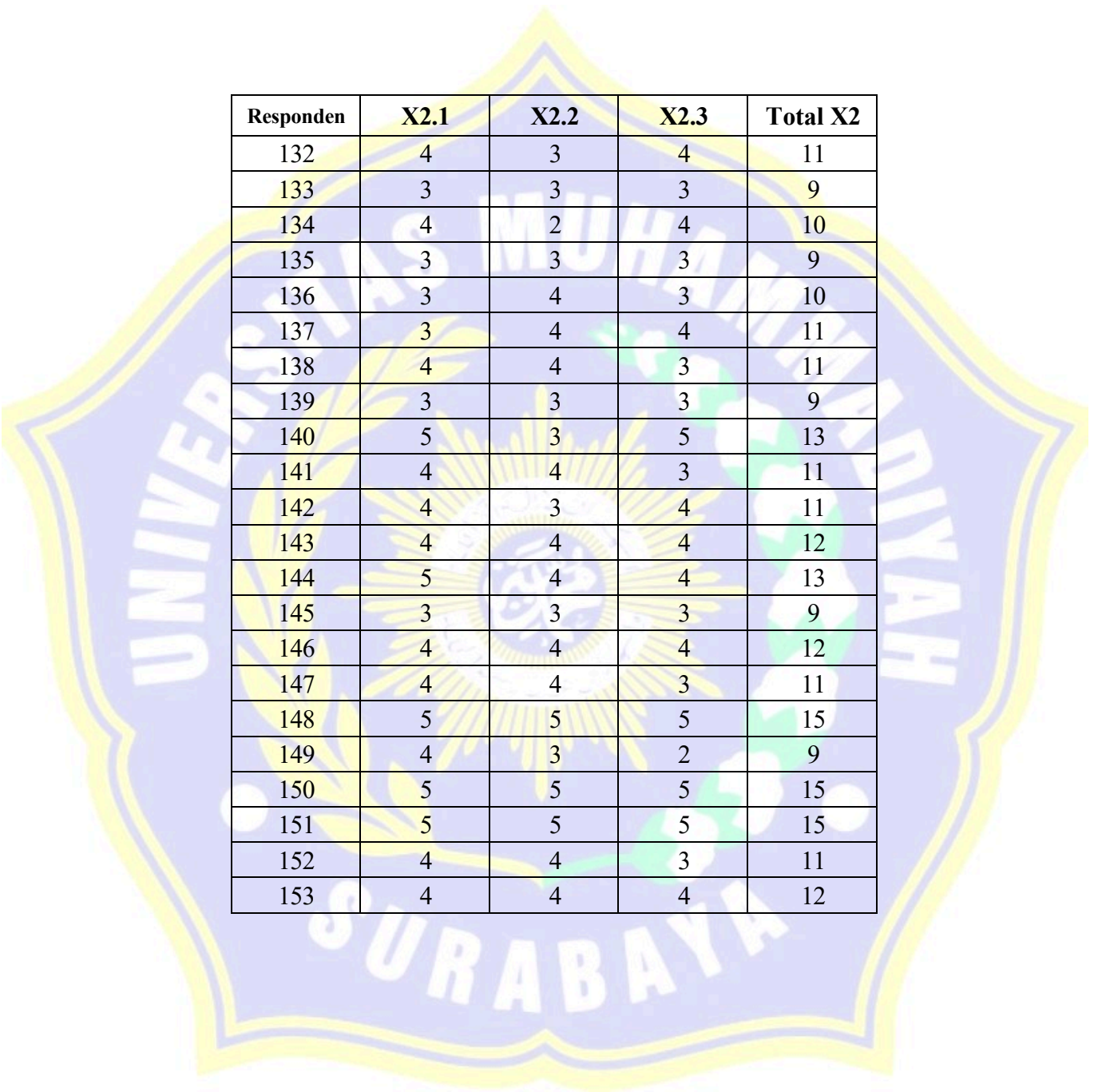
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
66	2	2	4	8
67	4	4	4	12
68	4	5	5	14
69	4	4	4	12
70	2	3	3	8
71	5	5	5	15
72	2	4	4	10
73	5	4	4	13
74	5	5	4	14
75	5	5	5	15
76	3	4	3	10
77	4	2	3	9
78	4	4	3	11
79	4	3	3	10
80	4	3	5	12
81	5	4	4	13
82	3	3	1	7
83	4	3	2	9
84	5	5	4	14
85	5	5	4	14
86	1	2	2	5
87	4	4	5	13



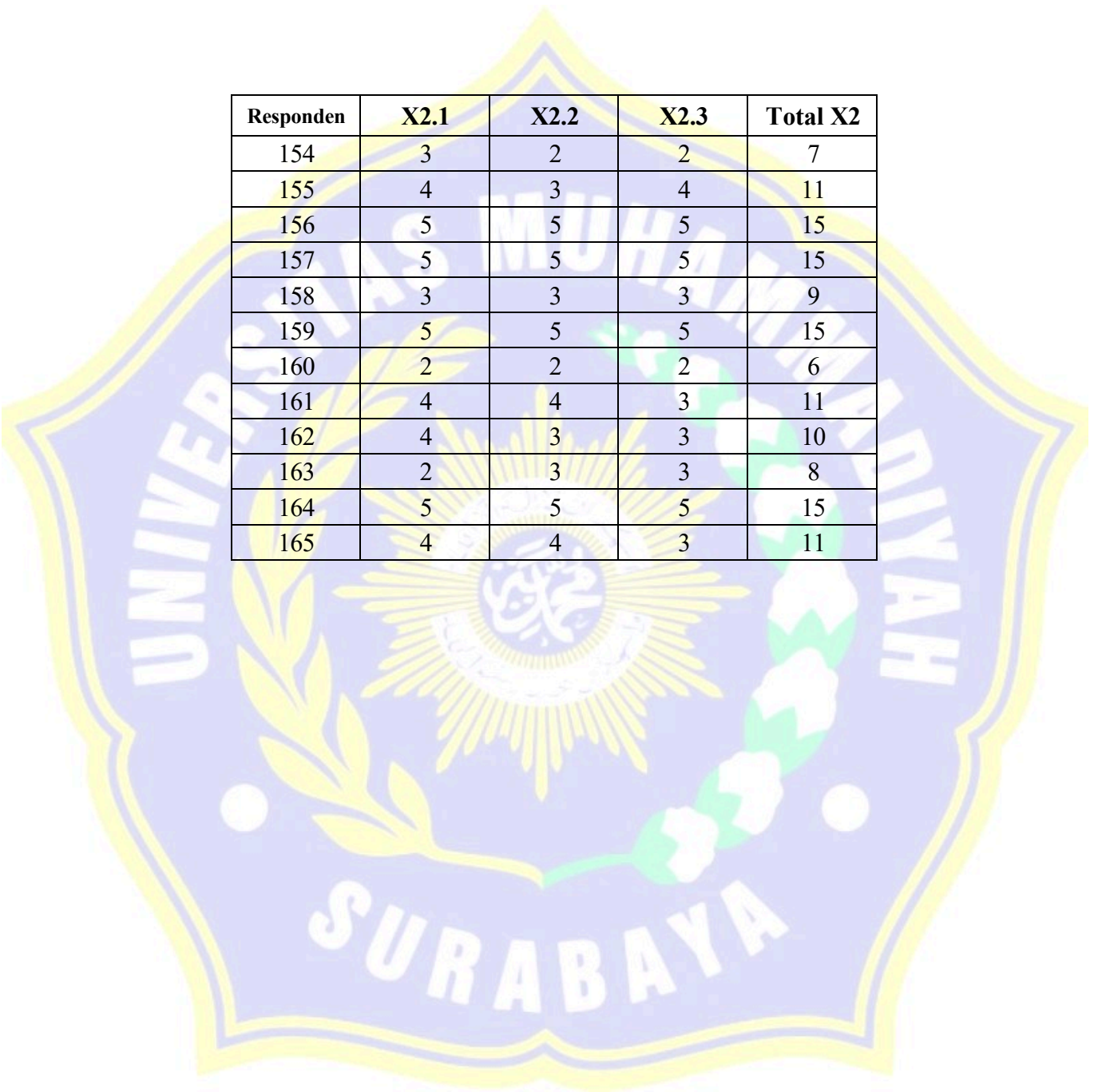
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
88	3	2	3	8
89	5	4	5	14
90	2	4	2	8
91	5	4	4	13
92	5	4	5	14
93	4	4	5	13
94	4	4	5	13
95	3	3	3	9
96	3	4	3	10
97	3	3	5	11
98	3	3	2	8
99	1	1	3	5
100	5	4	3	12
101	5	4	5	14
102	3	2	3	8
103	3	3	4	10
104	5	5	5	15
105	5	4	5	14
106	4	3	4	11
107	5	5	4	14
108	5	5	5	15
109	3	5	4	12



Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
110	5	5	5	15
111	5	5	4	14
112	3	3	3	9
113	5	5	5	15
114	5	4	5	14
115	2	3	4	9
116	5	5	5	15
117	3	4	5	12
118	5	5	5	15
119	3	3	4	10
120	4	5	5	14
121	3	3	2	8
122	4	3	4	11
123	3	3	3	9
124	3	3	3	9
125	3	3	4	10
126	4	5	4	13
127	3	4	4	11
128	3	3	4	10
129	4	5	5	14
130	5	5	5	15
131	4	3	5	12



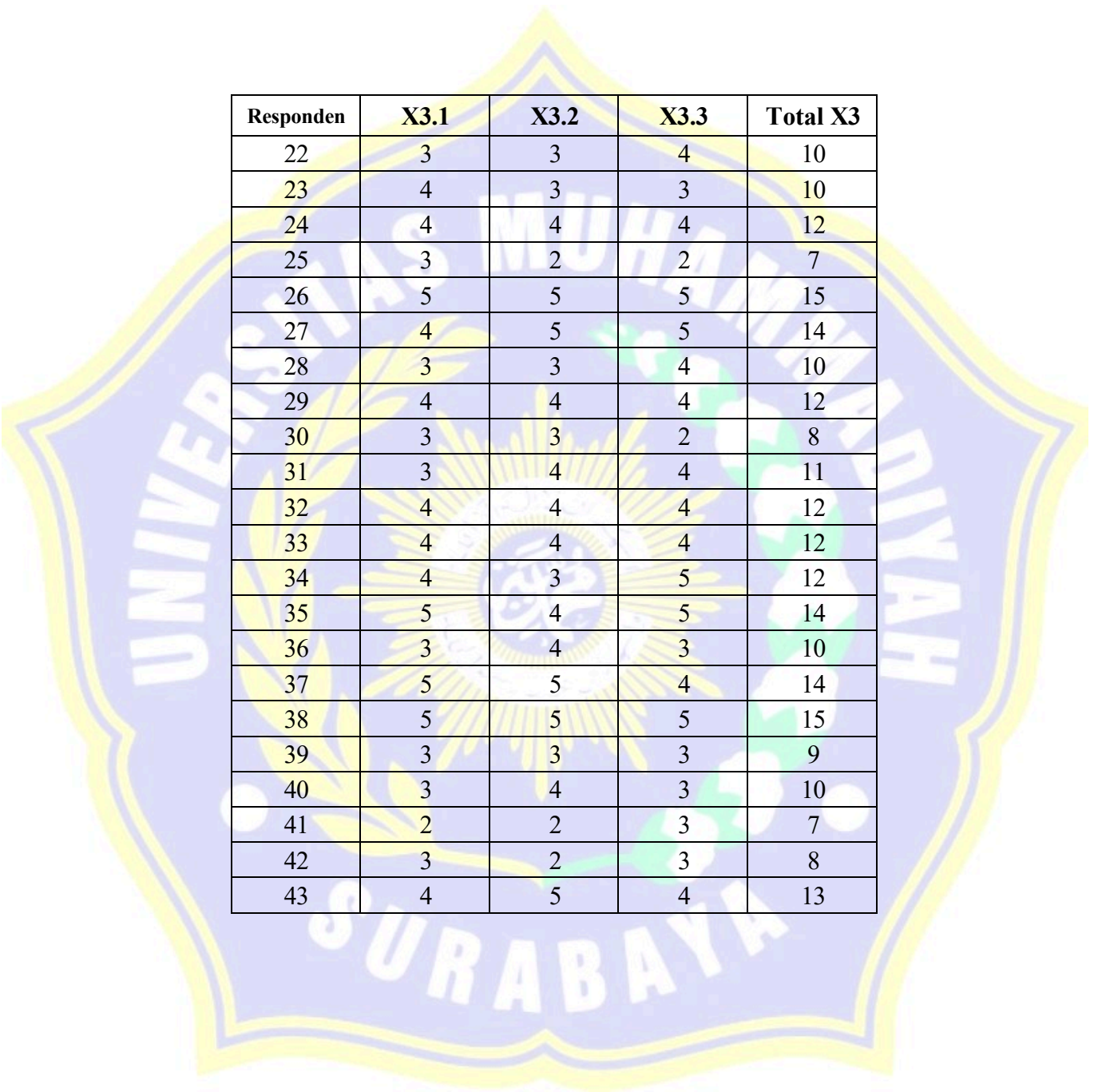
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
132	4	3	4	11
133	3	3	3	9
134	4	2	4	10
135	3	3	3	9
136	3	4	3	10
137	3	4	4	11
138	4	4	3	11
139	3	3	3	9
140	5	3	5	13
141	4	4	3	11
142	4	3	4	11
143	4	4	4	12
144	5	4	4	13
145	3	3	3	9
146	4	4	4	12
147	4	4	3	11
148	5	5	5	15
149	4	3	2	9
150	5	5	5	15
151	5	5	5	15
152	4	4	3	11
153	4	4	4	12



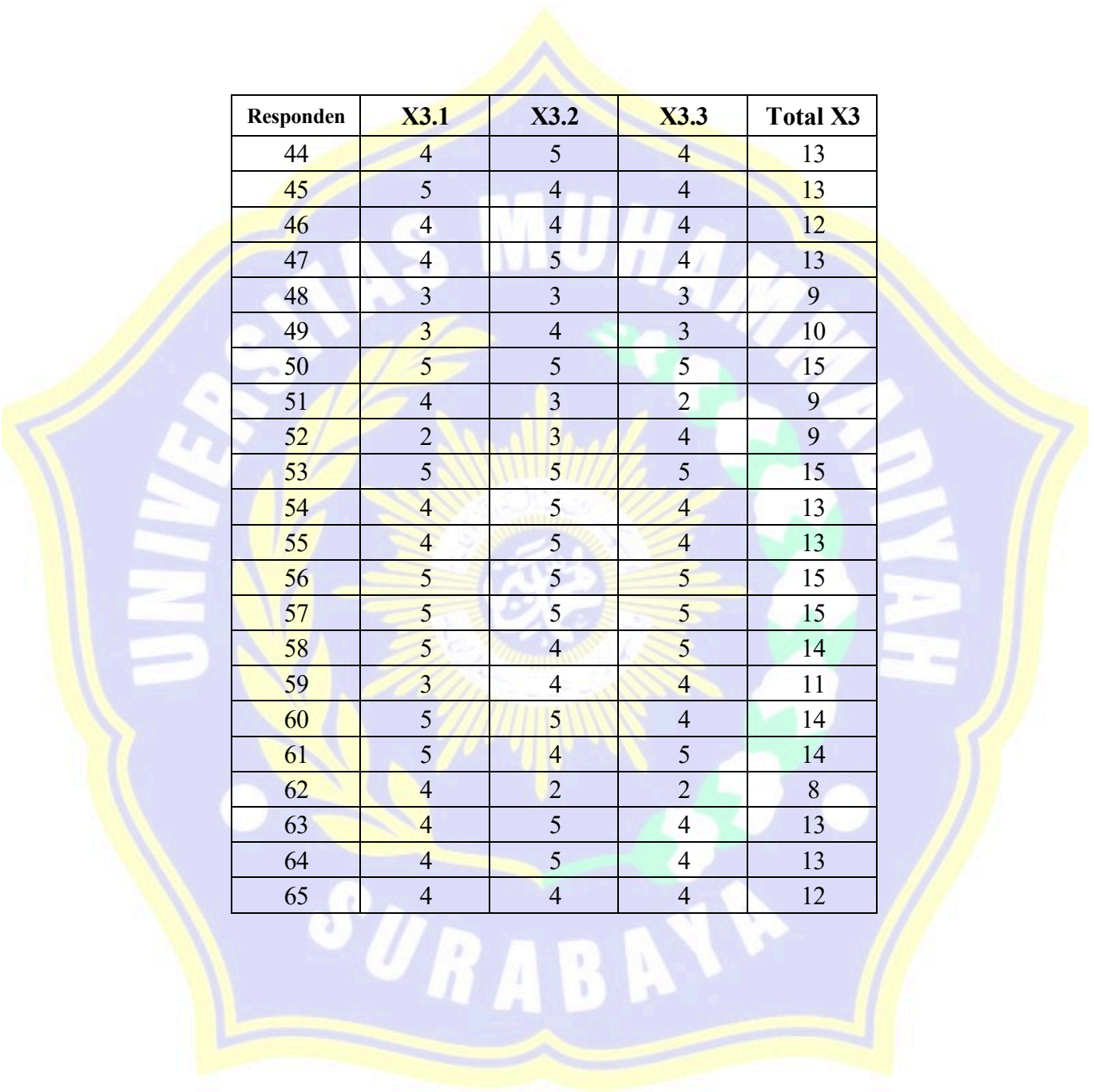
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
154	3	2	2	7
155	4	3	4	11
156	5	5	5	15
157	5	5	5	15
158	3	3	3	9
159	5	5	5	15
160	2	2	2	6
161	4	4	3	11
162	4	3	3	10
163	2	3	3	8
164	5	5	5	15
165	4	4	3	11

Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Consumer Trust (X3)

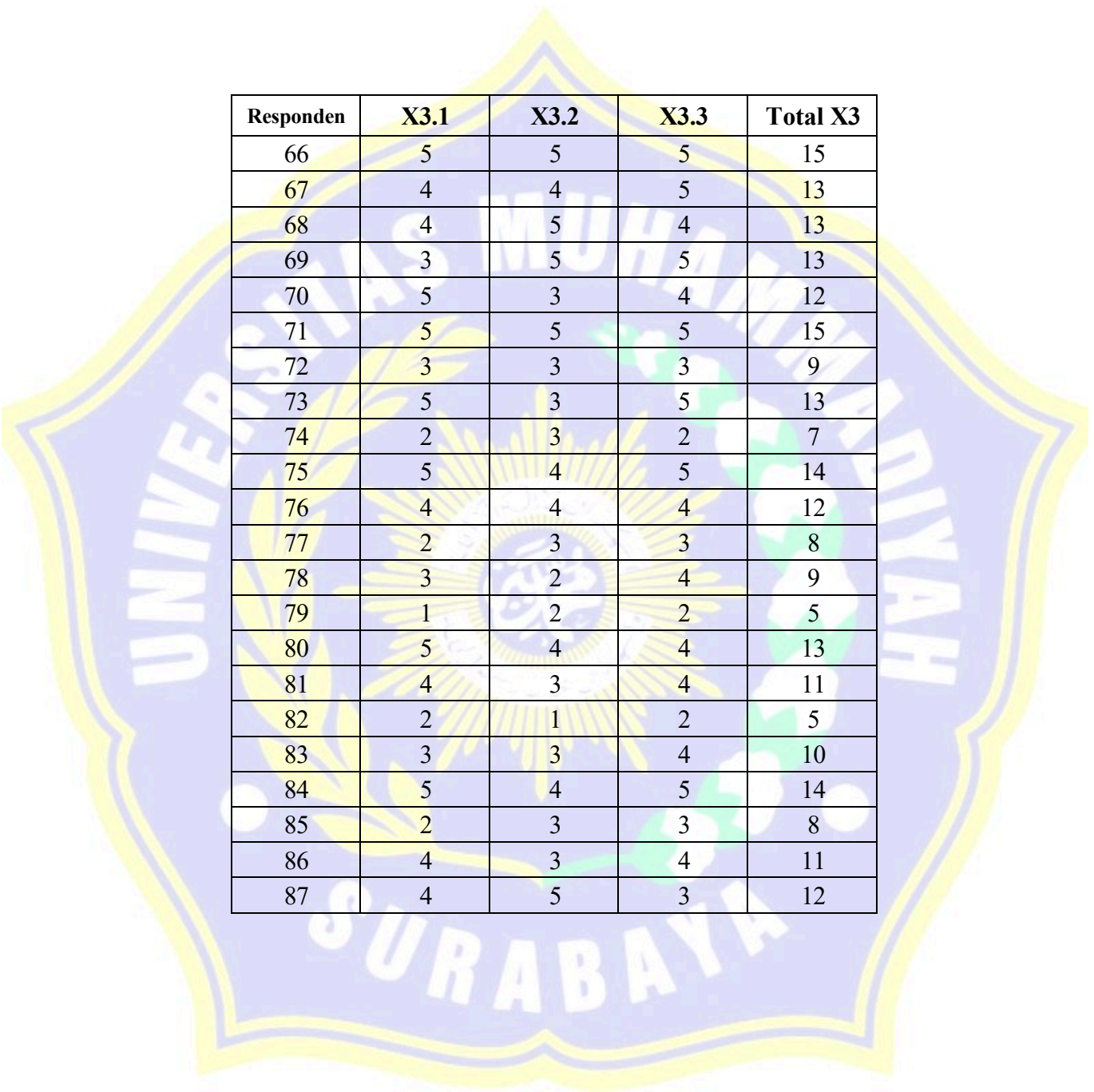
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
1	5	5	5	15
2	3	2	3	8
3	3	3	4	10
4	5	5	4	14
5	3	4	3	10
6	4	4	4	12
7	5	5	5	15
8	5	5	4	14
9	4	5	5	14
10	5	4	5	14
11	5	5	4	14
12	5	5	4	14
13	4	5	4	13
14	1	3	2	6
15	5	4	5	14
16	4	3	3	10
17	4	3	4	11
18	5	5	5	15
19	4	4	4	12
20	3	3	3	9
21	5	5	5	15



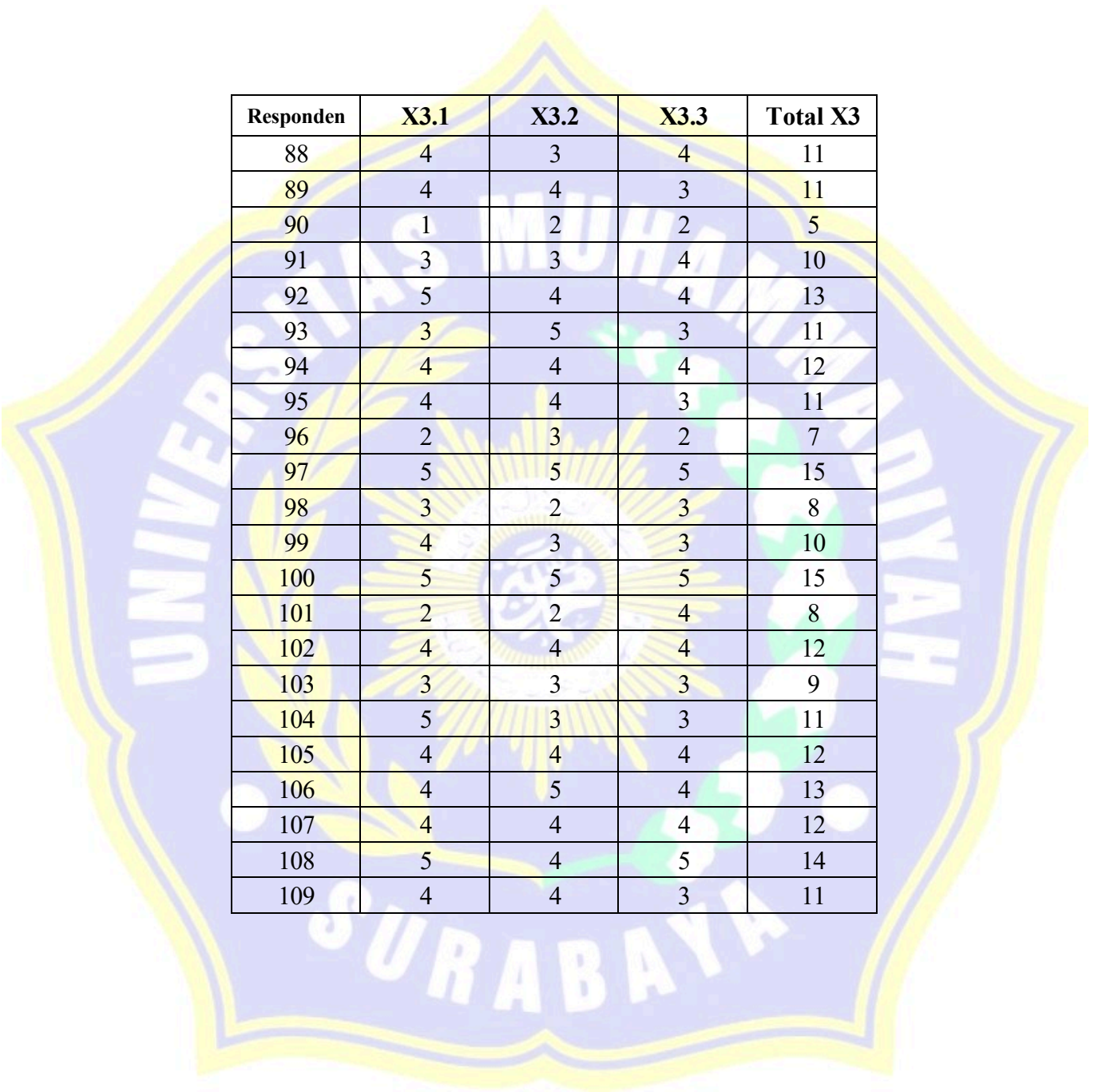
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
22	3	3	4	10
23	4	3	3	10
24	4	4	4	12
25	3	2	2	7
26	5	5	5	15
27	4	5	5	14
28	3	3	4	10
29	4	4	4	12
30	3	3	2	8
31	3	4	4	11
32	4	4	4	12
33	4	4	4	12
34	4	3	5	12
35	5	4	5	14
36	3	4	3	10
37	5	5	4	14
38	5	5	5	15
39	3	3	3	9
40	3	4	3	10
41	2	2	3	7
42	3	2	3	8
43	4	5	4	13



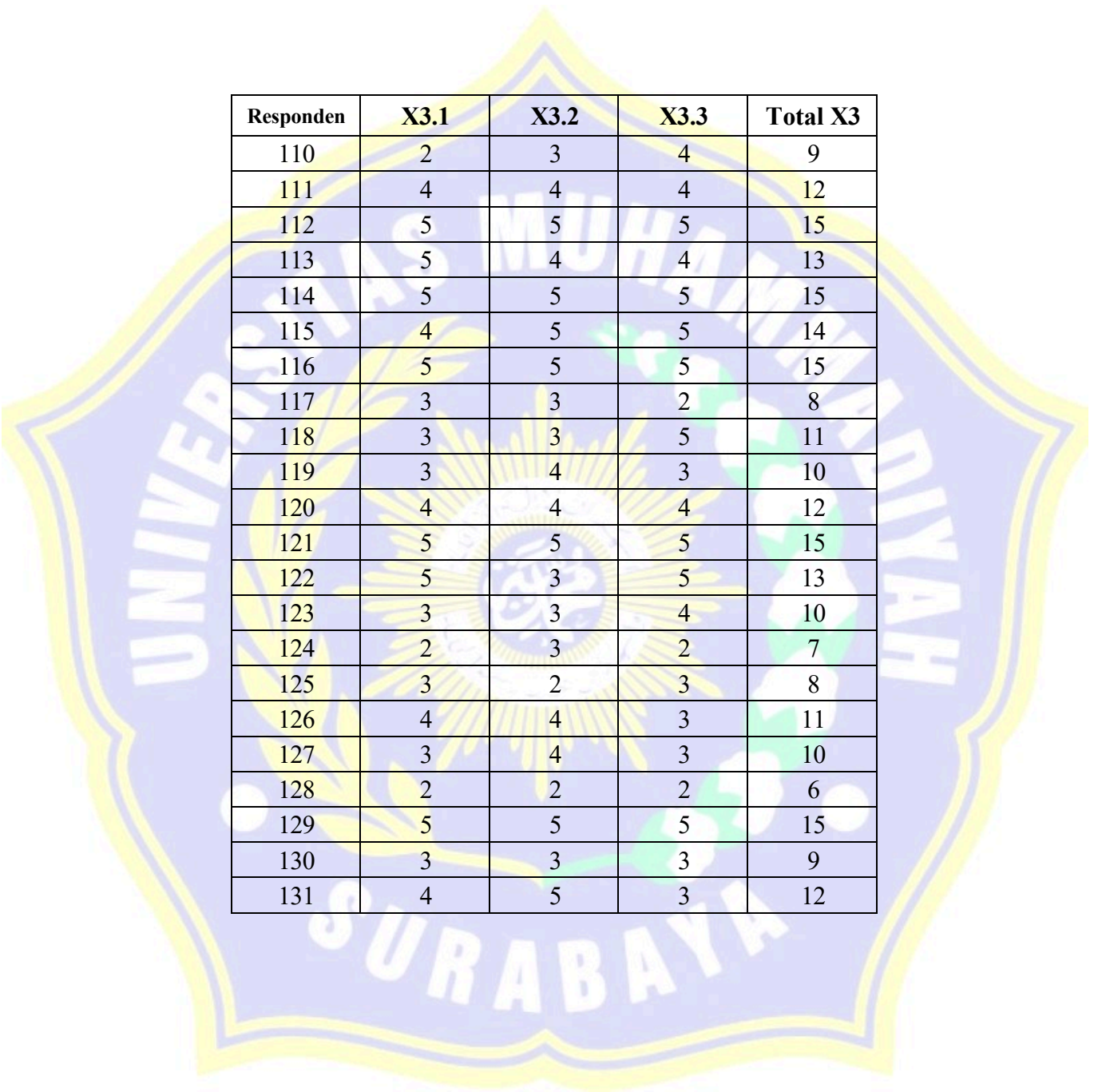
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
44	4	5	4	13
45	5	4	4	13
46	4	4	4	12
47	4	5	4	13
48	3	3	3	9
49	3	4	3	10
50	5	5	5	15
51	4	3	2	9
52	2	3	4	9
53	5	5	5	15
54	4	5	4	13
55	4	5	4	13
56	5	5	5	15
57	5	5	5	15
58	5	4	5	14
59	3	4	4	11
60	5	5	4	14
61	5	4	5	14
62	4	2	2	8
63	4	5	4	13
64	4	5	4	13
65	4	4	4	12



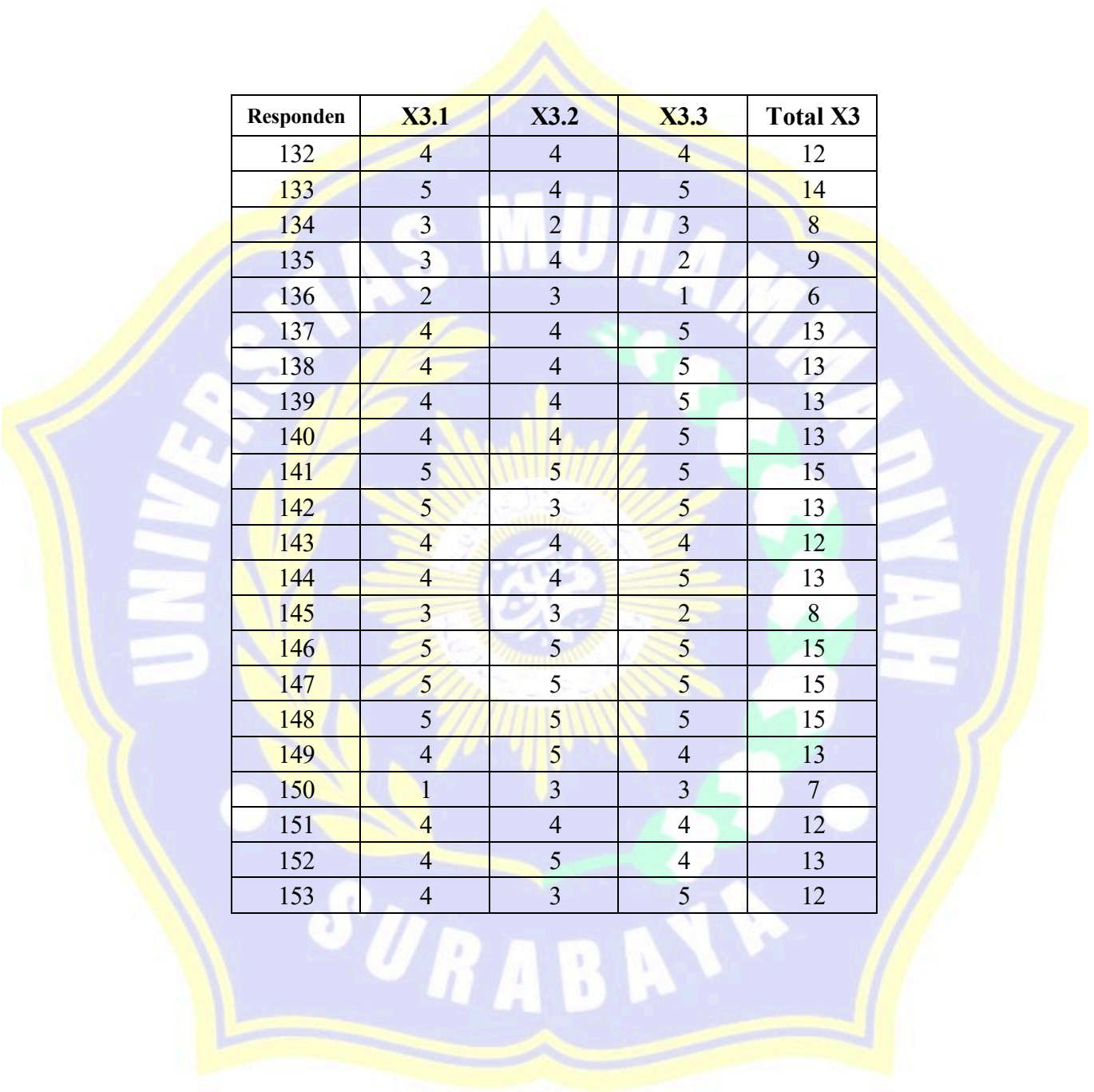
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
66	5	5	5	15
67	4	4	5	13
68	4	5	4	13
69	3	5	5	13
70	5	3	4	12
71	5	5	5	15
72	3	3	3	9
73	5	3	5	13
74	2	3	2	7
75	5	4	5	14
76	4	4	4	12
77	2	3	3	8
78	3	2	4	9
79	1	2	2	5
80	5	4	4	13
81	4	3	4	11
82	2	1	2	5
83	3	3	4	10
84	5	4	5	14
85	2	3	3	8
86	4	3	4	11
87	4	5	3	12



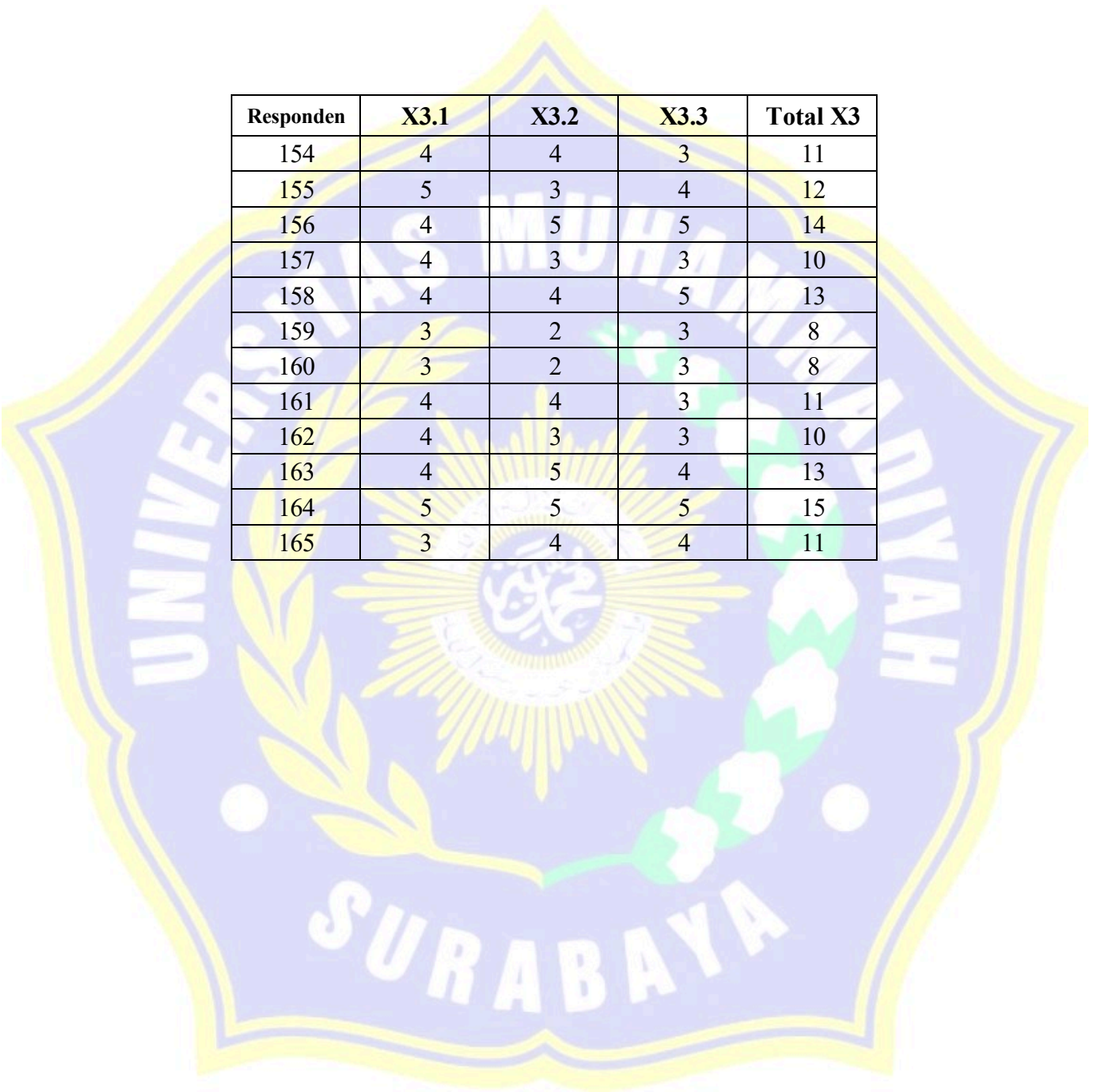
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
88	4	3	4	11
89	4	4	3	11
90	1	2	2	5
91	3	3	4	10
92	5	4	4	13
93	3	5	3	11
94	4	4	4	12
95	4	4	3	11
96	2	3	2	7
97	5	5	5	15
98	3	2	3	8
99	4	3	3	10
100	5	5	5	15
101	2	2	4	8
102	4	4	4	12
103	3	3	3	9
104	5	3	3	11
105	4	4	4	12
106	4	5	4	13
107	4	4	4	12
108	5	4	5	14
109	4	4	3	11



Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
110	2	3	4	9
111	4	4	4	12
112	5	5	5	15
113	5	4	4	13
114	5	5	5	15
115	4	5	5	14
116	5	5	5	15
117	3	3	2	8
118	3	3	5	11
119	3	4	3	10
120	4	4	4	12
121	5	5	5	15
122	5	3	5	13
123	3	3	4	10
124	2	3	2	7
125	3	2	3	8
126	4	4	3	11
127	3	4	3	10
128	2	2	2	6
129	5	5	5	15
130	3	3	3	9
131	4	5	3	12



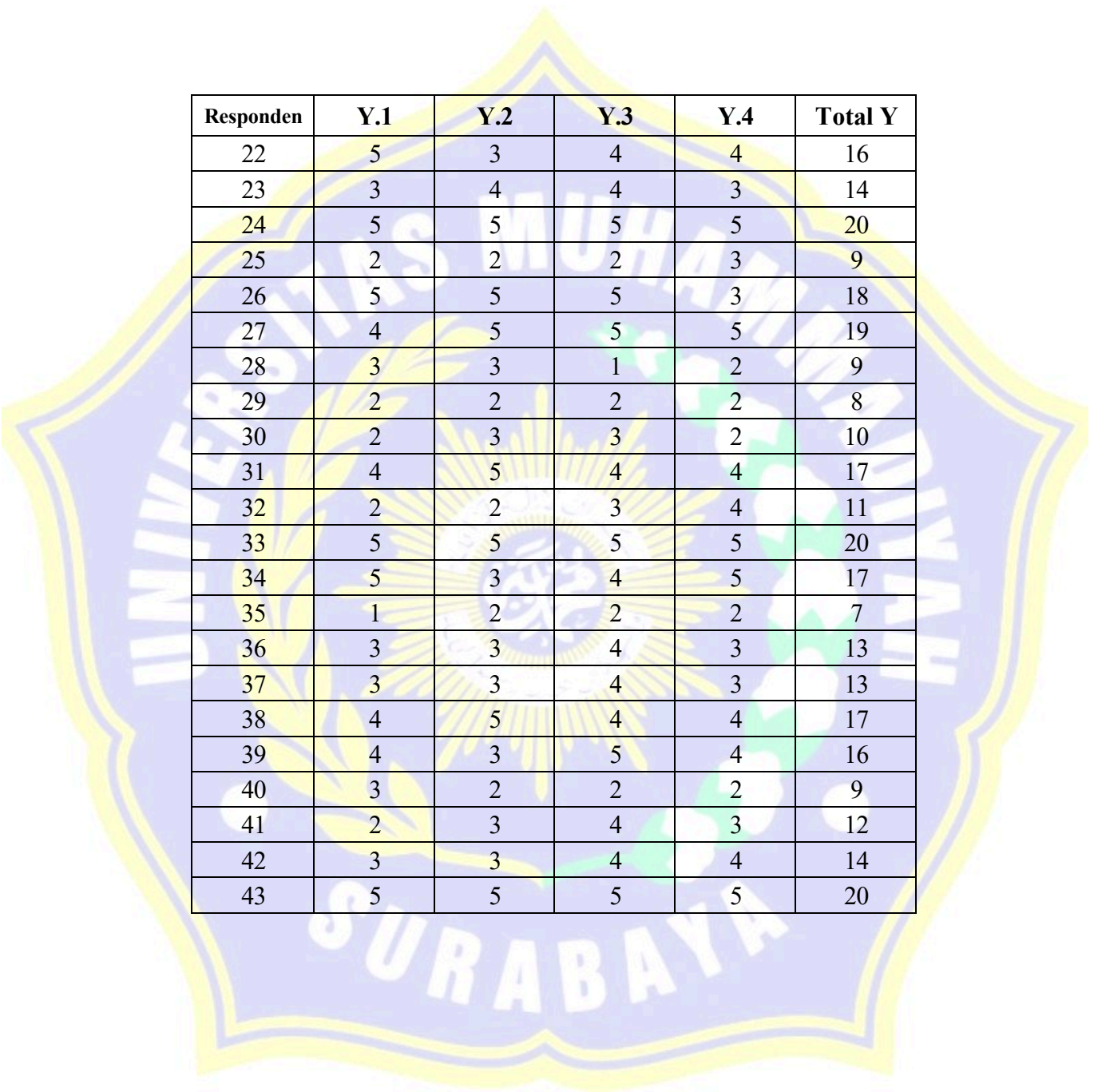
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
132	4	4	4	12
133	5	4	5	14
134	3	2	3	8
135	3	4	2	9
136	2	3	1	6
137	4	4	5	13
138	4	4	5	13
139	4	4	5	13
140	4	4	5	13
141	5	5	5	15
142	5	3	5	13
143	4	4	4	12
144	4	4	5	13
145	3	3	2	8
146	5	5	5	15
147	5	5	5	15
148	5	5	5	15
149	4	5	4	13
150	1	3	3	7
151	4	4	4	12
152	4	5	4	13
153	4	3	5	12



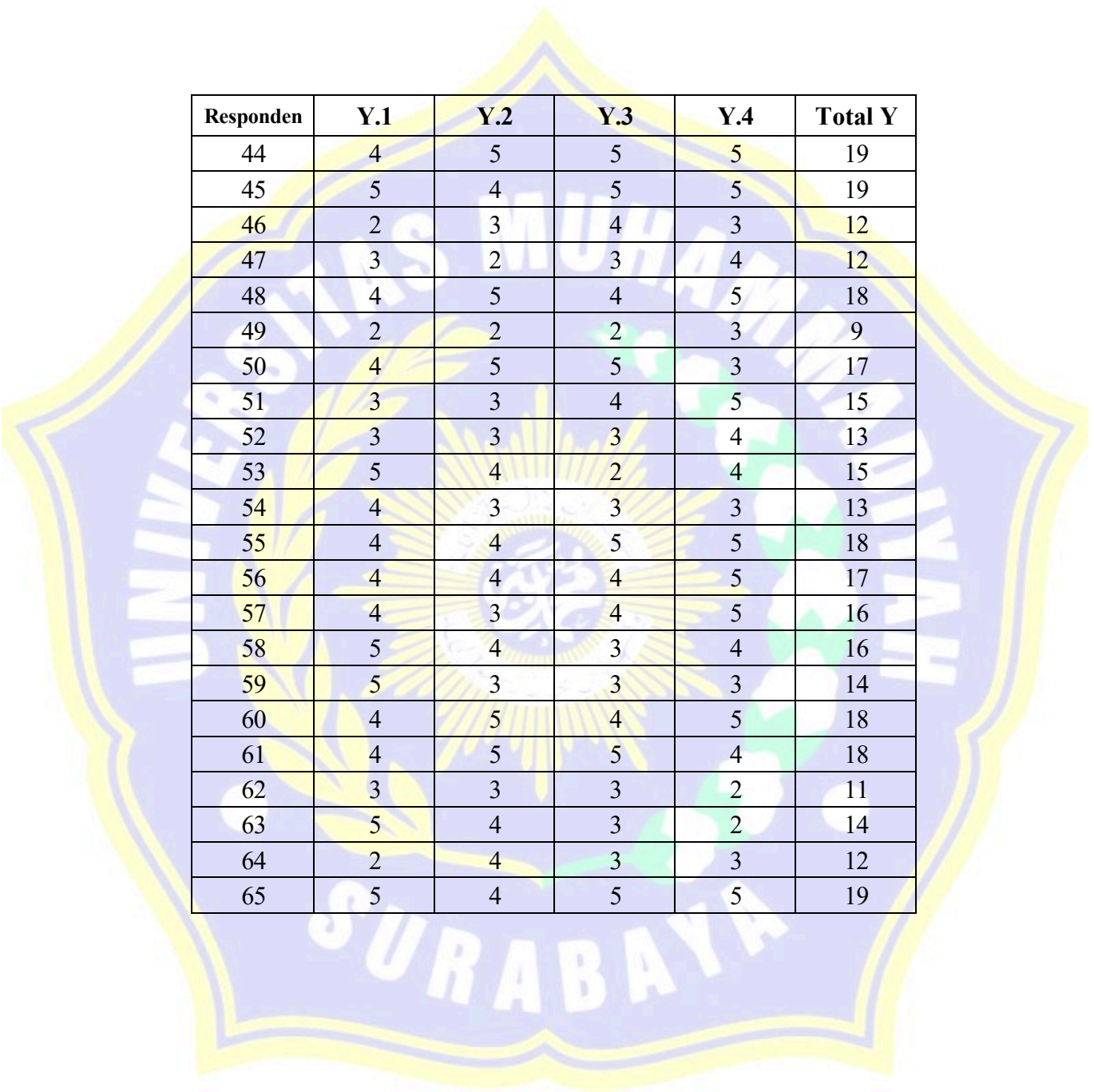
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
154	4	4	3	11
155	5	3	4	12
156	4	5	5	14
157	4	3	3	10
158	4	4	5	13
159	3	2	3	8
160	3	2	3	8
161	4	4	3	11
162	4	3	3	10
163	4	5	4	13
164	5	5	5	15
165	3	4	4	11

Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Purchase Intention (Y)

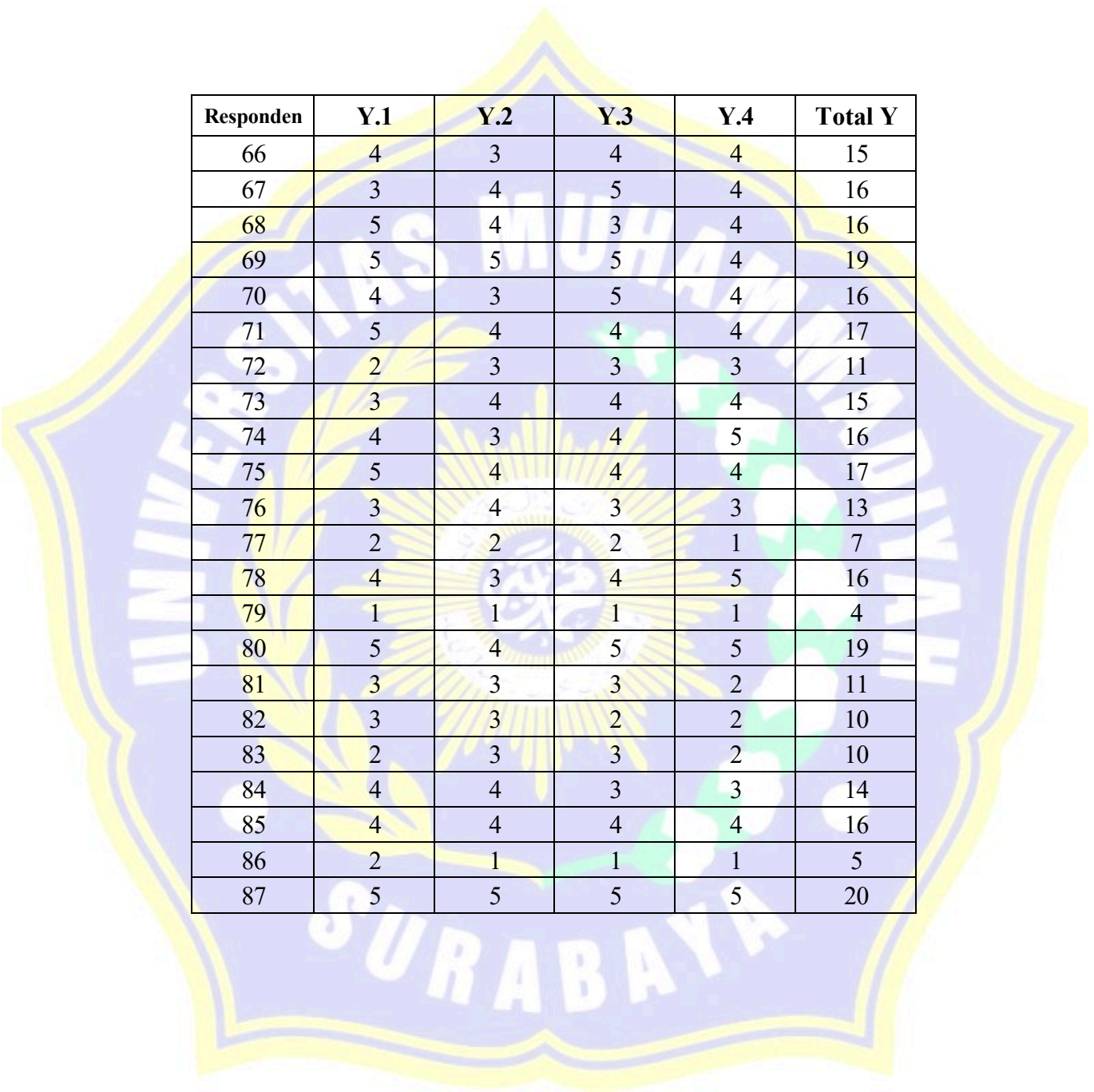
Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
1	5	5	4	4	18
2	4	3	4	4	15
3	3	3	3	3	12
4	3	4	5	5	17
5	3	3	3	2	11
6	4	3	5	4	16
7	5	5	5	5	20
8	3	3	4	3	13
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	5	5	4	5	19
12	5	5	5	5	20
13	5	5	4	5	19
14	3	3	3	3	12
15	4	4	3	3	14
16	4	4	4	3	15
17	5	4	4	5	18
18	4	5	5	5	19
19	4	5	5	5	19
20	3	2	2	2	9
21	4	4	4	4	16



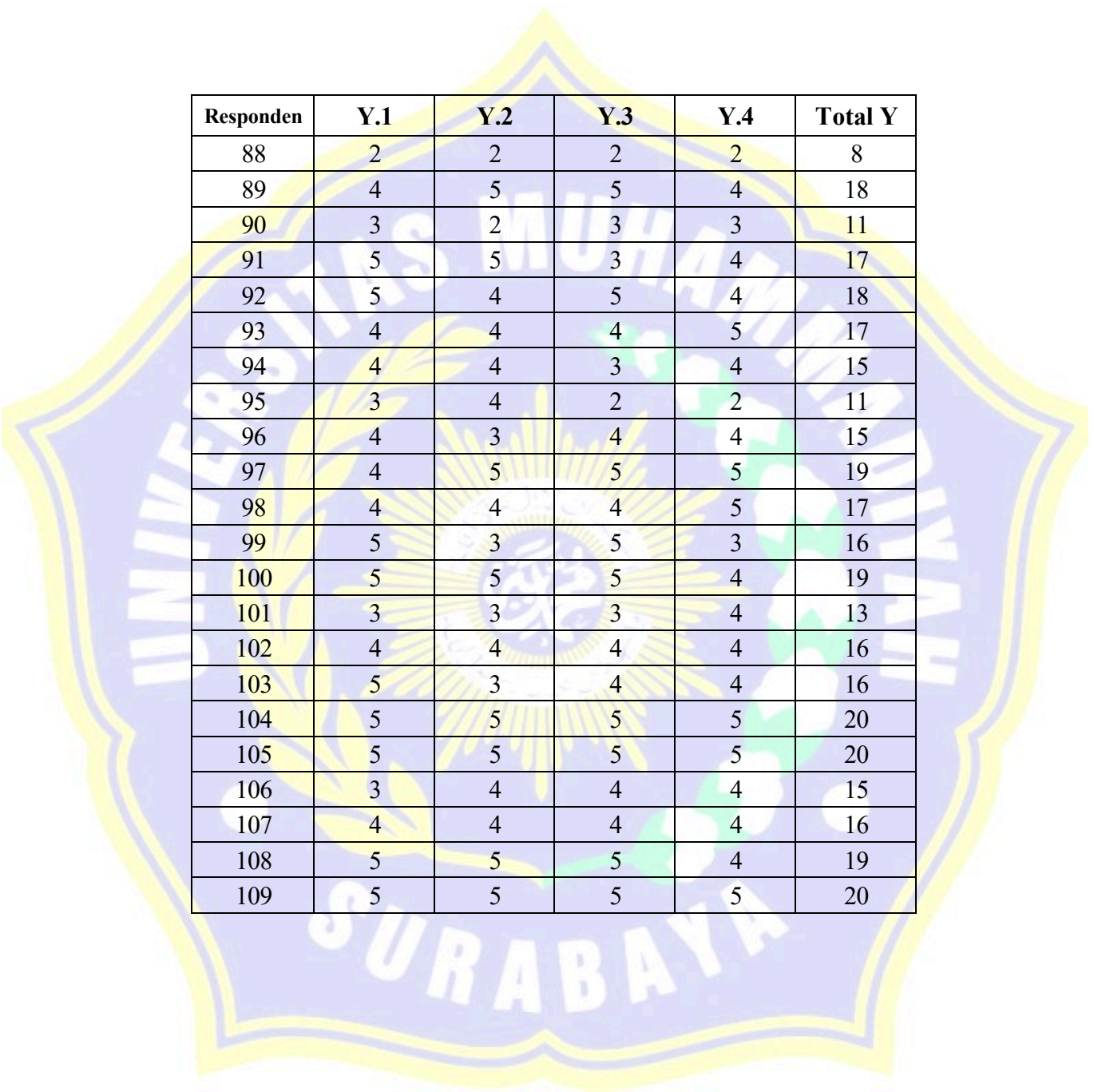
Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
22	5	3	4	4	16
23	3	4	4	3	14
24	5	5	5	5	20
25	2	2	2	3	9
26	5	5	5	3	18
27	4	5	5	5	19
28	3	3	1	2	9
29	2	2	2	2	8
30	2	3	3	2	10
31	4	5	4	4	17
32	2	2	3	4	11
33	5	5	5	5	20
34	5	3	4	5	17
35	1	2	2	2	7
36	3	3	4	3	13
37	3	3	4	3	13
38	4	5	4	4	17
39	4	3	5	4	16
40	3	2	2	2	9
41	2	3	4	3	12
42	3	3	4	4	14
43	5	5	5	5	20



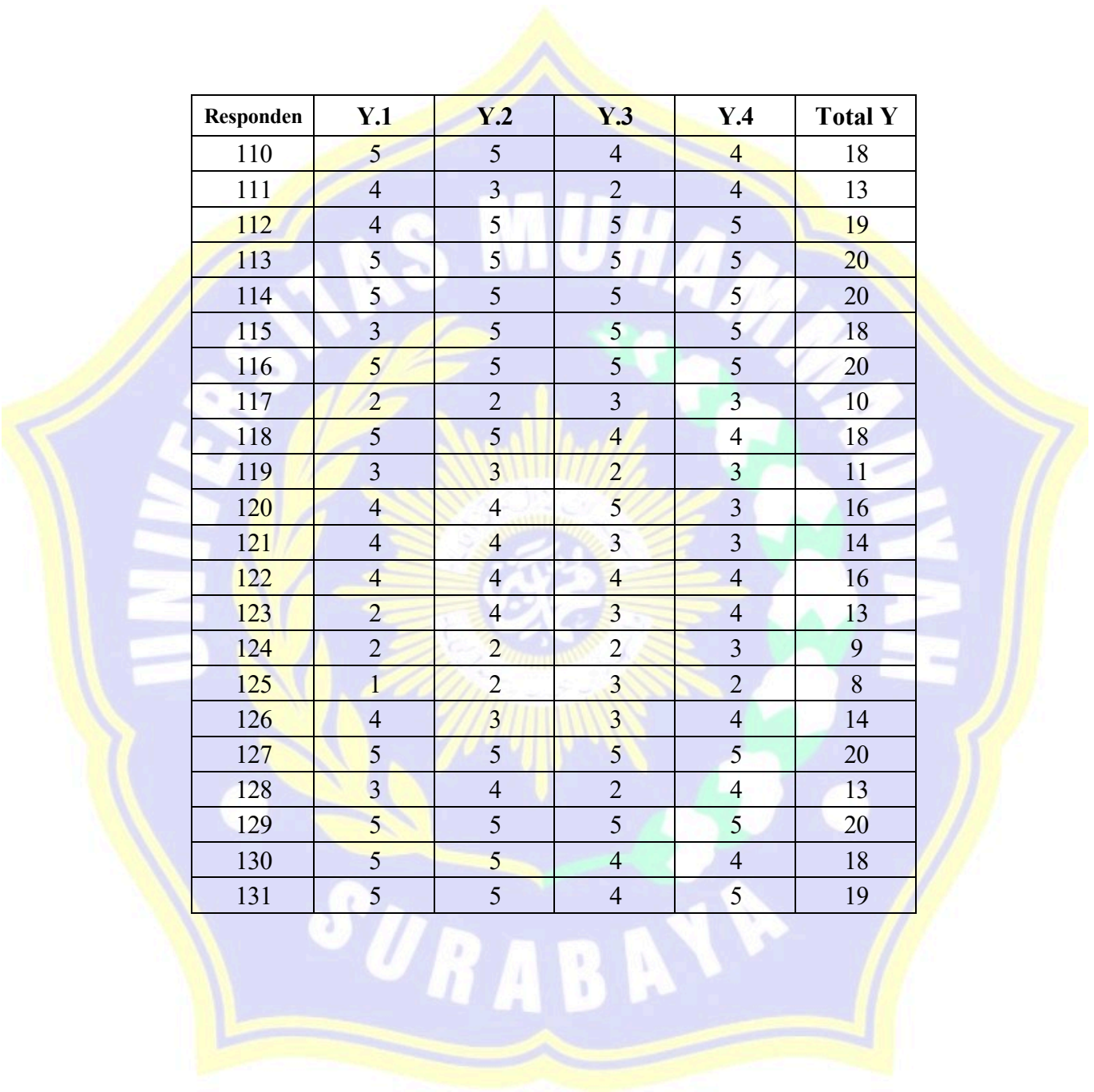
Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
44	4	5	5	5	19
45	5	4	5	5	19
46	2	3	4	3	12
47	3	2	3	4	12
48	4	5	4	5	18
49	2	2	2	3	9
50	4	5	5	3	17
51	3	3	4	5	15
52	3	3	3	4	13
53	5	4	2	4	15
54	4	3	3	3	13
55	4	4	5	5	18
56	4	4	4	5	17
57	4	3	4	5	16
58	5	4	3	4	16
59	5	3	3	3	14
60	4	5	4	5	18
61	4	5	5	4	18
62	3	3	3	2	11
63	5	4	3	2	14
64	2	4	3	3	12
65	5	4	5	5	19



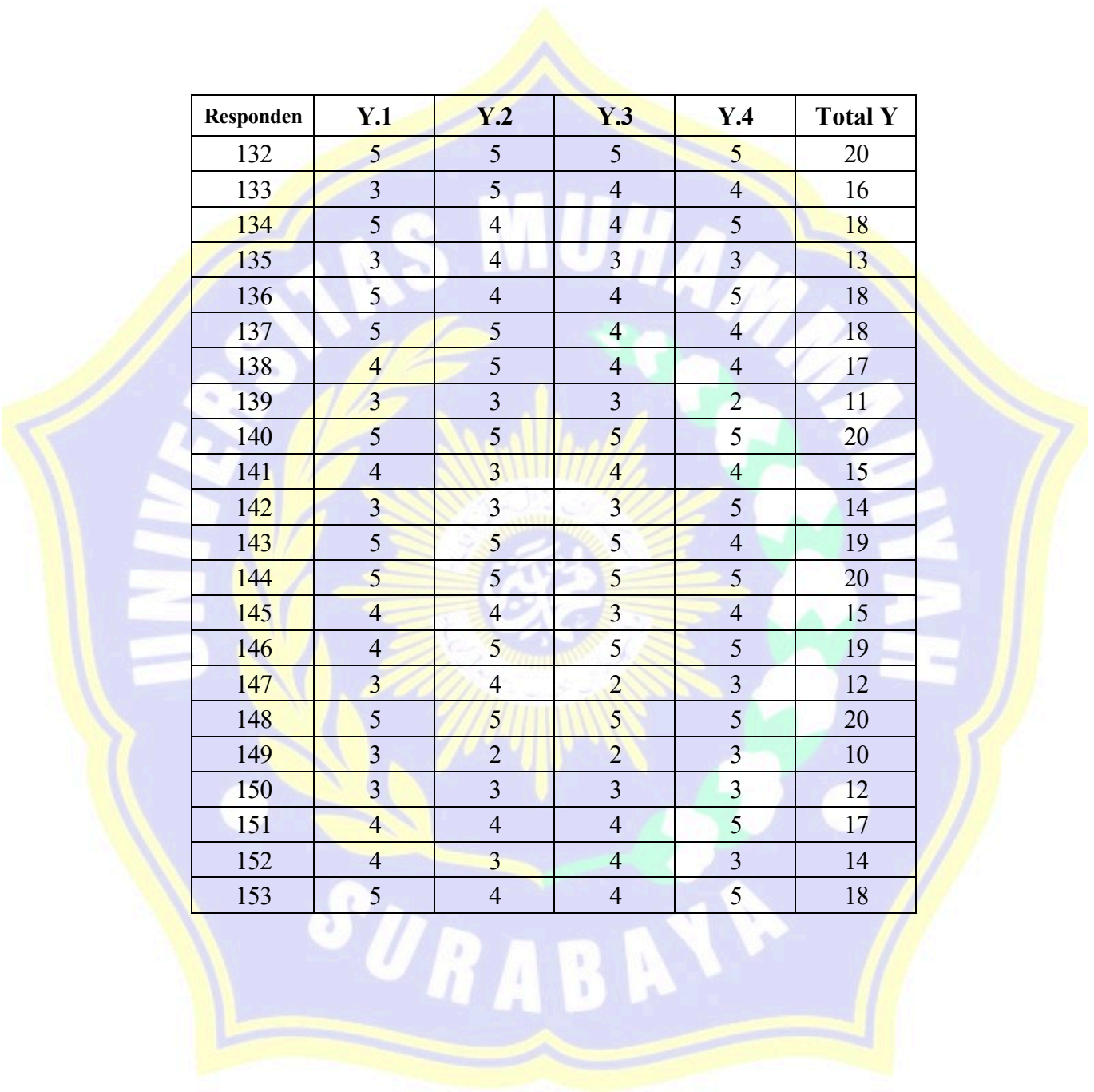
Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
66	4	3	4	4	15
67	3	4	5	4	16
68	5	4	3	4	16
69	5	5	5	4	19
70	4	3	5	4	16
71	5	4	4	4	17
72	2	3	3	3	11
73	3	4	4	4	15
74	4	3	4	5	16
75	5	4	4	4	17
76	3	4	3	3	13
77	2	2	2	1	7
78	4	3	4	5	16
79	1	1	1	1	4
80	5	4	5	5	19
81	3	3	3	2	11
82	3	3	2	2	10
83	2	3	3	2	10
84	4	4	3	3	14
85	4	4	4	4	16
86	2	1	1	1	5
87	5	5	5	5	20



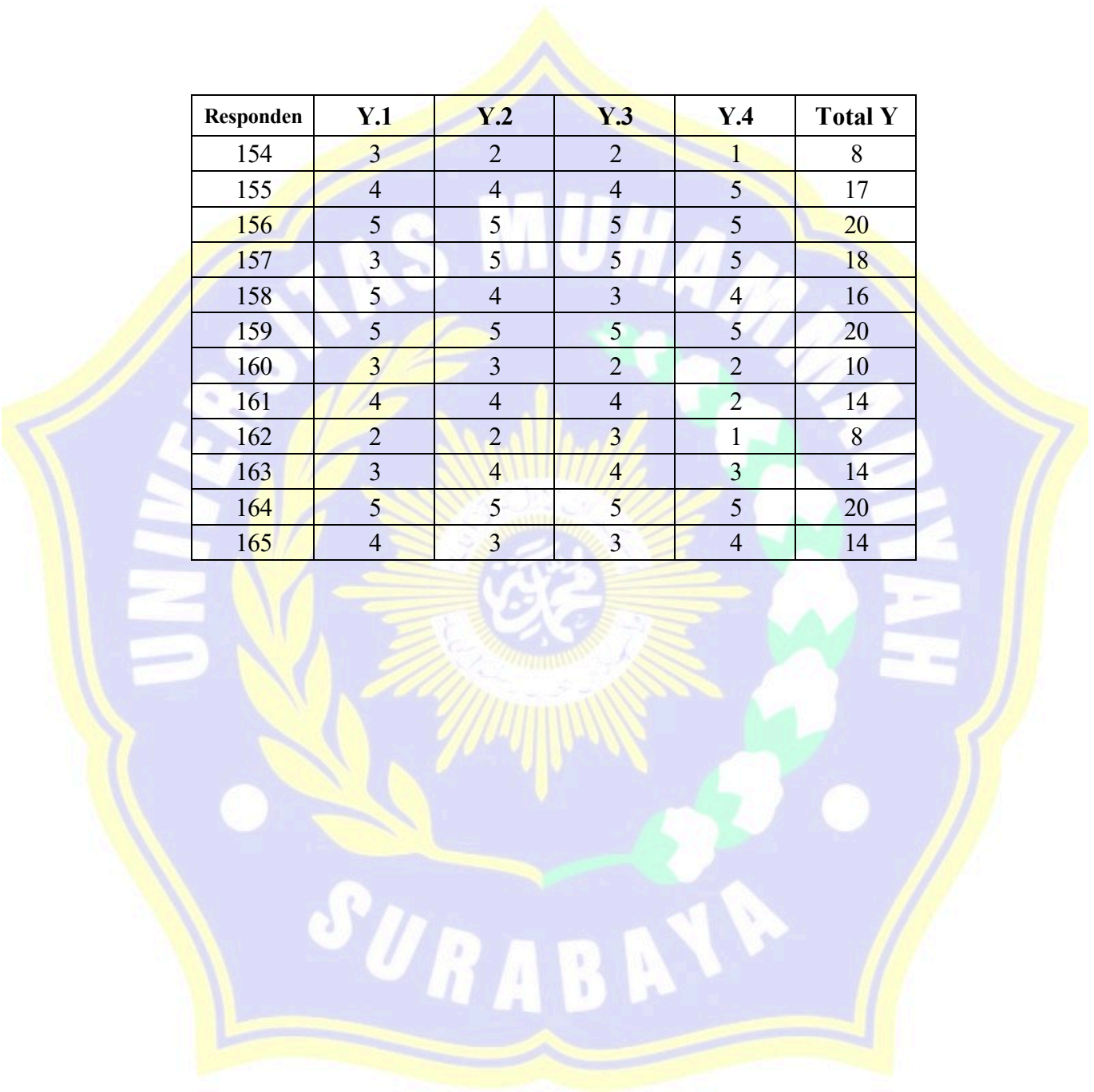
Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
88	2	2	2	2	8
89	4	5	5	4	18
90	3	2	3	3	11
91	5	5	3	4	17
92	5	4	5	4	18
93	4	4	4	5	17
94	4	4	3	4	15
95	3	4	2	2	11
96	4	3	4	4	15
97	4	5	5	5	19
98	4	4	4	5	17
99	5	3	5	3	16
100	5	5	5	4	19
101	3	3	3	4	13
102	4	4	4	4	16
103	5	3	4	4	16
104	5	5	5	5	20
105	5	5	5	5	20
106	3	4	4	4	15
107	4	4	4	4	16
108	5	5	5	4	19
109	5	5	5	5	20



Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
110	5	5	4	4	18
111	4	3	2	4	13
112	4	5	5	5	19
113	5	5	5	5	20
114	5	5	5	5	20
115	3	5	5	5	18
116	5	5	5	5	20
117	2	2	3	3	10
118	5	5	4	4	18
119	3	3	2	3	11
120	4	4	5	3	16
121	4	4	3	3	14
122	4	4	4	4	16
123	2	4	3	4	13
124	2	2	2	3	9
125	1	2	3	2	8
126	4	3	3	4	14
127	5	5	5	5	20
128	3	4	2	4	13
129	5	5	5	5	20
130	5	5	4	4	18
131	5	5	4	5	19



Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
132	5	5	5	5	20
133	3	5	4	4	16
134	5	4	4	5	18
135	3	4	3	3	13
136	5	4	4	5	18
137	5	5	4	4	18
138	4	5	4	4	17
139	3	3	3	2	11
140	5	5	5	5	20
141	4	3	4	4	15
142	3	3	3	5	14
143	5	5	5	4	19
144	5	5	5	5	20
145	4	4	3	4	15
146	4	5	5	5	19
147	3	4	2	3	12
148	5	5	5	5	20
149	3	2	2	3	10
150	3	3	3	3	12
151	4	4	4	5	17
152	4	3	4	3	14
153	5	4	4	5	18



Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
154	3	2	2	1	8
155	4	4	4	5	17
156	5	5	5	5	20
157	3	5	5	5	18
158	5	4	3	4	16
159	5	5	5	5	20
160	3	3	2	2	10
161	4	4	4	2	14
162	2	2	3	1	8
163	3	4	4	3	14
164	5	5	5	5	20
165	4	3	3	4	14

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,429*	,358	,587**	,750**
	Sig. (2-tailed)		,018	,052	,001	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,429*	1	,341	,468**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,018		,065	,009	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,358	,341	1	,491**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,052	,065		,006	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,587**	,468**	,491**	1	,807**
	Sig. (2-tailed)	,001	,009	,006		,000
	N	30	30	30	30	30
X1_Total	Pearson Correlation	,750**	,762**	,731**	,807**	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).

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2_Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,365*	,476**	,734**
	Sig. (2-tailed)		,047	,008	,000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,365*	1	,588**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,047		,001	,000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,476**	,588**	1	,864**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001		,000
	N	30	30	30	30
X2_Total	Pearson Correlation	,734**	,821**	,864**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3_Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,323	,107	,572**
	Sig. (2-tailed)		,082	,572	,001
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,323	1	,740**	,912**
	Sig. (2-tailed)	,082		,000	,000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,107	,740**	1	,823**
	Sig. (2-tailed)	,572	,000		,000
	N	30	30	30	30
X3_Total	Pearson Correlation	,572**	,912**	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y_Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,505**	,299	,547**	,755**
	Sig. (2-tailed)		,004	,108	,002	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,505**	1	,536**	,319	,795**
	Sig. (2-tailed)	,004		,002	,086	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,299	,536**	1	,430*	,758**
	Sig. (2-tailed)	,108	,002		,018	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,547**	,319	,430*	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,002	,086	,018		,000
	N	30	30	30	30	30
Y_Total	Pearson Correlation	,755**	,795**	,758**	,736**	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,747	4

Reliability Statistics

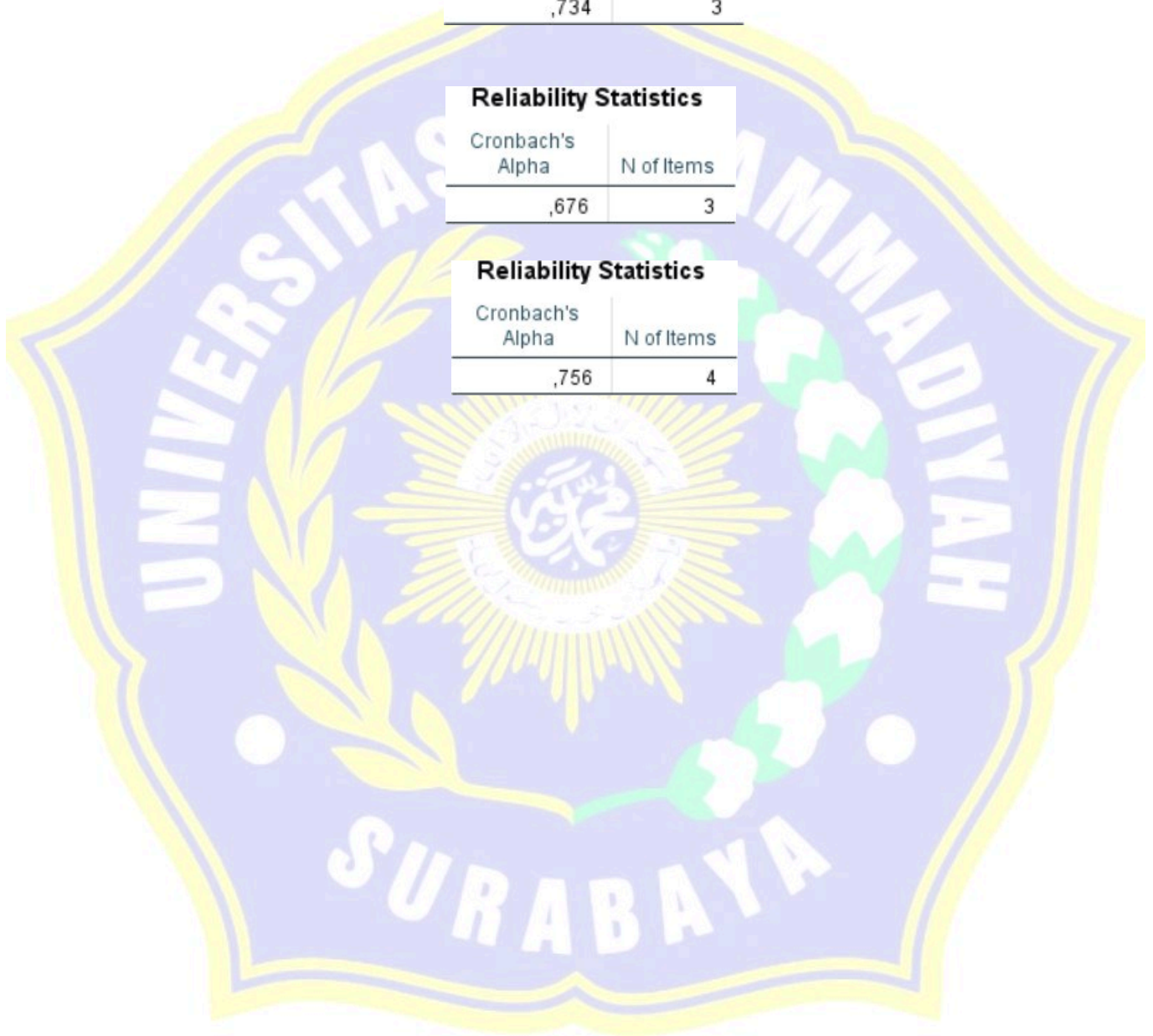
Cronbach's Alpha	N of Items
,734	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,676	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,756	4



Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		165
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61195168
Most Extreme Differences	Absolute	,042
	Positive	,037
	Negative	-,042
Test Statistic		,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

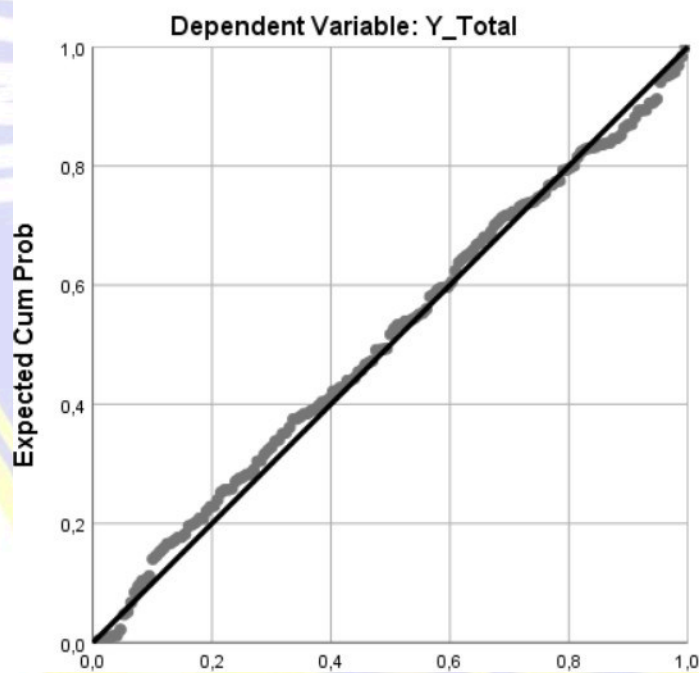
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



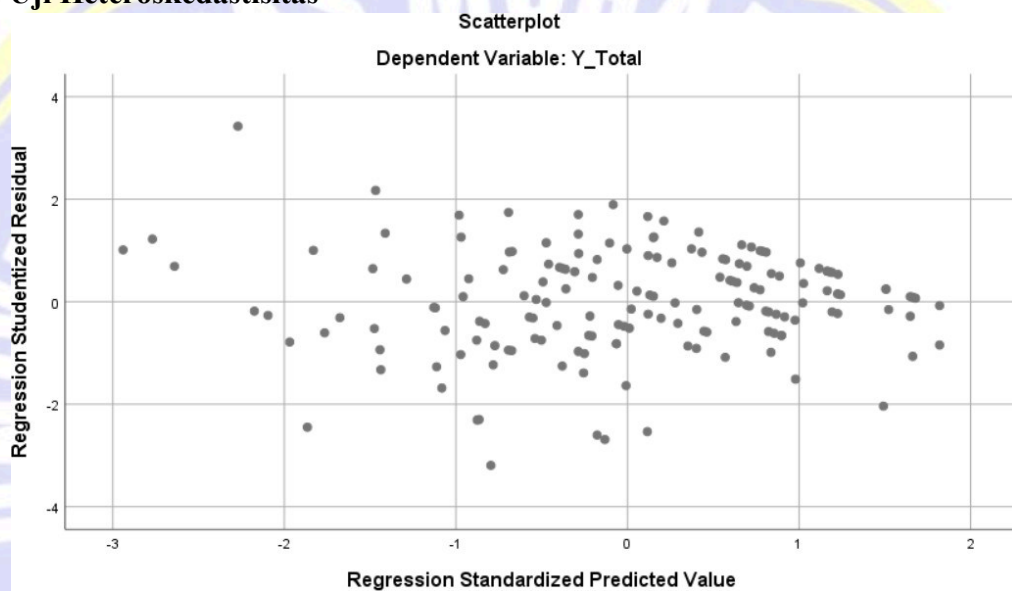
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,534	1,252		-,427	,670		
	X1_Total	,377	,058	,385	6,514	,000	,863	1,158
	X2_Total	,459	,085	,318	5,394	,000	,868	1,153
	X3_Total	,421	,083	,291	5,061	,000	,911	1,097

a. Dependent Variable: Y_Total

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 7 Hasil Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,534	1,252		-,427	,670		
	X1_Total	,377	,058	,385	6,514	,000	,863	1,158
	X2_Total	,459	,085	,318	5,394	,000	,868	1,153
	X3_Total	,421	,083	,291	5,061	,000	,911	1,097

a. Dependent Variable: Y_Total



Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,534	1,252		-,427	,670		
	X1_Total	,377	,058	,385	6,514	,000	,863	1,158
	X2_Total	,459	,085	,318	5,394	,000	,868	1,153
	X3_Total	,421	,083	,291	5,061	,000	,911	1,097

a. Dependent Variable: Y_Total

2. Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1182,756	3	394,252	56,732	,000 ^b
	Residual	1118,856	161	6,949		
	Total	2301,612	164			

a. Dependent Variable: Y_Total

b. Predictors: (Constant), X3_Total, X2_Total, X1_Total

Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,717 ^a	,514	,505	2,636

a. Predictors: (Constant), X3_Total, X2_Total, X1_Total

b. Dependent Variable: Y_Total



Lampiran t tabel

Titik Persentase Distribusi t (Potongan df 150 - 170)

df	alpha 0.1 (2-arah)	alpha 0.05 (2-arah)	alpha 0.02 (2-arah)	alpha 0.01 (2-arah)
150	1,65508	1,97591	2,35146	2,609
151	1,65501	1,9758	2,3513	2,60878
152	1,65494	1,97569	2,35113	2,60856
153	1,65487	1,97559	2,35097	2,60834
154	1,65481	1,97549	2,35081	2,60813
155	1,65474	1,97539	2,35065	2,60792
156	1,65468	1,97529	2,35049	2,60771
157	1,65462	1,97519	2,35033	2,60751
158	1,65455	1,97509	2,35018	2,6073
159	1,65449	1,975	2,35003	2,6071
160	1,65443	1,9749	2,34988	2,60691
161	1,65437	1,97481	2,34973	2,60671
162	1,65431	1,97472	2,34959	2,60652
163	1,65426	1,97462	2,34944	2,60633
164	1,6542	1,97453	2,3493	2,60614
165	1,65414	1,97445	2,34916	2,60595
166	1,65408	1,97436	2,34902	2,60577
167	1,65403	1,97427	2,34888	2,60559
168	1,65397	1,97419	2,34875	2,60541
169	1,65392	1,9741	2,34862	2,60523
170	1,65387	1,97402	2,34848	2,60506

Lampiran f tabel

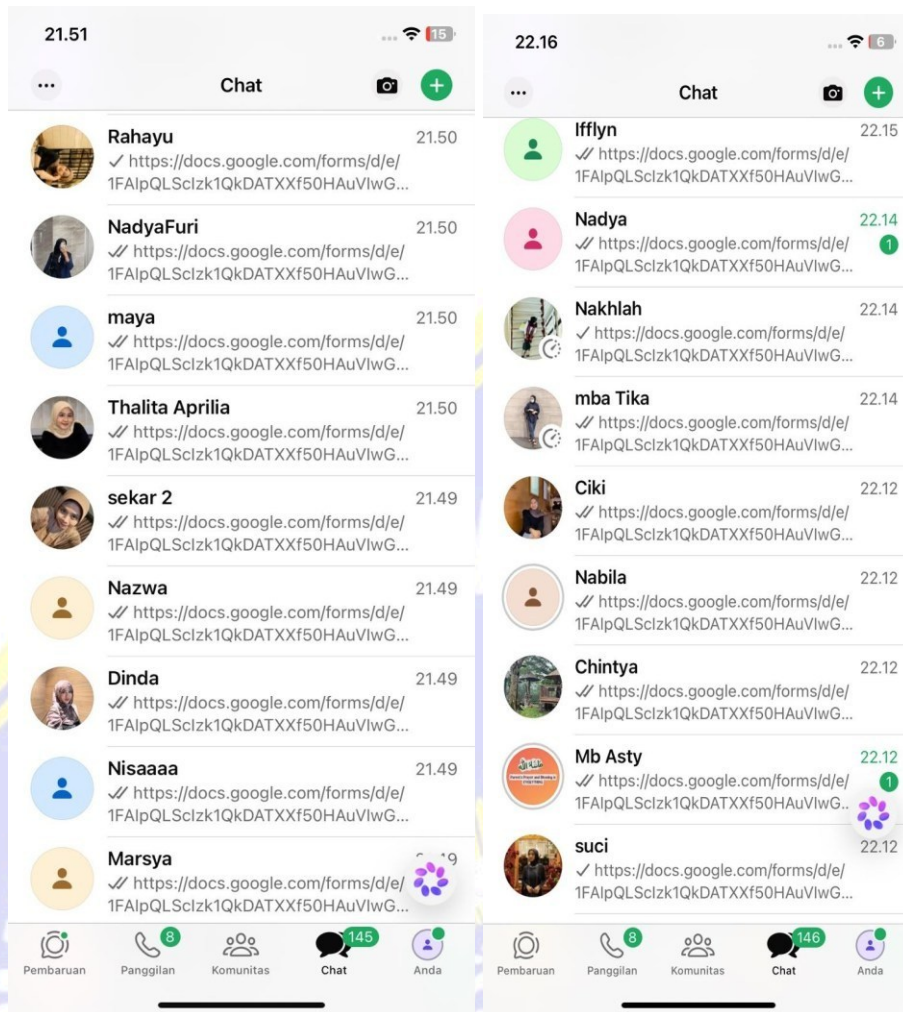
Titik Persentase Distribusi F ($\alpha = 0,05$, Potongan df 150 - 170)

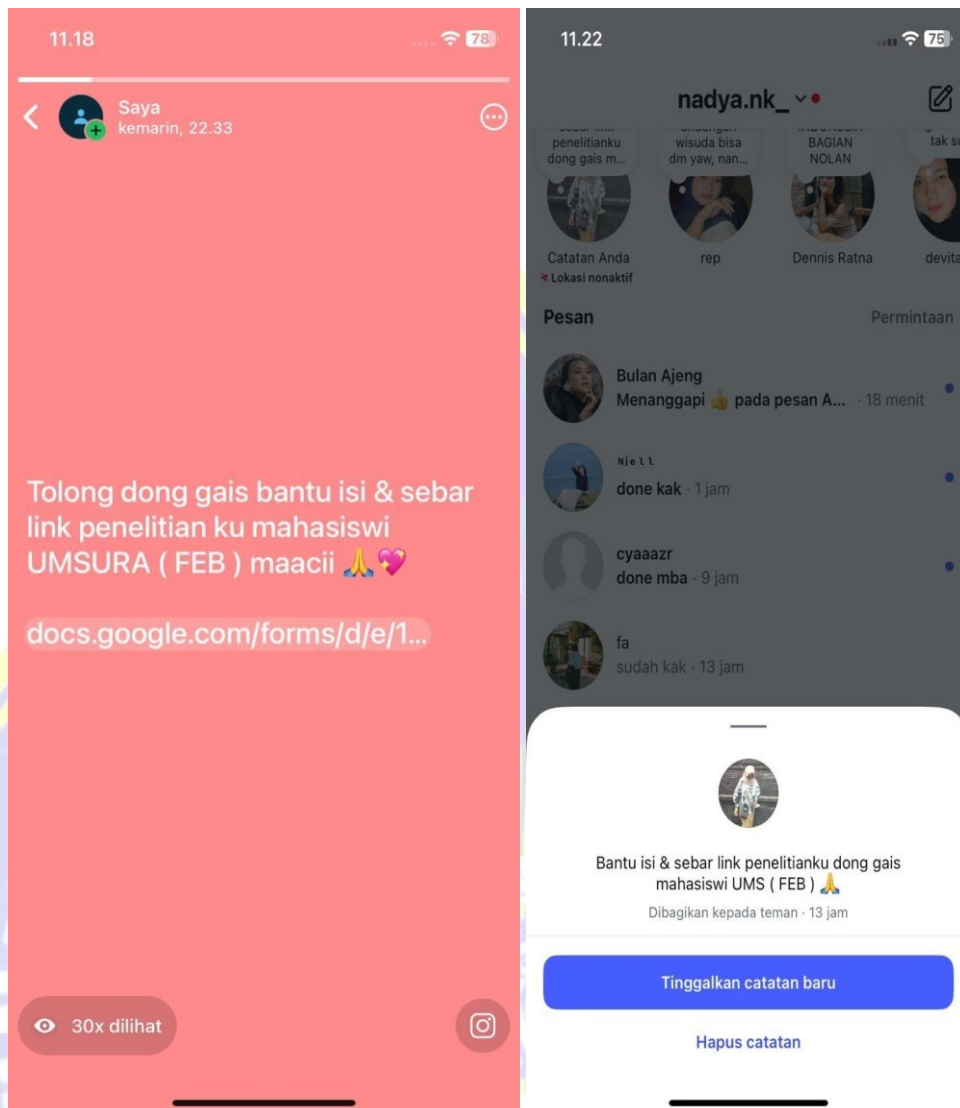
df2 \ df1	df1 = 1	df1 = 2	df1 = 3	df1 = 4	df1 = 5
150	3,9042	3,05637	2,66491	2,43197	2,27449
151	3,90378	3,05596	2,6645	2,43156	2,27409
152	3,90337	3,05556	2,66411	2,43116	2,27369
153	3,90296	3,05516	2,66371	2,43077	2,27329
154	3,90255	3,05477	2,66333	2,43038	2,2729
155	3,90215	3,05438	2,66295	2,43	2,27252
156	3,90176	3,054	2,66257	2,42963	2,27214
157	3,90137	3,05363	2,6622	2,42925	2,27176
158	3,90099	3,05326	2,66183	2,42889	2,27139
159	3,90061	3,05289	2,66147	2,42852	2,27103
160	3,90024	3,05253	2,66111	2,42816	2,27067
161	3,89987	3,05217	2,66075	2,42781	2,27031
162	3,8995	3,05182	2,66041	2,42746	2,26996
163	3,89914	3,05147	2,66006	2,42712	2,26961
164	3,89879	3,05113	2,65972	2,42677	2,26927
165	3,89844	3,05079	2,65938	2,42644	2,26893
166	3,89809	3,05045	2,65905	2,42611	2,2686
167	3,89775	3,05012	2,65872	2,42578	2,26827
168	3,89741	3,04979	2,6584	2,42545	2,26794
169	3,89707	3,04947	2,65808	2,42513	2,26762
170	3,89674	3,04915	2,65776	2,42482	2,2673

Lampiran Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner Penelitian









Lampiran SK Dosen Pembimbing



UMSURA
Universitas Muhammadiyah Surabaya

**Fakultas Ekonomi
dan Bisnis**

Surabaya, 15 September 2025

Nomor : 258/IL.3.AU/FEB/A/2025
 Lamp. : -
 Hal : Dosen Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping

Kepada Yth,
 1. Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM, CMA
 2. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., MM

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan telah dipenuhinya persyaratan penulisan skripsi, sebagai mana diatur dalam :

1. Peraturan Rektor no:566.1/PRN/IL.3.AU.F/2014-03.09.2014, tentang pedoman Akademik Tahun 2014/2015 Universitas Muhammadiyah Surabaya, perihal penilaian hasil belajar point 4.5 (Tugas Akhir)
2. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis UMSurabaya No:68/IL.3.AU/A/Fak. Ekonomi/IX/2013 Tentang Pedoman Akademik Pelaksanaan Pendidikan Program Sarjana (S-1), Bab IV Point C.4 (Prosedur Penilaian Skripsi).

Maka dimohon perkenannya untuk menjadi pembimbing terhadap mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Nadya Nur Kholifah
 NIM : 20221221022
 Prodi : Manajemen
 Judul Skripsi : " PENGARUH INFLUENCER, BRAND IMAGE DAN CONSUMER TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA"

Pembimbing Utama : Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM, CMA
 Pembimbing Pendamping : Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., MM

Demikian, atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.


 Prodi Manajemen,

 Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM

Tembusan Yth, (Tanpa Lampiran):

1. Dekan.
2. Kaprodi Manajemen
3. Mahasiswa Yang Bersangkutan

Home of Champions

 Fakultas Studi Islam dan Peradaban (FSIP) : Fakultas Pendidikan, Kemanusiaan, dan Sastra (PKKS) : Fakultas Teknik (FT)
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) : Fakultas Hukum (FH)
 Fakultas Ilmu Kesehatan (FIK) : Fakultas Psikologi (TPS)
 Fakultas Kelesteran (FK) : Fakultas Kelesteran Cipta (FKC)
 Pascasarjana

Alamat
 Jl. Sutorejo No. 59 Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia 60181

Kontak
 Phone : 031 3813096
 Fax : 031 3813096
 Email : fakultas@umsu-surabaya.ac.id

Lampiran Kartu Bimbingan Skripsi


UMSURA
 Universitas Muhammadiyah Surabaya

**FAKULTAS EKONOMI
dan Bisnis**

SKRIPSI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI / TA / KTI

Nama : ALBONA ANA KHOLIFAH
 NIM : 20021214023
 Prodi Studi : MANAJEMEN D3/D4(S1)
 Judul Skripsi / TA / KTI : Pengaruh Instagram Brand/Label dan Consumer Trust Terhadap Purchase Intention Di antara Remaja Arab Mahasiswa
Universitas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya

Dosen Pembimbing I : Ali Muhammad Fauzan, S.Sos., M.Si., CMA
 Dosen Pembimbing II : Phenny Adhianawati Mulyana, S.E., M.M.

No	Tanggal Bimbingan	Topik	Saran/komen	TTD Dosen
1	Senin 20-Juni-2023	membuat angket & uji coba angket		
2	Jumat 19-Juli-2023	Haloo, Penambahan teori yang sudah Sembel, Penambahan tabel & sumber data		
3	Rabu 22-Juni-2023	absensi beres - wawancara dari buku referensi - gambar 21.		
4	Kamis 23-Juli-2023	penambahan data primer, kesuksesan mengakses kuantitatif di lab 5		
5	Senin 24-Juni-2023	ACE Sampel		
6	Senin 24-Juni-2023	ACE Sampel		
7				
8				
9				
10				
11				
12				

Ketentuan
 1. Konsultasi dengan 1 (satu) dosen pembimbing minimal 6 (Enam) kali
 2. Setiap konsultasi harus membawa kartu bimbingan
 3. Kartu yang hilang atau tidak bawa pada saat bimbingan atau konsultasi tidak diganti
 4. Jika tidak memenuhi ketentuan diatas, maka ujian skripsi tidak dapat dilaksanakan

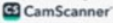
Sarahya
 Ketua Program Studi

NIDN.

Home of Champions

 Fakultas Studi Islam dan Peradaban (FSIP) | Fakultas Pendidikan,
 Komunikasi, dan Sains (FPKS) | Fakultas Teknik (FT)
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) | Fakultas Hukum (FH)
 Fakultas Ilmu Kesehatan (FIK) | Fakultas Psikologi (FPSO)
 Fakultas Kedokteran (FK) | Fakultas Kedokteran Gigi (FKG)
 Pascasarjana

Alamat
 Jl. Sutorejo No. 13 Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia 60133
 Kontak
 Phone : 031-8030346
 Fax : 031-8030345
 Email : fmk@um-surabaya.ac.id

Dipindai dengan


Lampiran Surat Keterangan Bukti Plagiasi

 UMSURA Universitas Muhammadiyah Surabaya	Biro Perpustakaan	https://library.um-surabaya.ac.id 081336590188 perpustakaan@um-surabaya.ac.id
<u>SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI</u>		
Naskah tugas akhir / skripsi / karya tulis / tesis yang diserahkan atas :		
N a m a	: Nadya Nur Kholifah	
N I M	: 20221221022	
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis	
Prodi	: (S1) Manajemen	
Alamat	: Kedung cowek timur 1/43	
Judul	: PENGARUH INFLUENCER, BRAND IMAGE DAN CONSUMER TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA	
telah diserahkan dan memenuhi kriteria batas maksimal yang sudah ditentukan.		
Mengetahui,  Dyah Ayu S., S.Sos.	Surabaya, 11 Agustus 2026 Petugas Perpustakaan  Ardi Surya H. K., S.Sos.	

Lampiran Endorsement Letter

	UMSURA Universitas Muhammadiyah Surabaya	Pusat Bahasa
<u>ENDORSEMENT LETTER</u> 929/PB-UMS/EL/VIII/2026		
This letter is to certify that the abstract of the thesis below		
Title	: The Effect of Influencers, Brand Image, and Consumer Trust on Purchase Intention for Skintific Skincare Products among Female Students at The Faculty of Economics and Business of Muhammadiyah University of Surabaya	
Name	: Nadya Nur Kholifah	
Student ID Number	: 20221221022	
Department	: Management, Bachelor program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Surabaya, Indonesia	
has been endorsed by Language Center of Muhammadiyah University of Surabaya for further approval by the examining committee of the faculty.		
Surabaya, 10 August 2026		
Chairperson,		
		
Jepri Ali Saiful, Ph.D.		

Lampiran Lembar Perbaikan Skripsi

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

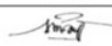
Nama Mahasiswa : NADYA NUR KHOLIFAH

NIM : 20221221022

Jurusan : Manajemen

Judul : PENGARUH *INFLUENCER, BRAND IMAGE* DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP *PURCHASE INTENTION SKINCARE* SKINTIFIC PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

Kami telah menyetujui perbaikan atas naskah skripsi mahasiswa tersebut diatas:

No.	Nama Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M		11 – 08 – 2026
2.	Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA		12 – 08 – 2026
3.	Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M		21/08/2026

Surabaya,.....

Ketua Program Studi

(.....)