

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Hasil Uji Validitas

#### A. *Viral Marketing (X1)*

		<b>Correlations</b>					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	VM
X1.1	Pearson Correlation	1	.201*	.266**	.269**	.335**	.615**
	Sig. (2-tailed)		.049	.009	.008	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.201*	1	.490**	.215*	.365**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.049		.000	.036	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.266**	.490**	1	.421**	.350**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.269**	.215*	.421**	1	.521**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.008	.036	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.335**	.365**	.350**	.521**	1	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
VM	Pearson Correlation	.615**	.579**	.725**	.773**	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

#### B. *Brand Experience (X2)*

		<b>Correlations</b>						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	BE
X2.1	Pearson Correlation	1	.619**	.599**	.661**	.526**	.582**	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.619**	1	.691**	.630**	.587**	.646**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96

X2.3	Pearson Correlation	.599**	.691**	1	.834**	.664**	.739**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.661**	.630**	.834**	1	.624**	.742**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.526**	.587**	.664**	.624**	1	.629**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.582**	.646**	.739**	.742**	.629**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
BE	Pearson Correlation	.768**	.823**	.904**	.892**	.799**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

### C. Brand Image (X3)

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Brand Image (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.646**	.600**	.469**	.563**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.646**	1	.627**	.525**	.595**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.600**	.627**	1	.657**	.650**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.469**	.525**	.657**	1	.706**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.563**	.595**	.650**	.706**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96

Brand Image (X3)	Pearson Correlation	.794**	.833**	.851**	.812**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

#### D. Niat Pembelian Ulang (Y)

		Correlations					Niat Pembelian Ulang (Y)
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
Y1.1	Pearson Correlation	1	.769**	.618**	.631**	.577**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.2	Pearson Correlation	.769**	1	.767**	.648**	.546**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.3	Pearson Correlation	.618**	.767**	1	.799**	.616**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.4	Pearson Correlation	.631**	.648**	.799**	1	.686**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.5	Pearson Correlation	.577**	.546**	.616**	.686**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Niat Pembelian Ulang (Y)	Pearson Correlation	.833**	.863**	.888**	.884**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

## Lampiran 2 Hasil Uji Reabilitas

### A. *Viral Marketing* (X1)

#### Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	5

### B. *Brand Experience* (X2)

#### Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	6

### C. *Brand Image*(X3)

#### Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	5

### D. Niat Pembelian Ulang (Y)

#### Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	5

### Lampiran 3 Deskripsi Identitas Responden

A. Berdasarkan jenis kelamin

		JK			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Perempuan	96	100.0	100.0	100.0

B. Berdasarkan Tahun angkatan

		ANGKATAN			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	2018	69	71.9	71.9	71.9
	2019	5	5.2	5.2	77.1
	2020	8	8.3	8.3	85.4
	2021	14	14.6	14.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

### Lampiran 4 Hasil Jawaban Terhadap Variabel-variabel

A. *Viral Marketing* (X1)

		Statistics				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.28	4.57	4.21	3.68	4.53
Median		4.00	5.00	4.00	4.00	5.00
Std. Deviation		.830	.538	.780	1.071	.632
Minimum		1	3	1	1	3
Maximum		5	5	5	5	5

**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.1	3.1	4.2
	Ragu-Ragu	8	8.3	8.3	12.5
	Setuju	40	41.7	41.7	54.2
	Sangat Setuju	44	45.8	45.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	37	38.5	38.5	40.6
	Sangat Setuju	57	59.4	59.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.1
	Ragu-Ragu	12	12.5	12.5	14.6
	Setuju	45	46.9	46.9	61.5
	Sangat Setuju	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.2	4.2	4.2
	Tidak Setuju	10	10.4	10.4	14.6
	Ragu-Ragu	21	21.9	21.9	36.5
	Setuju	39	40.6	40.6	77.1
	Sangat Setuju	22	22.9	22.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	7	7.3	7.3	7.3
	Setuju	31	32.3	32.3	39.6
	Sangat Setuju	58	60.4	60.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**B. Brand Experience (X2)****Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
N	Valid	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.05	3.63	3.73	3.85	3.86	3.73
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.773	.987	1.100	1.046	1.001	1.061
Minimum		2	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Ragu-Ragu	20	20.8	20.8	22.9
	Setuju	45	46.9	46.9	69.8
	Sangat Setuju	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Tidak Setuju	12	12.5	12.5	14.6
	Ragu-Ragu	23	24.0	24.0	38.5
	Setuju	42	43.8	43.8	82.3



Sangat Set5uju	17	17.7	17.7	100.0
Total	96	100.0	100.0	

### X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.2	5.2	5.2
	Tidak Setuju	8	8.3	8.3	13.5
	Ragu-Ragu	20	20.8	20.8	34.4
	Setuju	38	39.6	39.6	74.0
	Sangat Set5uju	25	26.0	26.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

### X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Tidak Setuju	7	7.3	7.3	10.4
	Ragu-Ragu	21	21.9	21.9	32.3
	Setuju	35	36.5	36.5	68.8
	Sangat Set5uju	30	31.3	31.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

### X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Tidak Setuju	6	6.3	6.3	9.4
	Ragu-Ragu	19	19.8	19.8	29.2
	Setuju	41	42.7	42.7	71.9
	Sangat Set5uju	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

### X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Tidak Setuju	11	11.5	11.5	13.5
	Ragu-Ragu	25	26.0	26.0	39.6
	Setuju	31	32.3	32.3	71.9
	Sangat Setuju	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

### C. Brand Image (X3)

**Statistics**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
N	Valid	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.24	4.15	4.38	4.20	4.34
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.736	.833	.700	.776	.662
Minimum		2	1	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5



#### X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-Ragu	14	14.6	14.6	15.6
	Setuju	42	43.8	43.8	59.4
	Sangat Setuju	39	40.6	40.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

#### X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.1	2.1	3.1

Ragu-Ragu	15	15.6	15.6	18.8
Setuju	42	43.8	43.8	62.5
Sangat Set5uju	36	37.5	37.5	100.0
Total	96	100.0	100.0	

### X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Ragu-Ragu	6	6.3	6.3	8.3
	Setuju	42	43.8	43.8	52.1
	Sangat Set5uju	46	47.9	47.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

### X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Ragu-Ragu	12	12.5	12.5	15.6
	Setuju	44	45.8	45.8	61.5
	Sangat Set5uju	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

### X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-Ragu	7	7.3	7.3	8.3
	Setuju	46	47.9	47.9	56.3
	Sangat Set5uju	42	43.8	43.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

#### D. Niat Pembelian Ulang (Y)

**Statistics**

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
N	Valid	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.94	3.88	3.51	3.35	3.60
Median		4.00	4.00	3.00	3.00	4.00
Std. Deviation		.831	.811	.883	.906	.957
Minimum		2	2	2	1	1
Maximum		5	5	5	5	5

#### Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.2	4.2	4.2
	Ragu-Ragu	24	25.0	25.0	29.2
	Setuju	42	43.8	43.8	72.9
	Sangat Setuju	26	27.1	27.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

#### Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Ragu-Ragu	29	30.2	30.2	33.3
	Setuju	41	42.7	42.7	76.0
	Sangat Setuju	23	24.0	24.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Y1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.5	11.5	11.5
	Ragu-Ragu	39	40.6	40.6	52.1
	Setuju	32	33.3	33.3	85.4
	Sangat Setuju	14	14.6	14.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Y1.4**

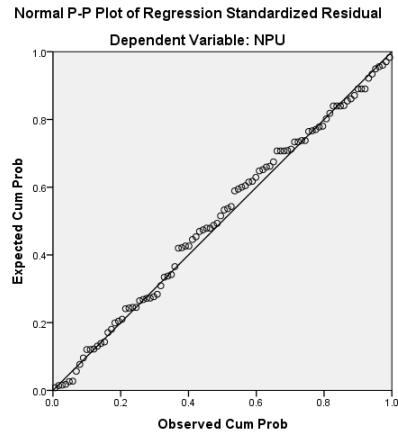
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	14	14.6	14.6	15.6
	Ragu-Ragu	42	43.8	43.8	59.4
	Setuju	28	29.2	29.2	88.5
	Sangat Setuju	11	11.5	11.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Y1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Tidak Setuju	9	9.4	9.4	11.5
	Ragu-Ragu	31	32.3	32.3	43.8
	Setuju	37	38.5	38.5	82.3
	Sangat Setuju	17	17.7	17.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

## Lampiran 5 Uji Asumsi Kalsik

### A. Uji Normalitas



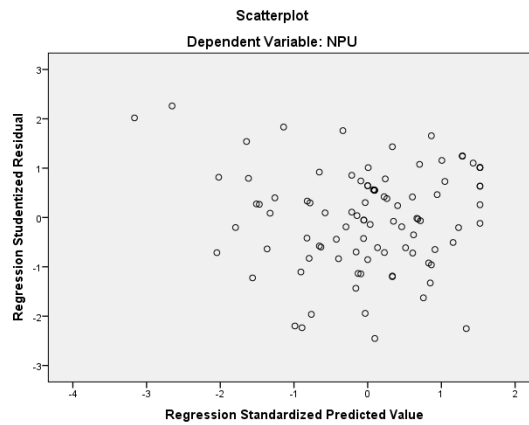
### B. Uji Heterokedasitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	d Coefficients			Toleranc	VIF
				Beta			e	
1	(Constant )	2.145	2.581		.831	.408		
	VM	.246	.137	.176	1.805	.074	.577	1.733
	BE	.385	.089	.518	4.334	.000	.382	2.618
	BI	.099	.131	.080	.753	.454	.478	2.094

a. Dependent Variable: NPU

### C. Uji Multikonealiritas



### Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.145	2.581		.831	.408		
	VM	.246	.137	.176	1.805	.074	.577	1.733
	BE	.385	.089	.518	4.334	.000	.382	2.618
	BI	.099	.131	.080	.753	.454	.478	2.094

a. Dependent Variable: NPU

### Lampiran 7 Uji F (Simultan)

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.635	3	221.878	30.387	.000 <sup>b</sup>
	Residual	671.771	92	7.302		
	Total	1337.406	95			

a. Dependent Variable: NPU

b. Predictors: (Constant), BI, VM, BE

## Lampiran 8 Koefisien Determinasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.705 <sup>a</sup>	.498	.481	2.702

a. Predictors: (Constant), BI, VM, BE

b. Dependent Variable: NPU





**Lampiran 9 Kusioner**

**KUSIONER  
PENELITIAN**

**“PENGARUH *VIRAL MARKETING, BRAND EXPERIENCE, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG (Survey pada konsumen *Skincare Scarlett Whitening* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”**

**Assalamualaikum wr.wb**

Saya Okta Viana Kristyanai, mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang sedang menyusun skripsi berjudul “PENGARUH *VIRAL MARKETING, BRAND EXPERIENCE, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG (Survey pada konsumen *Skincare Scarlett Whitening* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”. Bersama dengan ini saya memohon saudara/i mengisi kusioner penelitian saya, adapun hasil dari kusioner ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi pada program sarjana Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan saudara/i telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kusioner ini.

**Walaikumssalam wr.wb**

Peneliti,

## PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i cukup memberikan tanda (√) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat saudara/i. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

## IDENTITAS RESPONDEN

1. Responden Pengguna produk Skincare Scarlett Whitening

2. NAMA :

3. JENIS KELAMIN

Laki laki

Perempuan

4. PRODI

Manajemen

D3 Akuntansi

S1 Akuntansi

Ekonomi Pembangunan

5. ANGKATAN

2018

2019

2020

2021

**A. VIRAL MARKETING (X1)**

NO	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
<b>Pengetahuan Produk</b>						
1.	Saya mengetahui produk <i>Scarlett</i> dari media <i>social</i> dan aplikasi tiktok					
2.	Merek <i>Scarlett</i> merupakan merek yang sudah terdaftar di BPOM dan aman digunakan					
<b>Kejelasan Produk</b>						
3.	Informasi terkait produk <i>Scarlett</i> pada akun <i>@Scarlett.official</i> disampaikan dengan jelas					
<b>Membicarakan Produk</b>						
4.	Saya sering membicarakan produk <i>Scarlett</i> dengan teman dan kerabat saya					
5.	Konten <i>video review</i> mengenai produk <i>Scarlett</i> sering saya temui di media <i>social</i>					

**B. BRAND EXPERIENCE (X2)**

NO	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
<b><i>Sensorial Experience</i></b>						
1.	Merek <i>Scarlett</i> memberikan kesan <i>visual</i> yang kuat					
<b><i>Emotional Experience</i></b>						
2.	Ketika melihat merek <i>Scarlett</i> memunculkan perasaan senang , gembira, dan riang dari dalam diri saya					
3.	Saya merasa bangga menggunakan produk <i>Scarlett</i>					
<b><i>Intellectual Experience</i></b>						
4.	Saya merekomendasi merek <i>Scarlett</i> karena dapat memberi manfaat mencerahkan kulit					
<b><i>Behavariol Experience</i></b>						
5.	Promosi yang menarik mendorong saya untuk membeli produk <i>Scarlett</i>					
6.	Produk <i>Scarlett</i> dapat memenuhi gaya hidup yang <i>modern</i>					

**C. BRAND IMAGE (X3)**

NO	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
<b>Reputasi</b>						
1.	Merek <i>Scarlett</i> memiliki reputasi yang baik kepada pelanggan					
2.	<i>Scarlett</i> adalah produk perawatan wajah dan tubuh yang berkualitas					
<b>Terkenal</b>						
3.	<i>Scarlett</i> adalah merek perawatan wajah dan tubuh yang terkenal					
4.	Merek <i>Scarlett</i> merupakan merek yang masuk dalam kategori <i>top brand</i> pada produk perawatan wajah dan tubuh di Indonesia					
<b>Mudah diingat</b>						
5.	<i>Scarlett</i> merupakan nama merek yang unik dan mudah diingat					

**D. NIAT PEMBELIAN ULANG (Y)**

NO	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
<b>Minat Transaksional</b>						
1.	Saya mempunyai keinginan membeli ulang produk <i>Scarlett</i>					
<b>Minat Refrensi</b>						
2.	Saya akan merekomendasikan produk <i>Scarlett</i> kepada teman, dan keluarga saya					
<b>Minat Preferensial</b>						
3.	Saya lebih suka produk <i>Scarlett</i> di banding dengan merek lain					

4.	<i>Scarlett</i> menjadi prioritas pilihan pertama untuk perawatan wajah dan tubuh saya					
<b>Minat Eksploratif</b>						
5.	Saya tertarik untuk terus mencari informasi tentang produk <i>Scarlett</i>					



*Lampiran 10 Tabulasi Data*

NO	Viral Marketing (X1)						Brand Experience (X2)							Brand Image (X3)						Niat Pembelian Ulang (Y)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1
1	4	5	5	4	5	23	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23
2	5	5	4	3	5	22	4	4	3	4	4	4	23	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	3	17
3	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	22
4	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	4	4	25	5	5	5	4	4	23	5	4	3	3	4	19
6	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
7	2	4	3	4	4	17	5	4	3	4	4	3	23	5	4	4	3	4	20	3	4	3	3	3	16
8	3	4	4	4	5	20	4	3	5	5	3	3	23	5	4	4	5	5	23	4	3	3	4	5	19
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
10	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
11	4	4	4	4	5	21	4	3	2	2	4	3	18	3	3	4	3	4	17	2	2	2	2	2	10
12	5	5	4	2	5	21	3	2	2	3	3	2	15	3	4	5	5	5	22	3	4	5	4	4	20
13	4	4	5	4	5	22	3	3	4	4	4	5	23	4	4	5	4	4	21	4	5	4	3	4	20
14	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	5	28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	3	21
15	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	5	5	24	4	3	3	3	5	18
16	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	4	5	27	5	5	5	4	4	23	4	4	3	3	4	18
17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
18	4	5	4	5	5	23	4	3	3	3	3	3	19	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	5	22

19	5	5	5	4	5	24	4	2	4	5	4	5	24	2	5	4	4	4	19	4	4	2	2	4	16
20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	20	3	3	4	4	4	18	3	3	3	3	3	15
21	3	4	3	2	4	16	3	3	2	2	2	3	15	3	3	4	3	4	17	2	3	3	2	3	13
22	4	5	4	3	5	21	3	2	1	3	3	2	14	4	4	5	4	4	21	3	3	3	3	3	15
23	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	4	3	19	4	3	4	5	5	21	4	4	3	3	3	17
24	4	4	4	4	5	21	4	3	3	3	3	3	19	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
25	3	4	4	1	3	15	2	3	1	2	1	2	11	3	2	2	2	3	12	3	4	3	4	3	17
26	4	5	3	2	3	17	4	4	4	4	3	5	24	5	4	5	5	5	24	3	3	3	3	3	15
27	4	4	5	2	4	19	5	3	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	21	4	3	3	3	4	17
28	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
29	3	5	3	4	3	18	5	4	4	5	4	3	25	4	5	4	4	5	22	4	5	4	3	2	18
30	3	4	3	5	5	20	5	4	4	3	2	4	22	5	4	5	4	4	22	4	5	4	2	5	20
31	4	5	4	4	5	22	4	4	5	5	3	3	24	5	5	5	3	4	22	5	5	4	3	3	20
32	4	5	3	2	4	18	4	3	4	4	5	3	23	4	4	4	4	5	21	4	4	3	3	3	17
33	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	4	25	4	3	4	4	5	20	4	3	3	3	5	18
34	5	3	3	5	5	21	4	3	4	4	4	3	22	5	4	5	3	4	21	5	4	2	2	1	14
35	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	3	26	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
36	4	5	4	3	4	20	3	2	2	2	2	2	13	4	4	4	4	5	21	3	3	2	1	2	11
37	5	5	5	4	4	23	5	3	3	3	4	3	21	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	2	16
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
39	5	5	4	4	5	23	4	3	5	5	3	5	25	5	5	4	3	4	21	5	4	3	3	4	19
40	4	5	4	3	4	20	4	3	3	3	4	3	20	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19
41	4	5	5	3	5	22	5	5	5	4	5	5	29	5	4	3	3	5	20	4	4	4	4	3	19
42	3	5	4	2	5	19	3	1	3	1	4	2	14	3	3	5	5	5	21	3	3	3	3	3	15



43	4	5	3	3	5	20	4	2	4	5	5	4	24	3	5	4	4	4	20	4	4	3	2	3	16
44	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	17
45	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23
46	5	5	4	4	5	23	4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
47	1	5	5	5	5	21	5	5	2	3	5	3	23	5	5	5	4	5	24	3	3	2	3	1	12
48	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	2	17	3	3	3	3	4	16	4	3	3	3	3	16
49	2	5	5	2	4	18	3	2	3	2	3	2	15	4	3	3	3	3	16	5	3	3	4	3	18
50	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
52	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23
53	5	4	4	3	4	20	4	3	3	3	5	5	23	5	4	5	4	5	23	3	3	2	2	3	13
54	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
55	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	4	4	26	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	3	18
56	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	3	19	4	3	4	4	4	19	2	3	2	2	2	11
58	4	5	5	5	5	24	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	3	17
59	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23
60	5	5	4	3	4	21	3	2	1	1	2	2	11	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	3	15
61	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	4	25	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
62	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
63	5	5	4	3	5	22	3	4	4	3	4	2	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	22
66	4	4	4	2	5	19	3	2	3	3	3	1	15	4	3	5	5	4	21	3	3	3	2	2	13

67	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	4	19
68	5	5	5	5	5	25	3	3	2	1	1	3	13	3	1	2	3	2	11	4	3	2	2	4	15
69	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	24	3	3	4	3	3	16
70	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
71	4	5	4	4	5	22	3	3	4	4	4	4	22	4	5	4	5	5	23	5	4	4	4	4	21
72	5	5	5	2	4	21	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
73	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
74	5	5	3	3	5	21	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
75	5	5	4	3	5	22	3	3	3	3	4	3	19	4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	3	17
76	3	5	5	5	5	23	4	4	5	5	4	5	27	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
77	5	3	1	3	4	16	3	2	1	2	3	2	13	3	2	5	4	4	18	3	2	2	2	2	11
78	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15
79	4	4	4	1	3	16	5	2	2	4	2	4	19	4	4	5	5	5	23	2	2	2	2	2	10
80	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
81	5	4	4	3	3	19	3	4	3	3	4	2	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17
82	4	4	3	4	4	19	5	4	5	4	4	3	25	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	3	5	23	4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	4	4	21	5	5	3	4	4	21
84	4	5	4	4	4	21	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18
85	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16
86	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
87	3	4	2	1	3	13	2	1	1	2	1	1	8	3	3	4	2	3	15	3	3	3	3	3	15
88	5	4	3	3	5	20	5	4	3	4	3	3	22	4	4	5	5	4	22	4	4	3	3	4	18
89	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
90	2	4	3	1	4	14	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16

91	5	4	5	2	4	20	4	2	3	3	2	3	17	4	5	4	5	5	23	3	3	2	2	3	13
92	4	5	4	3	5	21	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18
93	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	4	28	4	5	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20
94	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
96	5	5	4	3	5	22	4	2	2	3	3	3	17	4	4	5	4	4	21	4	3	3	2	2	14





**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 : **OKTA VIANA KRISTYANI**
2. NIM : 18414848
3. Jurusan : Manajemen
4. Bidang : Pemasaran
5. Alamat : Dsn Sekawis Rt05 Rw 03 Desa Tanjungrejo Kebonsari Madiun
6. Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing* di Tiktok, *Brand Experience*, dan *Brand Image* terhadap Niat Pembelian Ulang  
(Survey pada Konsumen Produk Scarllet Universitas Muhammadiyah Ponorogo)
7. Masa Pembimbingan : September 2021 s/d Agustus 2022
8. Tanggal Mengajukan Skripsi : 29 Oktober 2021
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
23-12-2021	Revisi proposal (Kesalahan penulisan)	Jm <sup>2</sup>
07-01-2022	Revisi proposal (populasi & Sampel, membuat kuesioner, Daftar pustaka, spasi & koma)	Jm <sup>2</sup>
29-01-2022	Revisi proposal (jarak & spasi, kutipan, indikator kuesioner)	Jm <sup>2</sup>
3-02-2022	Revisi proposal (kutipan, kuesioner)	Jm <sup>2</sup>
10-02-2022	Revisi proposal (kuesioner)	Jm <sup>2</sup>
16-02-2022	Revisi proposal (pelayanan kuesioner)	Jm <sup>2</sup>
20-02-2022	Revisi proposal (kuesioner blm tepat)	Jm <sup>2</sup>
26-02-2022	Acc proposal & kuesioner	Jm <sup>2</sup>

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
14-3-2022	Revisi proposal	
18/3-2022	ACC proposal & tinjauan Bisa & sebar kutipan	
31-3-2022	Bab 1,2,3 Lampir 4,5	
17-4-2022	Revisi BAB 1,2,3,4,5 Memperbaiki cetak miring bahasa yg tdk asing, kata typo, Pembahasan Uji F (Gmutton) kurang, Model regresi linier Berganda.	
10-5-2022	ACC BAB 1,2,3,4,5 (Halaman pengesahan diperbaiki)	
17-5-2022	Revisi Bab 4,5 ACC Bab 4,5 Ujran daftar dg separat cek plagiasi serta katakian	

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

Pembimbing,

**NANING KRISTİYANA, SE., MM**  
NIDN. 0721117501



29 Oktober 2021

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



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**LEMBAGA LAYANAN PERPUSTAKAAN**  
Jalan Budi Utomo 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, 487662 Fax (0352) 461796,  
Website: [library.umpo.ac.id](http://library.umpo.ac.id)  
**TERAKREDITASI A**  
(SK Nomor 00137/LAP.PT/III.2020)

---

**SURAT KETERANGAN**  
**HASIL SIMILARITY CHECK KARYA ILMIAH MAHASISWA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

Dengan ini kami nyatakan bahwa karya ilmiah dengan rincian sebagai berikut:

Nama : OKTA VIANA KRISTYANI

NIM : 18414848

Prodi : Manajemen

Judul : PENGARUH VIRAL MARKETING, BRAND EXPERIENCE DN BRAND IMAGE  
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG (survey Pada Konsumen Skincare Scarlett  
Whitening Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Dosen pembimbing :

1. Ibu Naning Kristiyana, SE. MM
2. Ibu Premi Wahyu Widyaningrum, SAB. MAB

Telah dilakukan check plagiasi berupa Skripsi di L2P Universitas Muhammadiyah  
Ponorogo dengan prosentase kesamaan sebesar 27 %

Demikian keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 17/6/2022  
Petugas pemeriksa



(Mohamad Ulil Albab, SIP)  
NIK.1989092720150322

Nb: Dosen pembimbing dimohon untuk mengecek kembali keaslian soft file karya ilmiah yang  
telah diperiksa melalui Turnitin perpustakaan