

KUISIONER

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK EMINA
(Studi Pada Mahasiswi FEB UNISNU Jepara)**



Disusun oleh:

Zakya Annisa

NIM: 141110001415

Program Studi: Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA'
JEPARA
2021**

Kepada:
Yth. Bapak / Ibu/ Sdr/i.
Mahasiswi FEB UNISNU Jepara

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi tentang “PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK EMINA (Studi Pada Mahasiswi FEB UNISNU Jepara)”, kami sangat berharap kesediaan dan bantuan dari Bapak/ Ibu/ Sdr/i untuk mengisi dengan memberikan jawaban pada daftar pertanyaan ini.

Konsumen sampaikan terima kasih atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr/i untuk partisipasinya dalam penelitian ini sangat dipengaruhi oleh jawaban Bapak / Sdr. Oleh karena itu jawaban yang jujur dan obyektif mempunyai nilai yang tidak terhingga bagi konsumen.

Penelitian ini tidak ada maksud apa-apa kecuali untuk keperluan ilmiah, sehingga suatu kehormatan bagi konsumen bila Bapak/ Ibu/ Sdr/ i ikut terlibat didalamnya.

Penulis

Zakya Annisa
NIM: 141110001415

DATA KUESIONER

Nama :

Alamat :

No Hp :

A. Karakteristik Responden

Berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan dibawah ini sesuai dengan keadaan anda:

1. Jenis Kelamin Anda:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Anda saat ini:
 - c. Kurang dari 20 tahun
 - d. 20-25 tahun
 - e. 25 tahun – 30 tahun
 - f. Lebih dari 30 tahun
3. Pendapatan/ uang saku anda tiap bulan saat ini:
 - a. Kurang dari Rp. 1.600.000
 - b. 1.600.001 – Rp. 2.500.000
 - c. 2.500.001 – Rp. 3.300.000
 - d. Lebih dari Rp. 3.500.001

❖ Petunjuk pengisian pertanyaan:

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda silang (x) pada kotak yang tersedia. Alternatif pilihan:

- SS : Sangat Setuju nilai: 5
 S : Setuju nilai: 4
 N : Netral nilai: 3
 TS : Tidak Setuju nilai: 2
 STS : Sangat Tidak Setuju nilai: 1

Kuesioner: E-WOM

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	KETERANGAN
		1	2	3	4	5	
1.	Konsumen percaya bahwa Kosmetik Emina adalah produk yang baik, karena menggunakan platform sosial media yang terkenal.						
2.	Konsumen memiliki keinginan tulus memberikan rekomendasi akan Kosmetik Emina kepada konsumen lain						
3.	Konsumen memiliki keinginan berbagi pengalaman mengenai Kosmetik Emina untuk meningkatkan citra diri sebagai pembeli yang cerdas.						
4.	Konsumen memiliki keinginan mencari saran dan rekomendasi dari konsumen lain mengenai Kosmetik Emina						

Kuesioner: Product Quality

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	KETERANGAN
		1	2	3	4	5	
1.	Kualitas produk Kosmetik Emina dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yaitu untuk berdandan						
2.	Daya tahan Kosmetik Emina dapat untuk jangka panjang						1.
3.	Fungsi Kosmetik Emina selain untuk berdandan juga untuk menjaga wajah agar tetap baik						
4.	Kosmetik Emina awet jika dapat bertahan dalam pemakaian yang berulang-ulang.						
5.	Kosmetik Emina mempunyai konsistensi tinggi dan sesuai dengan standart yang ditentukan						
6.	Aspek emosional cukup mempengaruhi kepuasan konsumen dengan desain kemasan ataupun bentuk produk Kosmetik Emina.						

Kuesioner: Brand Image

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	KETERANGAN
		1	2	3	4	5	
1.	Persepsi konsumen, bahwa Kosmetik Emina baik dan bermanfaat bagi konsumen.						1.
2.	Reputasi baik Kosmetik Emina di mata konsumen, dan dianggap memiliki manfaat ekspresi diri dan menambah rasa percaya diri bagi konsumen						
3.	Ingatan konsumen akan semakin kuat setelah konsumen merasakan manfaat dari Kosmetik Emina dan merasa bahwa merek lain tidak akan bisa memuaskan keinginan konsumen tersebut						

Kuesioner: Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	KETERANGAN
		1	2	3	4	5	
1.	Proses pembelian Kosmetik Emina dimulai saat konsumen mengenali masalah atau kebutuhan, yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.						
2.	Konsumen terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak mengenai Kosmetik Emina.						
3.	Konsumen memiliki sikap beragam mengenai Kosmetik Emina dalam memandang atribut yang relevan dan penting menurut manfaat yang mereka cari						
4.	Konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan akhirnya memilih Kosmetik Emina						
5.	Konsumen banyak yang melakukan pembelian ulang Kosmetik Emina.						

DATA PENELITIAN
PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PRODUCT QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK EMINA
(Studi Pada Mahasiswi FEB UNISNU Jepara)

NO	JK	US	PDP	E-WOM				Product Quality						Brand Image				Keputusan Pembelian							
				1	2	3	4	Jml	1	2	3	4	5	6	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	4	5	Jml
1	2	1	2	3	5	3	4	15	4	3	3	3	4	4	21	3	4	3	10	2	3	4	4	3	16
2	2	2	1	3	5	3	4	15	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	9	2	3	3	3	4	15
3	2	2	2	4	5	3	4	16	4	4	3	3	4	3	21	3	4	3	10	3	3	4	4	4	18
4	2	2	2	4	5	4	5	18	4	3	3	3	4	4	21	3	4	4	11	2	3	4	4	3	16
5	2	3	2	4	5	4	5	18	5	4	3	3	4	4	23	3	4	4	11	3	3	4	4	4	18
6	2	1	2	5	4	3	4	16	4	4	3	4	4	3	22	4	4	3	11	4	3	4	4	4	19
7	2	3	1	4	4	3	4	15	4	3	3	4	4	4	22	4	4	3	11	3	4	4	4	3	18
8	2	1	1	4	5	4	5	18	4	5	3	4	5	4	25	3	4	4	11	3	4	4	5	5	21
9	2	1	3	4	5	4	5	18	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	9	3	3	4	4	4	18
10	2	2	3	4	5	5	5	19	5	4	3	3	4	4	23	3	4	3	10	2	3	4	4	4	17
11	2	1	1	3	3	4	3	13	3	3	4	4	4	3	21	3	4	4	11	3	3	4	4	3	17
12	2	1	2	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	14	5	5	5	5	5	25
13	2	1	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
14	2	3	3	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	12	5	4	4	4	5	22
15	2	1	2	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	11	4	3	4	4	4	19
16	2	1	2	3	4	4	4	15	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
17	2	4	3	5	5	5	3	18	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	15	5	3	5	5	5	23
18	2	2	2	4	4	5	3	16	5	5	4	4	4	3	25	5	4	4	13	5	3	4	4	5	21
19	2	3	1	4	4	4	2	14	2	4	4	4	4	2	20	4	4	4	12	5	2	4	4	4	19
20	2	1	2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	10	3	3	3	3	3	15
21	2	1	2	5	3	5	4	17	4	5	3	5	3	4	24	4	3	4	11	3	4	5	3	5	20
22	2	2	1	5	5	5	2	17	2	5	5	5	5	2	24	4	5	4	13	5	2	5	5	5	22
23	2	2	2	5	3	5	2	15	2	5	3	5	3	2	20	5	3	5	13	3	2	5	3	5	18
24	2	2	2	3	4	3	4	14	4	3	4	3	4	4	22	5	4	5	14	4	4	3	4	3	18
25	2	1	1	5	3	5	5	18	5	5	3	5	3	5	26	5	3	5	13	3	5	5	3	5	21
26	2	1	3	5	3	5	3	16	3	5	3	5	3	3	22	5	3	5	13	4	3	5	3	5	20
27	2	2	3	3	3	3	4	13	4	3	3	5	3	4	22	4	3	4	11	3	4	3	3	3	16
28	2	1	1	3	3	3	5	14	5	3	3	4	3	5	23	5	3	4	12	5	5	3	3	3	19
29	2	3	1	3	5	5	4	17	4	5	5	5	5	4	28	4	5	5	14	3	2	3	5	5	18
30	2	2	1	4	4	4	3	15	3	4	4	5	4	3	23	3	4	5	12	3	3	4	4	4	18
31	2	3	2	4	4	4	5	17	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	14	4	5	4	4	4	21
32	2	2	2	4	4	4	3	15	3	4	4	5	4	3	23	3	4	5	12	4	3	4	4	4	19
33	2	1	2	5	5	5	4	19	4	5	5	5	5	4	28	4	5	5	14	4	2	5	5	5	21
34	2	2	1	5	5	5	3	18	4	5	5	3	5	5	27	4	5	4	13	5	3	5	5	5	23
35	2	2	1	5	5	5	3	18	3	5	5	5	5	5	28	3	5	4	12	5	3	5	5	5	23
36	2	3	2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
37	2	3	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
38	2	2	2	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	2	8	2	1	1	4	1	1	1	1	1	5
39	2	3	1	5	5	4	3	17	4	4	5	5	5	3	26	3	5	5	13	4	3	5	5	4	21
40	2	1	2	4	4	3	4	15	5	3	4	4	4	4	24	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
41	2	2	3	4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	13	5	5	4	4	5	23
42	2	2	2	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	4	26	5	4	4	13	5	4	5	4	5	23
43	2	3	4	5	5	5	3	18	5	5	5	5	5	3	28	5	5	4	14	5	3	5	5	5	23
44	2	2	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	7	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
45	2	2	3	5	5	3	5	18	3	3	5	5	5	5	26	5	5	4	14	3	5	5	5	3	21
46	2	3	2	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
47	2	2	2	4	4	5	3	16	4	5	4	4	4	3	24	4	4	4	12	5	3	4	4	5	21
48	2	4	2	3	4	2	5	14	5	2	4	2	4	3	20	4	4	5	13	4	5	3	4	2	18
49	2	2	4	5	2	5	5	17	4	4	5	2	5	5	25	5	5	4	14	4	5	2	5	4	20
50	2	4	1	5	5	4	5	19	5	5	4	5	4	5	28	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24

51	2	3	4	5	4	4	5	18	5	2	4	4	4	5	24	4	4	5	13	2	5	4	4	2	17
52	2	3	3	2	3	4	2	11	5	5	4	3	4	2	23	5	4	4	13	5	2	3	4	5	19
53	2	3	3	3	3	4	3	13	3	3	4	3	4	3	20	4	4	4	12	3	3	3	4	3	16
54	2	2	2	4	3	5	3	15	4	4	5	3	5	3	24	4	5	4	13	4	3	3	5	4	19
55	2	1	2	5	3	5	3	16	5	5	5	5	5	3	28	3	5	5	13	5	3	5	5	5	23
56	2	1	4	5	3	4	3	15	5	5	4	4	4	3	25	3	4	4	11	5	3	4	4	5	21
57	2	1	3	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	11	4	3	4	4	4	19
58	2	2	2	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
59	2	4	3	5	3	3	5	16	4	4	3	5	3	5	24	5	3	5	13	4	5	3	3	4	19
60	2	2	4	5	2	2	5	14	4	4	2	4	2	5	21	5	5	4	14	4	5	2	2	4	17
61	2	3	1	2	1	2	2	7	3	3	2	2	2	1	13	2	2	1	5	1	2	1	2	3	9
62	2	2	3	5	3	3	5	16	4	4	3	3	3	5	22	5	3	3	11	4	5	3	3	4	19
63	2	1	2	4	4	4	4	16	3	3	4	5	4	4	23	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
64	2	1	4	4	5	5	4	18	5	4	5	5	5	29	4	5	4	13	5	4	5	5	4	23	
65	2	2	2	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15	4	5	5	5	5	24	
66	2	1	4	4	3	3	4	14	4	4	3	3	3	20	4	3	5	12	4	4	3	3	4	18	
67	2	2	3	5	5	3	5	18	3	5	3	5	3	5	24	5	3	5	13	3	5	5	3	5	21
68	2	3	4	5	5	3	5	18	3	5	3	5	3	5	24	5	5	5	15	5	5	5	3	5	23
69	2	3	2	2	2	2	2	8	1	2	2	2	2	13	2	2	4	8	2	2	2	2	2	10	
70	2	1	2	3	4	4	3	14	3	3	4	4	4	3	21	3	4	4	11	3	3	4	4	3	17
71	2	3	2	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	29	5	5	4	14	5	5	5	5	5	25	
72	2	2	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	29	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	
73	2	3	3	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	12	5	4	4	5	4	22
74	2	2	3	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	11	4	3	4	4	4	19
75	2	2	2	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
76	2	2	2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	18	4	3	3	10	3	3	3	3	3	15	
77	2	3	3	4	5	3	4	16	4	5	3	5	3	4	24	4	5	4	13	3	4	5	3	5	20
78	2	3	4	2	2	2	2	8	3	2	2	3	2	3	15	1	2	1	4	3	2	2	2	2	11
79	2	1	4	3	4	4	3	14	5	5	4	4	4	3	25	4	4	4	12	5	3	4	4	5	21
80	2	1	3	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	11	4	3	4	4	4	19
81	2	2	3	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
82	2	2	4	5	3	3	5	16	4	4	3	5	3	5	24	5	4	5	14	4	5	3	3	4	19
83	2	1	4	5	2	2	5	14	4	4	2	4	2	5	21	5	4	4	13	4	5	2	2	4	17
84	2	3	1	2	1	2	2	7	3	3	2	2	2	1	13	2	1	2	5	1	2	1	2	3	9
85	2	2	2	5	3	3	5	16	4	4	3	3	3	5	22	5	3	3	11	4	5	3	3	4	19
86	2	1	2	4	4	4	4	16	3	3	4	5	4	4	23	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
87	2	3	1	4	5	5	4	18	5	4	5	5	5	29	4	5	4	13	5	4	5	5	4	23	
88	2	2	2	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15	4	5	5	5	5	24	
89	2	3	1	4	4	3	4	15	4	4	3	3	3	20	4	3	5	12	4	4	3	3	4	18	
90	2	2	3	5	5	3	5	18	3	5	3	5	3	5	24	5	3	5	13	3	5	5	3	5	21
91	2	3	4	5	5	3	5	18	3	5	3	5	3	5	24	5	3	5	13	5	5	5	3	5	23
92	2	3	1	5	4	2	2	13	1	2	2	4	2	2	13	1	2	2	5	2	2	2	2	2	10
93	2	2	3	3	3	4	3	13	3	3	4	4	4	3	21	4	4	4	12	3	3	4	4	3	17
94	2	3	2	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	29	5	5	4	14	5	5	5	5	5	25	
95	2	3	1	5	4	2	2	13	1	2	2	4	2	2	13	1	2	2	5	2	2	2	2	2	10

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	95	100.0	100.0	100.0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 20 Tahun	27	28.4	28.4	28.4
	20-25 Tahun	36	37.9	37.9	66.3
	25-30 Tahun	28	29.5	29.5	95.8
	Lebih dari 30 Tahun	4	4.2	4.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp. 1.600.000	21	22.1	22.1	22.1
	Rp. 1.600.001 - Rp. 2.500.000	39	41.1	41.1	63.2
	Rp. 2.500.001 - Rp. 3.500.000	22	23.2	23.2	86.3
	Lebih dari Rp. 3.500.001	13	13.7	13.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	5	5.3	5.3	7.4
	3	17	17.9	17.9	25.3
	4	31	32.6	32.6	57.9
	5	40	42.1	42.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	5	5.3	5.3	9.5
	3	22	23.2	23.2	32.6
	4	31	32.6	32.6	65.3
	5	33	34.7	34.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	9	9.5	9.5	11.6
	3	24	25.3	25.3	36.8
	4	31	32.6	32.6	69.5
	5	29	30.5	30.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	10	10.5	10.5	12.6
	3	24	25.3	25.3	37.9
	4	27	28.4	28.4	66.3
	5	32	33.7	33.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

E-WOM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	2	2.1	2.1	2.1
	7	2	2.1	2.1	4.2
	8	2	2.1	2.1	6.3
	11	1	1.1	1.1	7.4
	12	2	2.1	2.1	9.5
	13	6	6.3	6.3	15.8
	14	13	13.7	13.7	29.5
	15	12	12.6	12.6	42.1
	16	18	18.9	18.9	61.1
	17	7	7.4	7.4	68.4
	18	19	20.0	20.0	88.4
	19	3	3.2	3.2	91.6
	20	8	8.4	8.4	100.0
Total		95	100.0	100.0	

X21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	4	4.2	4.2	8.4
	3	22	23.2	23.2	31.6
	4	44	46.3	46.3	77.9
	5	21	22.1	22.1	100.0
Total		95	100.0	100.0	

X22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	6	6.3	6.3	8.4
	3	23	24.2	24.2	32.6
	4	28	29.5	29.5	62.1
	5	36	37.9	37.9	100.0
Total		95	100.0	100.0	

X23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	8	8.4	8.4	10.5
	3	29	30.5	30.5	41.1
	4	34	35.8	35.8	76.8
	5	22	23.2	23.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	4	4.2	4.2	6.3
	3	19	20.0	20.0	26.3
	4	32	33.7	33.7	60.0
	5	38	40.0	40.0	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	8	8.4	8.4	10.5
	3	20	21.1	21.1	31.6
	4	42	44.2	44.2	75.8
	5	23	24.2	24.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X26

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	9	9.5	9.5	11.6
	3	29	30.5	30.5	42.1
	4	24	25.3	25.3	67.4
	5	31	32.6	32.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Product Quality

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7	1	1.1	1.1	1.1
	8	1	1.1	1.1	2.1
	13	5	5.3	5.3	7.4
	15	1	1.1	1.1	8.4
	18	2	2.1	2.1	10.5
	20	7	7.4	7.4	17.9
	21	8	8.4	8.4	26.3
	22	10	10.5	10.5	36.8
	23	15	15.8	15.8	52.6
	24	13	13.7	13.7	66.3
	25	8	8.4	8.4	74.7
	26	5	5.3	5.3	80.0
	27	2	2.1	2.1	82.1
	28	7	7.4	7.4	89.5
	29	7	7.4	7.4	96.8
	30	3	3.2	3.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X31

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	4	4.2	4.2	8.4
	3	20	21.1	21.1	29.5
	4	35	36.8	36.8	66.3
	5	32	33.7	33.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X32

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.2	3.2	3.2
	2	5	5.3	5.3	8.4
	3	18	18.9	18.9	27.4
	4	44	46.3	46.3	73.7
	5	25	26.3	26.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X33

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	3	3.2	3.2	7.4
	3	11	11.6	11.6	18.9
	4	50	52.6	52.6	71.6
	5	27	28.4	28.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Brand Image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	3	1	1.1	1.1	1.1	
	4	2	2.1	2.1	3.2	
	5	4	4.2	4.2	7.4	
	8	1	1.1	1.1	8.4	
	9	2	2.1	2.1	10.5	
	10	5	5.3	5.3	15.8	
	11	16	16.8	16.8	32.6	
	12	23	24.2	24.2	56.8	
	13	22	23.2	23.2	80.0	
	14	12	12.6	12.6	92.6	
	15	7	7.4	7.4	100.0	
		Total	95	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	8	8.4	8.4	12.6
	3	30	31.6	31.6	44.2
	4	25	26.3	26.3	70.5
	5	28	29.5	29.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	12	12.6	12.6	14.7
	3	32	33.7	33.7	48.4
	4	22	23.2	23.2	71.6
	5	27	28.4	28.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	7	7.4	7.4	11.6
	3	17	17.9	17.9	29.5
	4	37	38.9	38.9	68.4
	5	30	31.6	31.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	8	8.4	8.4	10.5
	3	20	21.1	21.1	31.6
	4	42	44.2	44.2	75.8
	5	23	24.2	24.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	6	6.3	6.3	8.4
	3	23	24.2	24.2	32.6
	4	28	29.5	29.5	62.1
	5	36	37.9	37.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	2	2.1	2.1	2.1
	9	2	2.1	2.1	4.2
	10	3	3.2	3.2	7.4
	11	1	1.1	1.1	8.4
	15	3	3.2	3.2	11.6
	16	4	4.2	4.2	15.8
	17	7	7.4	7.4	23.2
	18	19	20.0	20.0	43.2
	19	14	14.7	14.7	57.9
	20	5	5.3	5.3	63.2
	21	12	12.6	12.6	75.8
	22	3	3.2	3.2	78.9
	23	11	11.6	11.6	90.5
	24	3	3.2	3.2	93.7
	25	6	6.3	6.3	100.0
Total		95	100.0	100.0	

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X11	11.49	6.168	.639	.663
X12	11.68	5.899	.626	.666
X13	11.77	6.627	.487	.742
X14	11.76	6.462	.492	.741

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X21	19.26	15.132	.534	.827
X22	19.09	14.172	.632	.808
X23	19.35	13.761	.739	.786
X24	18.99	15.011	.551	.824
X25	19.24	13.845	.741	.786
X26	19.27	14.839	.503	.835

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X31	7.85	2.957	.654	.745
X32	7.89	3.329	.605	.790
X33	7.79	3.083	.720	.676

Reliability



UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA' (UNISNU) JEPARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Konsentrasi:

Manajemen Keuangan
Manajemen Pemasaran

Manajemen Sumber Daya Manusia
Manajemen Operasional

Jl. Tamansiswa (Pekeng) Tahunan Jepara 59427 Telp: (0291) 595320 fax: (0291) 592630
Email: manajemen@unisnu.ac.id <http://www.feb.unisnu.ac.id>

Surat Keterangan

Bebas Plagiarisme

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara (UNISNU) Jepara telah melaksanakan pengecekan plagiarisme terhadap skripsi yang disusun oleh:

Nama : ZAKYA ANNISA

NIM : 141110001415

**Judul : PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
PRODUCT QUALITY DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK KOSMETIK EMINA**

(Studi Pada Mahasiswi FEB UNISNU Jepara)

Tahapan : Pasca Ujian

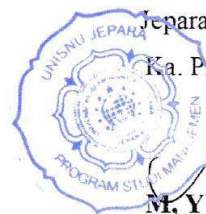
Pengecekan plagiarisme dilaksanakan sebagai berikut:

Aplikasi : Plagiarism Checker X

Tanggal : 15 Oktober 2021

Hasil : similarity 10%

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Jepara, 15 Oktober 2021

Ka. Prodi. Manajemen

M. YUNIES EDWARD, S.E., M.M

NIY: 1 810627 12 090