

# Lampiran



## INSTRUMEN PENELITIAN

### **PENGARUH *VIRAL MARKETING, DIGITAL MARKETING* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* WARDAH DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNMUH PONOROGO ANGKATAN 2018)**

Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu peserta *survey* dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya Erma Nursuciati, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Program Studi Manajemen, saat ini sedang mengadakan penelitian berjudul Pengaruh *Viral Marketing, Digital Marketing* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unmuh Ponorogo Angkatan 2018).

Saya sangat menghargai kejujuran Rekan Mahasiswa/i dalam mengisi kuesioner ini. Saya menjamin kerahasiaan Rekan Mahasiswa/i terkait dengan kuesioner. Hasil *survey* ini semata-mata digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan komersial.

Nama Responden : \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin

Laki-laki  Perempuan

Usia

..... tahun

Penghasilan

< 1 juta  1 – 3 juta  > 3 juta

Lama Menggunakan *Skincare* Wardah

< 3 bulan  3 – 6 bulan  > 6 bulan

Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom pada jawaban yang tersedia.
2. Keterangan jawaban sebagai berikut:
  - SS ; Sangat Setuju.
  - S : Setuju.
  - N : Netral
  - TS : Tidak Setuju.
  - STS : Sangat Tidak Setuju

**Pernyataan Untuk Variabel *Viral Marketing* (X<sub>1</sub>)**

	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
X <sub>1.1</sub>	Pengetahuan produk					
	Saya mengetahui keunggulan dan kualitas <i>skincare</i> Wardah yang saya gunakan.					
X <sub>1.2</sub>	Kejelasan informasi produk					
	Informasi <i>skincare</i> Wardah secara jelas tercantum pada berbagai media masa.					
X <sub>1.3</sub>	Membicarakan produk					
	Saya selalu membicarakan produk <i>skincare</i> Wardah dengan teman-teman pada berbagai kesempatan.					

**Pernyataan Untuk Variabel *Digital Marketing* (X<sub>2</sub>)**

	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
X <sub>2.1</sub>	Website					
	<i>Skincare</i> Wardah memiliki website di berbagai media sosial.					
X <sub>2.2</sub>	Optimasi Mesin Pencarian					
	Saya selalu menggunakan mesin pencarian secara optimal terkait produk <i>skincare</i> Wardah.					
X <sub>2.3</sub>	Pemasaran Afiliasi dan Kemitraan Strategi					
	Produk <i>skincare</i> Wardah mudah ditemukan di berbagai tempat karena menjalin kerja sama dengan berbagai pihak.					
X <sub>2.4</sub>	Jejaring Sosial					
	Produk <i>skincare</i> Wardah memiliki jaringan sosial dimana-mana.					

**Pernyataan Untuk Variabel Kepercayaan (X<sub>3</sub>)**

	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
X <sub>3.1</sub>	Jaminan Kepuasan					
	Saya selalu puas menggunakan <i>skincare</i> Wardah.					
X <sub>3.2</sub>	Perhatian					
	<i>Skincare</i> Wardah menjadi perhatian pertama saya saat mencari produk <i>skincare</i> .					
X <sub>3.3</sub>	Keterusterangan					
	<i>Skincare</i> Wardah selalu jujur dalam menyampaikan berbagai hal terkait produknya..					

**Pernyataan Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Y.1	Kemantapan hati untuk membeli produk					
	Terkait produk <i>skincare</i> , pasti saya beli <i>Skincare</i> Wardah					
Y.2	Memesan produk yang akan dibeli					
	<i>skincare</i> Wardah selalu ada dalam daftar belanjaan bulanan saya					
Y.3	Melakukan pembayaran					
	Saya selalu membayar <i>skincare</i> Wardah pada media toko <i>online</i> langganan saya					

### DATA DEMOGRAFIS UNTUK SPSS

No. Resp.	Jenis Kelamin	Usia	Penghasilan	Lama Menggunakan Wardah
1.	1	1	3	3
2.	1	2	3	3
3.	1	3	3	3
4.	1	2	2	2
5.	2	2	2	2
6.	2	2	2	3
7.	1	2	2	3
8.	1	2	3	3
9.	1	1	2	2
10.	2	1	2	2
11.	1	3	2	2
12.	1	3	2	3
13.	2	2	2	3
14.	1	2	2	3
15.	2	2	3	3
16.	1	2	2	3
17.	1	2	2	3
18.	2	1	3	3
19.	1	1	2	2
20.	1	2	2	2
21.	2	3	2	2
22.	2	2	2	3
23.	2	2	2	3
24.	2	2	2	2
25.	2	3	2	1
26.	2	3	2	1
27.	2	2	2	1
28.	2	2	3	3
29.	2	2	2	3
30.	2	1	2	3
31.	2	3	3	3
32.	2	3	3	3



**DATA MENTAH**

No.	Indikator																	Jumlah
	Viral Marketing				Digital Marketing					Kepercayaan				Keputusan Pembelian				
	X <sub>1</sub>				X <sub>2</sub>					X <sub>3</sub>				Y				
	1	2	3	Jlh	1	2	3	4	Jlh	1	2	3	Jlh	1	2	3	Jlh	
	Nomor Pernyataan																	
	1	2	3	Σ	4	5	6	7	Σ	8	9	10	Σ	12	12	13	Σ	
1.	5	5	5	15	5	5	5	4	19	4	4	5	13	4	4	4	12	59
2.	2	4	3	9	3	3	4	4	14	4	4	4	12	3	4	4	11	46
3.	4	4	3	11	3	3	4	3	13	3	4	4	11	4	3	3	10	45
4.	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	5	15	5	5	5	15	59
5.	4	4	5	13	5	5	5	4	19	5	4	4	13	4	4	4	12	57
6.	5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	4	4	13	4	4	4	12	58
7.	5	5	4	14	4	4	4	5	17	4	5	4	13	5	5	4	14	58
8.	5	5	5	15	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12	58
9.	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	3	10	49
10.	5	4	4	13	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	4	12	54
11.	5	5	4	14	4	4	5	5	18	5	4	4	13	5	5	5	15	60
12.	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	52
13.	5	5	5	15	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	5	13	58
14.	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	53
15.	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	52
16.	5	5	5	15	5	5	5	4	19	4	4	5	13	4	4	4	12	59
17.	2	4	3	9	3	3	4	4	14	4	4	4	12	3	4	4	11	46
18.	5	5	5	15	5	5	5	4	19	4	4	5	13	4	4	4	12	59
19.	2	4	3	9	3	3	4	4	14	4	4	4	12	3	4	4	11	46
20.	4	4	3	11	3	3	4	3	13	3	4	4	11	4	3	3	10	45
21.	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	5	15	5	5	5	15	59
22.	4	4	5	13	5	5	5	4	19	5	4	4	13	4	4	4	12	57
23.	5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	4	4	13	4	4	4	12	58
24.	5	5	4	14	4	4	4	5	17	4	5	4	13	5	5	4	14	58
25.	5	5	5	15	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12	58
26.	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	3	10	49
27.	5	4	4	13	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	4	12	54
28.	5	5	4	14	4	4	5	5	18	5	4	4	13	5	5	5	15	60
29.	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	52
30.	5	5	5	15	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	5	13	58
31.	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	53
32.	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	52

**DATA MENTAH UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS  
(UNTUK PENGUMPULAN DATA)**

Responden	Nomor Pernyataan													Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	59
2.	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	46
3.	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	45
4.	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	59
5.	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	57
6.	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	58
7.	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	58
8.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	58
9.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	49
10.	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	54
11.	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	60
12.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
13.	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	58
14.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
15.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
16.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	59
17.	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	46
18.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	59
19.	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	46
20.	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	45
21.	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	59
22.	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	57
23.	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	58
24.	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	58
25.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	58
26.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	49
27.	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	54
28.	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	60
29.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
30.	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	58
31.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
32.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52

**DATA MENTAH UNTUK R SQUARE, UJI t DAN UJI F**

<b>No</b>	<b><i>Viral Marketing</i></b>	<b><i>Digital Marketing</i></b>	<b>Kepercayaan</b>	<b>Keputusan Pembelian</b>
	<b>X<sup>1</sup></b>	<b>19</b>	<b>X<sup>3</sup></b>	<b>Y</b>
1.	15	14	13	12
2.	9	13	12	11
3.	11	17	11	10
4.	12	19	15	15
5.	13	18	13	12
6.	15	17	13	12
7.	14	19	13	14
8.	15	16	12	12
9.	12	17	11	10
10.	13	18	12	12
11.	14	16	13	15
12.	12	18	12	12
13.	15	16	12	13
14.	13	16	12	12
15.	12	19	12	12
16.	15	14	13	12
17.	9	19	12	11
18.	15	14	13	12
19.	9	13	12	11
20.	11	17	11	10
21.	12	19	15	15
22.	13	18	13	12
23.	15	17	13	12
24.	14	19	13	14
25.	15	16	12	12
26.	12	17	11	10
27.	13	18	12	12
28.	14	16	13	15
29.	12	18	12	12
30.	15	16	12	13
31.	13	16	12	12
32.	12	19	12	12

Tabel-tabel

A. Tabel R (Uji Validasi)

Tabel nilai kritis untuk r Pearson Product Moment								
dk=n- 2	Probabilitas 1 ekor							
	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0025	0,001	0,0005
	Probabilitas 2 ekor							
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,01	0,002	0,001
1	0,951	0,988	0,997	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2	0,800	0,900	0,950	0,980	0,990	0,995	0,998	0,999
3	0,687	0,805	0,878	0,934	0,959	0,974	0,986	0,991
4	0,608	0,729	0,811	0,882	0,692	0,942	0,963	0,974
5	0,551	0,669	0,754	0,833	0,875	0,906	0,935	0,951
6	0,507	0,621	0,707	0,789	0,834	0,870	0,905	0,925
7	0,472	0,582	0,666	0,750	0,798	0,836	0,875	0,898
8	0,443	0,549	0,632	0,715	0,765	0,805	0,847	0,872
9	0,419	0,521	0,602	0,685	0,735	0,776	0,820	0,847
10	0,398	0,497	0,576	0,658	0,708	0,750	0,795	0,823
11	0,380	0,476	0,553	0,634	0,684	0,726	0,772	0,801
12	0,365	0,458	0,532	0,612	0,661	0,703	0,750	0,780
13	0,351	0,441	0,514	0,592	0,641	0,683	0,730	0,760
14	0,338	0,426	0,497	0,574	0,623	0,664	0,711	0,742
15	0,327	0,412	0,482	0,558	0,606	0,647	0,694	0,725
16	0,317	0,134	0,468	0,543	0,590	0,631	0,678	0,708
17	0,308	0,389	0,456	0,529	0,575	0,616	0,662	0,693
18	0,299	0,378	0,444	0,516	0,561	0,602	0,648	0,679
19	0,291	0,369	0,433	0,503	0,549	0,589	0,635	0,665
20	0,284	0,360	0,171	0,492	0,537	0,576	0,622	0,652
21	0,277	0,352	0,413	0,482	0,526	0,565	0,610	0,640
22	0,271	0,344	0,404	0,472	0,515	0,554	0,599	0,629
23	0,265	0,337	0,134	0,462	0,505	0,543	0,588	0,618
24	0,260	0,330	0,388	0,453	0,496	0,534	0,578	0,607
25	0,255	0,323	0,381	0,445	0,487	0,524	0,632	0,597
26	0,250	0,317	0,374	0,437	0,479	0,515	0,559	0,588
27	0,245	0,311	0,367	0,430	0,471	0,507	0,550	0,579
28	0,241	0,306	0,361	0,171	0,463	0,499	0,541	0,570
29	0,237	0,301	0,355	0,416	0,456	0,491	0,533	0,562
30	0,233	0,349	0,349	0,409	0,449	0,484	0,526	0,554
35	0,216	0,275	0,325	0,381	0,418	0,452	0,492	0,519
40	0,202	0,349	0,349	0,358	0,393	0,141	0,463	0,490
45	0,190	0,243	0,288	0,338	0,129	0,403	0,439	0,465
50	0,181	0,231	0,273	0,321	0,354	0,384	0,419	0,443



**B. Tabel t (Uji Pengaruh Secara Parsial)**

T Distribution Critical Values												
df	.25	.20	.15	.10	.05	.025	.02	.01	.005	.0025	.001	.0005
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	15.89	31.82	63.66	127.3	318.3	636.6
2	.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	4.849	6.965	9.925	14.09	22.33	31.60
3	.765	.978	1.250	1.638	2.353	3.182	3.482	4.541	5.841	7.453	10.21	12.92
4	.741	.941	1.190	1.533	2.132	2.776	2.999	3.747	4.604	5.598	7.173	8.610
5	.727	.920	1.156	1.476	2.015	2.571	2.757	3.365	4.032	4.773	5.893	6.869
11	.697	.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.328	2.718	3.106	3.497	4.025	4.437
12	.695	.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.303	2.681	3.055	3.428	3.930	4.318
13	.694	.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.282	2.650	3.012	3.129	3.852	4.221
14	.692	.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.264	2.624	2.977	3.326	3.787	4.140
15	.691	.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.249	2.602	2.947	3.286	3.733	4.073
16	.690	.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.235	2.583	2.921	3.252	3.686	4.015
17	.689	.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.224	2.567	2.898	3.222	3.646	3.965
18	.688	.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.214	2.552	2.878	3.197	3.611	3.922
19	.688	.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.205	2.539	2.861	3.174	3.579	3.883
20	.687	.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.197	2.528	2.845	3.153	3.552	3.850
21	.686	.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.189	2.518	2.831	3.135	3.527	3.819
22	.686	.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.183	2.508	2.819	3.119	3.505	3.792
23	.685	.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.177	2.500	2.807	3.104	3.485	3.768
24	.685	.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.172	2.492	2.797	3.091	3.467	3.745
25	.684	.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.167	2.485	2.787	3.078	3.450	3.725
26	.684	.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.162	2.479	2.779	3.067	3.435	3.707
27	.684	.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.15	2.473	2.771	3.057	3.421	3.690
28	.683	.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.154	2.467	2.763	3.047	3.408	3.674
29	.683	.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.150	2.462	2.756	3.038	3.134	3.659
30	.683	.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.147	2.457	2.750	3.030	3.385	3.646
40	.681	.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.123	2.423	2.704	2.971	3.307	3.551
50	.679	.849	1.047	1.295	1.676	2.009	2.109	2.403	2.678	2.937	3.261	3.496

Table of F-statistics  $\alpha = 0.05$

df2\df1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	22	24	26	28	30	35	40	45	50	60	70	80	100	200	500	1000
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70	8.69	8.68	8.67	8.67	8.66	8.65	8.64	8.63	8.62	8.62	8.60	8.59	8.59	8.58	8.57	8.57	8.56	8.55	8.54	8.53	8.53
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86	5.84	5.83	5.82	5.81	5.80	5.79	5.77	5.76	5.75	5.75	5.73	5.72	5.71	5.70	5.69	5.68	5.67	5.66	5.65	5.64	5.63
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62	4.60	4.59	4.58	4.57	4.56	4.54	4.53	4.52	4.50	4.50	4.48	4.46	4.45	4.44	4.43	4.42	4.42	4.41	4.39	4.37	4.37
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94	3.92	3.91	3.90	3.88	3.87	3.86	3.84	3.83	3.82	3.81	3.79	3.77	3.76	3.75	3.74	3.73	3.72	3.71	3.69	3.68	3.67
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51	3.49	3.48	3.47	3.46	3.44	3.43	3.41	3.40	3.39	3.38	3.36	3.34	3.33	3.32	3.30	3.29	3.29	3.27	3.25	3.24	3.23
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22	3.20	3.19	3.17	3.16	3.15	3.13	3.12	3.10	3.09	3.08	3.06	3.04	3.03	3.02	3.01	2.99	2.99	2.97	2.95	2.94	2.93
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01	2.99	2.97	2.96	2.95	2.94	2.92	2.90	2.89	2.87	2.86	2.84	2.83	2.81	2.80	2.79	2.78	2.77	2.76	2.73	2.72	2.71
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85	2.83	2.81	2.80	2.79	2.77	2.75	2.74	2.72	2.71	2.70	2.68	2.66	2.65	2.64	2.62	2.61	2.60	2.59	2.56	2.55	2.54
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72	2.70	2.69	2.67	2.66	2.65	2.63	2.61	2.59	2.58	2.57	2.55	2.53	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.46	2.43	2.42	2.41
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62	2.60	2.58	2.57	2.56	2.54	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.44	2.43	2.41	2.40	2.38	2.37	2.36	2.35	2.32	2.31	2.30
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53	2.51	2.50	2.48	2.47	2.46	2.44	2.42	2.41	2.39	2.38	2.36	2.34	2.33	2.31	2.30	2.28	2.27	2.26	2.23	2.22	2.21
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46	2.44	2.43	2.41	2.40	2.39	2.37	2.35	2.33	2.32	2.31	2.28	2.27	2.25	2.24	2.22	2.21	2.20	2.19	2.16	2.14	2.14
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40	2.38	2.37	2.35	2.34	2.33	2.31	2.29	2.27	2.26	2.25	2.22	2.20	2.19	2.18	2.16	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35	2.33	2.32	2.30	2.29	2.28	2.25	2.24	2.22	2.21	2.19	2.17	2.15	2.14	2.12	2.11	2.09	2.08	2.07	2.04	2.02	2.02
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31	2.29	2.27	2.26	2.24	2.23	2.21	2.19	2.17	2.16	2.15	2.12	2.10	2.09	2.08	2.06	2.05	2.03	2.02	1.99	1.97	1.97
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27	2.25	2.23	2.22	2.20	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.11	2.08	2.06	2.05	2.04	2.02	2.00	1.99	1.98	1.95	1.93	1.92
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23	2.21	2.20	2.18	2.17	2.16	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.97	1.96	1.94	1.91	1.89	1.88
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.23	2.20	2.18	2.17	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05	2.04	2.01	1.99	1.98	1.97	1.95	1.93	1.92	1.91	1.88	1.86	1.85
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.86	1.85	1.82	1.80	1.79
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11	2.09	2.07	2.05	2.04	2.03	2.00	1.98	1.97	1.95	1.94	1.91	1.89	1.88	1.86	1.84	1.83	1.82	1.80	1.77	1.75	1.74
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07	2.05	2.03	2.02	2.00	1.99	1.97	1.95	1.93	1.91	1.90	1.87	1.85	1.84	1.82	1.80	1.79	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97	1.96	1.93	1.91	1.90	1.88	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77	1.75	1.74	1.73	1.69	1.67	1.66
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01	1.99	1.98	1.96	1.95	1.93	1.91	1.89	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.71	1.70	1.66	1.64	1.63
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.08	2.04	2.01	1.99	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.85	1.83	1.82	1.80	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65	1.63	1.60	1.57	1.57
40	4.08	3.23	<b>2.84</b>	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92	1.90	1.89	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.69	1.67	1.66	1.64	1.62	1.61	1.59	1.55	1.53	1.52
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89	1.87	1.86	1.84	1.82	1.81	1.78	1.76	1.74	1.73	1.71	1.68	1.66	1.64	1.63	1.60	1.59	1.57	1.55	1.51	1.49	1.48
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52	1.48	1.46	1.45

## C. Output SPSS

### 1. Data Demografis

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-laki	14	43.8	43.8	43.8
	Perempuan	18	56.3	56.3	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< 20 tahun	6	18.8	18.8	18.8
	20-25	18	56.3	56.3	75.0
	> 25 tahun	8	25.0	25.0	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

		Penghasilan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1-3 juta	23	71.9	71.9	71.9
	> 3 juta	9	28.1	28.1	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

		Lama Menggunakan Skincare Wardah			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< 3 bulan	3	9.4	9.4	9.4
	3-6 bulan	9	28.1	28.1	37.5
	> 6 bulan	20	62.5	62.5	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

### 2. Tanggapan Responden

		X1.1			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Tidak Setuju	3	9.4	9.4	9.4
	Setuju	12	37.5	37.5	46.9
	Sangat Setuju	17	53.1	53.1	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	19	59.4	59.4	59.4
	Sangat Setuju	13	40.6	40.6	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	15.6	15.6	15.6
	Setuju	16	50.0	50.0	65.6
	Sangat Setuju	11	34.4	34.4	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**TotalX1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	3	9.4	9.4	9.4
	11	2	6.3	6.3	15.6
	12	8	25.0	25.0	40.6
	13	6	18.8	18.8	59.4
	14	4	12.5	12.5	71.9
	15	9	28.1	28.1	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	15.6	15.6	15.6
	Setuju	16	50.0	50.0	65.6
	Sangat Setuju	11	34.4	34.4	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	15.6	15.6	15.6
	Setuju	16	50.0	50.0	65.6
	Sangat Setuju	11	34.4	34.4	100.0
	Total	32	100.0	100.0	



**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	21	65.6	65.6	65.6
	Sangat Setuju	11	34.4	34.4	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6.3	6.3	6.3
	Setuju	24	75.0	75.0	81.3
	Sangat Setuju	6	18.8	18.8	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**TotalX2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	2	6.3	6.3	6.3
	14	3	9.4	9.4	15.6
	16	8	25.0	25.0	40.6
	17	6	18.8	18.8	59.4
	18	6	18.8	18.8	78.1
	19	7	21.9	21.9	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6.3	6.3	6.3
	Setuju	22	68.8	68.8	75.0
	Sangat Setuju	8	25.0	25.0	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	28	87.5	87.5	87.5
	Sangat Setuju	4	12.5	12.5	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6.3	6.3	6.3
	Setuju	25	78.1	78.1	84.4
	Sangat Setuju	5	15.6	15.6	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**TotalX3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11	4	12.5	12.5	12.5
	12	15	46.9	46.9	59.4
	13	11	34.4	34.4	93.8
	15	2	6.3	6.3	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	15.6	15.6	15.6
	Setuju	21	65.6	65.6	81.3
	Sangat Setuju	6	18.8	18.8	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**Y2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6.3	6.3	6.3
	Setuju	24	75.0	75.0	81.3
	Sangat Setuju	6	18.8	18.8	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

**Y3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	12.5	12.5	12.5
	Setuju	22	68.8	68.8	81.3
	Sangat Setuju	6	18.8	18.8	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

		TotalY			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	10	4	12.5	12.5	12.5
	11	3	9.4	9.4	21.9
	12	17	53.1	53.1	75.0
	13	2	6.3	6.3	81.3
	14	2	6.3	6.3	87.5
	15	4	12.5	12.5	100.0
Total		32	100.0	100.0	



### Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	TotalX 1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	X3.1	X3.2	X3.3	TotalX 3	Y1	Y2	Y3	TotalY
N	Valid	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.34	4.41	4.19	12.94	4.19	4.19	4.34	4.13	16.84	4.19	4.13	4.09	12.41	4.03	4.13	4.06	12.22
Sum		139	141	134	139	134	134	139	132	539	134	132	131	397	129	132	130	391

### 3. Validitas

#### Correlations

		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Pernyataan5	Pernyataan6	Pernyataan7	Pernyataan8	Pernyataan9	Pernyataan10	Pernyataan11	Pernyataan12	Pernyataan13	Jumlah
Jumlah	Pearson Correlation	.726**	.701**	.795**	.795**	.795**	.493**	.614**	.628**	.318	.473**	.697**	.614**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.077	.006	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

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

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



#### 4. Reliabilitas

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan1	50.06	18.835	.621	.877
Pernyataan2	50.00	21.290	.644	.873
Pernyataan3	50.22	19.531	.734	.866
Pernyataan4	50.22	19.531	.734	.866
Pernyataan5	50.22	19.531	.734	.866
Pernyataan6	50.06	22.383	.139	.883
Pernyataan7	50.28	21.757	.547	.877
Pernyataan8	50.22	21.467	.555	.876
Pernyataan9	50.28	23.564	.255	.887
Pernyataan10	50.31	22.544	.395	.883
Pernyataan11	50.38	20.758	.626	.873
Pernyataan12	50.28	21.757	.547	.877
Pernyataan13	50.34	21.136	.588	.875

#### 5. Regresi Berganda/R Square

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 <sup>a</sup>	.679	.645	.853

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Digital Marketing, Viral Marketing

#### 6. Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.132	2.413		2.127	.042
	Viral Marketing	.171	.088	.219	9.140	.026
	Digital Marketing	.112	.088	.141	2.178	.012
	Kepercayaan	1.068	.172	.706	6.200	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## 7. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.105	3	14.368	19.757	.000 <sup>b</sup>
	Residual	20.364	28	.727		
	Total	63.469	31			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian.

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Digital Marketing, Viral Marketing





# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

## FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website : www.umpo.ac.id  
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT  
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Erma Nursuciati
2. NIM : 18414869
3. Jurusan : Manajemen Perusahaan
4. Bidang : Pemasaran
5. Alamat : Kct. Batu putih, kbt. Berau Kalimantan Timur
6. Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Jurusan Pemasaran Unmuh Ponorogo Angkatan 2018)
7. Masa Pembimbingan : September 2021 s/d Agustus 2022
8. Tanggal Mengajukan Skripsi :
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
15 - maret - 2022	Usulan judul	
25 - maret - 2022	Acc Judul	
27 - maret - 2022	Bimbingan Proposal Dosen ke 2	
11 - April - 2022	Acc proposal	
12 - April - 2022	Bimbingan proposal	
17 November 2022	Acc proposal.	
19 Desember 2022	Revisi angket	
16 Desember 2022	Acc Angket	
20 Desember 2022	Bimbingan Bab 1, 2, 3	
20 Desember 2022	ACC Bab 1, 2, 3	
26 Desember 2022	Revisi 1. Bab 1, 2, 3.	
09 Januari 2023	Acc Bab 1, 2.	
05 Januari 2023	Revisi ke 2 Bab 1, 2, 3.	
13 Januari 2023	Acc Bab 3	
18 Januari 2023	Bimbingan Bab 4, 5	

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
18 Januari 2023	Acc Bab 4 & 5	✕
18-01-2023	Revisi Bab 4.	✕
28-01-2023	Acc Bab 4	✕
28-01-2023	Revisi Bab 5	✕
02-02-2023	Acc Bab 5	✕.

- 10. Tanggal Selesai Penulisan Skripsi : \_\_\_\_\_
- 11. Keterangan Bimbingan Telah Selesai : \_\_\_\_\_
- 12. Telah Di Evaluasi/Di Uji Dengan Nilai : \_\_\_\_\_ (angka)  
\_\_\_\_\_ (huruf)

Pembimbing,

**SITI CHAMIDAH, S., MM**  
NIDN. 001905710

Ponorogo, ..... / ..... 202..  
Dekan,

**Dr. HADI SUMARSONO, M.Si**  
NIP. 19760508 200501 1 002



**DOKUMENTASI GAMBAR**  
**(Pengisian Kuesioner oleh Mahasiswa)**

