

## Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

### SURAT PENGANTAR KUESIONER

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Konsumen MS Glow Samarinda

Di tempat

Dengan Hormat,

Untuk memenuhi Sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, sebagai bahan penulisan skripsi saya melaksanakan penelitian dengan judul:

**“Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Store Environment* terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare* MS Glow Samarinda”**

Sehubung dengan ini, saya mohon kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik dan jawaban Anda akan dijaga kerahasiaannya sesuai kode etik penelitian.

Bantuan dari Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya, secara obyektif, dan apa adanya sangat berarti bagi penelitian ini, atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Sabina Siara  
1911102431514

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : .....

Umur : .....

Jenis Kelamin :

 Pria  WanitaTerakhir Melaksanakan *Repeat Order* : 1-3 Bulan Terakhir  6 Bulan Terakhir  > 6 Bulan Terakhir**PETUNJUK PENGISIAN ANGKET**

1. Bacalah sejumlah pernyataan di bawah ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan Anda secara objektif dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang menurut Anda paling tepat.

**Keterangan:****STS** = apabila Anda merasa **Sangat Tidak Setuju****TS** = apabila Anda merasa **Tidak Setuju****S** = apabila Anda merasa **Setuju****SS** = apabila Anda merasa **Sangat Setuju**

3. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
4. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik dan jawaban Anda akan dijaga kerahasiaannya sesuai kode etik penelitian.
5. Setelah mengisi kuesioner ini mohon Saudara/Saudari dapat memberikan kembali Kepada yang menyerahkan kuesioner ini pertama kali.

<b>Social Media Marketing</b>		<b>Pilihan Jawaban</b>			
No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Pemasaran media sosial MS Glow Samarinda sering terlihat.				
2	Iklan media sosial MS Glow Samarinda sangatlah menarik				
3	MS Glow Samarinda menawarkan iklan ekstensif di media sosial dan memiliki akses ke penawaran eksklusif				
4	Iklan media sosial untuk MS Glow Samarinda berkinerja baik dibandingkan dengan <i>brand</i> lainnya				
5	Iklan media sosial MS Glow Samarinda <b>tidak</b> mudah diingat				
<b>Store Environment</b>		<b>Pilihan Jawaban</b>			
No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	MS Glow Samarinda <b>tidak</b> terletak di lokasi yang strategis dengan desain luar yang <b>tidak</b> menarik				
2	Staf toko bersedia membantu dengan pengetahuan yang kompeten tentang produk yang dikomersialkan				
3	Suasana dan dekorasi di toko <b>tidak</b> nyaman yang mendorong saya untuk <b>tidak</b> mengunjunginya lagi				
4	Toko <b>tidak</b> bersih dan kualitas AC yang buruk di toko membuat kehadiran Saya <b>tidak</b> nyaman				
5	Toko ini memiliki lingkungan yang menyenangkan, pencahayaan dan musik di dalam toko membuat pengalaman berbelanja menjadi menyenangkan				
<b>Keputusan Pembelian</b>		<b>Pilihan Jawaban</b>			
No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya <b>tidak</b> tertarik menjadi pelanggan tetap MS Glow Samarinda karena kualitas produk yang buruk				
2	Saya merasa MS Glow Samarinda adalah pilihan terbaik dalam membeli produk-produk <i>skincare</i> dibandingkan <i>brand</i> lainnya				
3	Sebelum saya membeli produk MS Glow Samarinda, Saya sudah mencari informasi <i>brand skincare</i> lain yang serupa				
4	Produk yang ada di MS Glow Samarinda dapat memenuhi kebutuhan kuantitas, harga dan				

	kualitas yang saya harapkan kuantitas, harga dan kualitas yang saya harapkan				
5	Hasil sesuai dengan harapan saya sehingga saya selalu berkenan untuk membeli produk dalam jangka panjang				

## Lampiran 2: Uji Validitas

## Anti-image Matrices

		x1	x1	x1	x1	x1	x2	x2	x2	x2	x2	y	y	y	y	y		
Anti-image Covariance	x1	.415	-	-	-	-	.035	-	-	.009	-	-	-	-	.008	-		
	x2	.129	.408	-	.019	-	.005	.046	.050	-	-	-	-	-	-	-	.020	
	y1	.129	.118	.482	.032	.057	.048	.002	-	.011	-	.019	-	-	.006	-	.029	
	y2	.029	.029	.032	.730	.020	-	-	-	-	.014	.017	-	.056	-	-	-	-
	y3	.057	.140	.057	.020	.534	.004	-	-	.074	-	.005	.060	.026	-	-	-	-
	y4	.035	.005	.048	-	.004	.442	.045	-	-	-	.072	-	-	-	-	-	.009
	y5	.019	.046	.002	-	.045	.534	.014	-	-	-	-	.069	-	-	-	-	-
	y6	.070	.050	.007	.038	.086	.133	.017	.348	-	.060	.023	-	.032	.019	-	-	-
	y7	.009	-	.011	-	.072	-	-	-	.480	-	-	-	-	.009	-	.006	-
	y8	.033	.063	.057	.014	.007	.091	.192	.064	.014	.568	-	-	.009	-	.035	-	.004
	y9	.004	-	.019	.017	.005	.072	-	.023	-	-	.374	-	-	.014	-	-	-
			.043	.099	.077	.005	.072	.018	.034	.046	.036	.046	.039	.076	.046	.154		

	y	-	-	-	-	.06	-	.06	-	-	-	-	.49	.00	.00	-
		.00	.01	.03	.02	0	.10	9	.13	.04	.00	.03	7	3	6	.06
		4	8	1	6		6		2	2	2	9				5
	y	-	-	-	.05	.02	-	-	.03	-	.00	-	.00	.34	-	-
		.04	.01	.02	6	6	.08	.04	8	.03	9	.07	3	8	.10	.13
		0	0	4			7	8		6	6	6			5	1
	y	.00	-	.00	-	-	-	-	.01	.00	-	.01	.00	-	.75	-
		8	.06	6	.03	.02	.02	.04	9	9	.03	4	6	.10	8	.00
			6		9	7	9	6			5		5			4
	y	-	.02	-	-	-	.00	-	-	.06	-	-	-	-	-	.29
		.01	0	.02	.06	.03	9	.03	.00	6	.00	.15	.06	.13	.00	7
		0		9	3	2		1	1		4	4	5	1	4	
A	x	.91	-	-	-	-	.08	-	-	.01	-	-	-	-	.01	-
nt	1	0 <sup>a</sup>	.31	.26	.05	.12	3	.04	.18	9	.06	.01	.00	.10	5	.02
i-			2	7	2	2		1	5		9	1	8	5		8
i	x	-	.87	-	.03	-	.01	.09	.13	-	-	-	-	-	-	.05
m	1	.31	2 <sup>a</sup>	.25	4	.30	1	9	3	.08	.13	.11	.04	.02	.11	7
ag		2		0		0				8	1	0	0	7	9	
e	x	-	-	.91	-	-	.10	.00	-	.02	-	.04	-	-	.01	-
C	1	.26	.25	9 <sup>a</sup>	.05	.11	5	3	.01	3	.10	6	.06	.05	0	.07
or		7	0		3	2			6		8		4	9		8
re	x	-	.03	-	.89	.03	-	-	-	-	.02	.03	-	.11	-	-
lat	1	.05	4	.05	0 <sup>a</sup>	1	.21	.09	.07	.06	2	2	.04	2	.05	.13
io		2		3			5	1	5	9			3		2	4
n	x	-	-	-	.03	.87	.00	-	-	.14	-	.01	.11	.06	-	-
	1	.12	.30	.11	1	7 <sup>a</sup>	8	.20	.19	2	.01	1	6	0	.04	.08
		2	0	2				8	9		3				3	1
	x	.08	.01	.10	-	.00	.78	.09	-	-	-	.17	-	-	-	.02
	2	3	1	5	.21	8	4 <sup>a</sup>	2	.34	.12	.18	6	.22	.22	.05	4
					5				0	4	2		5	2	0	
	x	-	.09	.00	-	-	.09	.86	-	-	-	-	.13	-	-	-
	2	.04	9	3	.09	.20	2	5 <sup>a</sup>	.04	.21	.34	.04	3	.11	.07	.07
		1			1	8			0	7	9	0	2	2	2	8
	x	-	.13	-	-	-	-	-	.74	-	.14	.06	-	.11	.03	-
	2	.18	3	.01	.07	.19	.34	.04	9 <sup>a</sup>	.41	4	4	.31	0	7	.00
		5		6	5	9	0	0		6			8		2	
	x	.01	-	.02	-	.14	-	-	-	.80	-	-	-	-	.01	.17
	2	9	.08	3	.06	2	.12	.21	.41	9 <sup>a</sup>	.02	.10	.08	.08	5	5
			8		9		4	7	6		6	3	6	8		

x	-	-	-	.02	-	-	-	.14	-	.89	-	-	.02	-	-
2	.06	.13	.10	2	.01	.18	.34	4	.02	1 <sup>a</sup>	.07	.00	1	.05	.00
	9	1	8		3	2	9		6		8	4		3	9
y	-	-	.04	.03	.01	.17	-	.06	-	-	.86	-	-	.02	-
	.01	.11	6	2	1	6	.04	4	.10	.07	7 <sup>a</sup>	.09	.21	7	.46
	1	0					0		3	8		0	1		3
y	-	-	-	-	.11	-	.13	-	-	-	-	.86	.00	.01	-
	.00	.04	.06	.04	6	.22	3	.31	.08	.00	.09	4 <sup>a</sup>	6	0	.16
	8	0	4	3		5		8	6	4	0				8
y	-	-	-	.11	.06	-	-	.11	-	.02	-	.00	.87	-	-
	.10	.02	.05	2	0	.22	.11	0	.08	1	.21	6	5 <sup>a</sup>	.20	.40
	5	7	9			2	2		8		1			4	8
y	.01	-	.01	-	-	-	-	.03	.01	-	.02	.01	-	.93	-
	5	.11	0	.05	.04	.05	.07	7	5	.05	7	0	.20	5 <sup>a</sup>	.00
		9		2	3	0	2			3		4			9
y	-	.05	-	-	-	.02	-	-	.17	-	-	-	-	-	.84
	.02	7	.07	.13	.08	4	.07	.00	5	.00	.46	.16	.40	.00	2 <sup>a</sup>
	8		8	4	1		8	2		9	3	8	8	9	

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

**Lampiran 3: Uji Realibilitas****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.755	5

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	5



**Lampiran 4: Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Predicted Value		
N		150		
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	15.0266667		
	Std. Deviation	1.70923478		
Most Extreme Differences	Absolute	.086		
	Positive	.086		
	Negative	-.043		
Test Statistic		.086		
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.008		
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.			
		99% Confidence Interval	Lower Bound	.005
			Upper Bound	.009

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

**Lampiran 5: Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	3.961	1.162		3.41	<.001		
1	SMM	0.174	0.028	0.456	6.252	<.001	0.771	1.297
	SE	0.266	0.073	0.267	3.665	<.001	0.771	1.297

a. Dependent Variable: KP

**Lampiran 6: Uji Heteroskedastisitas**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.565	.568		4.520	<.001
	SMM	.021	.014	.146	1.574	.118
	SE	-.053	.036	-.140	-1.505	.134

a. Dependent Variable: ABS\_RES1

**Lampiran 7: Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 <sup>a</sup>	.408	.400	2.10321

a. Predictors: (Constant), SE, SMM

**Lampiran 8: Uji Regresi dan Uji T (Parsial)**

Model		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.868	1.149		3.366	<.001
	SMM	.467	.072	.473	6.528	<.001
	SE	.257	.072	.258	3.569	<.001

a. Dependent Variable: KP

**Lampiran 9: Hasil Uji F (Kelayakan Model)**





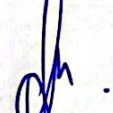
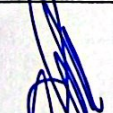
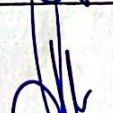
		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447.639	2	223.820	50.598	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	650.254	147	4.423		
	Total	1097.893	149			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), SE, SMM

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**  
**KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**

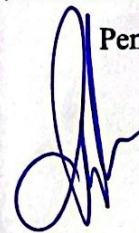
Nama Mahasiswa : SABINA SIARA  
 NIM : 1911102431514  
 Program Studi : MANAJEMEN  
 Bimbingan Mulai : 15-02-23  
 Judul Skripsi : THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND STORE ENVIRONMENT ON VENDOR'S PURCHASING DECISION IN SKINCARE PRODUCT DISTRIBUTOR

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
1	15/02/23	Pengajuan Variabel Penelitian dan Formulasi Hipotesis	
2	08/02/23	Revisi Tata Penulisan BAB I Proposal Skripsi	
3	03/09/23	Lanjutan proposal sampai bab 3 & penutup	
4	05/09/23	Revisi BAB 3 dan Tujuan Manfaat	
5	06/09/23	Revisi Indikator BAB 3 dan Tata Penulisan	
6	20/05/23	Daftar Lampiran, Lampiran, Variabel.	
7	21/05/23	Daftar Pustaka	

8	20/06/23	Lembar Peretujuan	
9	24/06/23	Revisi BAB 9	
10	22/06/23	Revisi BAB 5	
11	23/06/23	Daftar tabel, bentuk tabel, Lampiran	
12	25/06/23	Cross Check naskah Skripsi	
13	04/07/23	Revisi Lampiran dan Lembar Pengesahan	
14	12/07/23	Revisi BAB 2	
15	15/07/23	Revisi BAB 3	
16	14/07/23	Revisi BAB 9 & 5	
17	24/07/23	Revisi Naskah Publikasi	

Samarinda, ...29 Juli.....2023

Pembimbing,



(PUOYAH ASTUTI SUPRIATMAN, S.Si, M.M.....)





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
Kalimantan Timur  
Berakhlak | Berwawasan | Berkemajuan

# UMKT

Program Studi  
Manajemen

Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Politik

Telp. 0541-748511 Fax.0541-766832

Website <http://manajemen.umkt.ac.id>

email: [manajemen@umkt.ac.id](mailto:manajemen@umkt.ac.id)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## LEMBAR SARAN DAN PERBAIKAN UJIAN HASIL SKRIPSI

Nama: Sabina Siara

NIM: 1911102431514

Judul: Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Store Environment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare MS Glow Samarinda*

1) Intisari/Abstract

Mengubah Uji Simultan menyesuaikan hipotesis dan memuliskan versi SPSS yang digunakan.

2) I/Latar Belakang Masalah

Menggunakan Italic pada kata yang menggunakan Bahasa Inggris.

3) II/Tinjauan Teori

Memperbaiki kesalahan pada tempat pengambilan data, tipe data, dan Uji Statistik F atau Simultan, dan teori dalam pengambilan Sampel.

4) III/Metode Penelitian

Memperbaiki kesalahan pada penyjabaran data tabel dan mengubah Uji Statistik F menjadi Uji kelayakan Model.

5) Saran dan Perbaikan Lain

Memperbaiki kesalahan pengejaan secara keseluruhan.

Penguji,

(Praja Hadi Saputra, S.E., M.Sc., AK., CA.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
Kalimantan Timur  
Berakhlak | Berprestasi | Berkemajuan

# UMKT

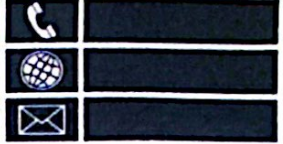
Program Studi  
Manajemen

Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Politik

Telp. 0541-748511 Fax. 0541-766832

Website <http://manajemen.umkt.ac.id>

email: [manajemen@umkt.ac.id](mailto:manajemen@umkt.ac.id)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## LEMBAR SARAN DAN PERBAIKAN UJIAN HASIL SKRIPSI

Nama: Sabina Siara

NIM: 1911102431514

Judul: Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Store Environment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare MS Glow Samarinda*

1) Intisari/Abstract

—

2) I/Latar Belakang Masalah

—

3) II/Tinjauan Teori

Interval → hal. 17. (seharusnya). Ordinar.

4) III/Metode Penelitian

- Uji Simultan? Hal 25: Hilangkan Simultan.

5) Saran dan Perbaikan Lain

Melakukan penyederhana indikator dan mengupdate referensi

Penguji,

(Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M.)



CV. BUNGAS CITRA BORNEO

OFFICIAL DISTRIBUTOR MS GLOW

JL. M. Yamin Komplek M. Yamin Square No. 4 RT. 21 Kota Samarinda  
Telp. 08115551919 ; Email : [bungascitraborneo@gmail.com](mailto:bungascitraborneo@gmail.com) ; IG : @msglowbeautysamarinda @msglowformensamarinda

Samarinda, 27 Februari 2023

Nomor : 17.001/Mnj.Um/I/2023  
Perihal : Surat Izin Penelitian  
Lampiran :-

Yth. Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur  
Di –  
Samarinda

Dengan ini saya sampaikan telah memberikan izin kepada Sabina Siara dan M. Rezky Buana Raja untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan Sosial Media Marketing, Marketplace, dan Store Environment Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distributor MS Glow Samarinda selama periode waktu Bulan Mei hingga Juli 2023. Penelitian ini diizinkan untuk keperluan akademis dan ilmiah semata, dengan persyaratan bahwa:

1. Semua kegiatan penelitian akan dilaksanakan sesuai dengan hukum yang berlaku
2. Keamanan dan kesejahteraan yang terlibat dalam penelitian ini akan dijaga dengan baik
3. Hasil penelitian yang diperoleh akan digunakan secara etis dan tidak akan disalahgunakan
4. Kami dapat diberikan laporan hasil penelitian sebanyak 1 eksemplar

Dengan penuh kesadaran kami menyatakan memberikan izin untuk keperluan penelitian tersebut diatas, dan tanggung jawab penuh atas penelitian tersebut berada pada pihak yang diberi izin.

Demikian saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Samarinda, 16 Maret 2023

Manajer



Ilham siara

# Peran social media marketing dan store environment dalam keputusan pembelian produk skincare MS Glow Samarinda

*by Sabina Siara Skr 2808--*

---

**Submission date:** 28-Aug-2023 03:50PM (UTC+0800)

**Submission ID:** 2152630224

**File name:** inaSiara\_1911102431514\_SEMHAS\_REVISI\_1\_removed\_11\_1\_removed.docx (1.24M)

**Word count:** 9028

**Character count:** 58020

# Peran social media marketing dan store environment dalam keputusan pembelian produk skincare MS Glow Samarinda

## ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

29%

INTERNET SOURCES

17%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[eprints.iain-surakarta.ac.id](http://eprints.iain-surakarta.ac.id)

Internet Source

1%

2

[repository.radenintan.ac.id](http://repository.radenintan.ac.id)

Internet Source

1%

3

[repository.iain-samarinda.ac.id](http://repository.iain-samarinda.ac.id)

Internet Source

1%

4

[dspace.umkt.ac.id](http://dspace.umkt.ac.id)

Internet Source

1%

5

[123dok.com](http://123dok.com)

Internet Source

1%

6

[repositori.uin-alauddin.ac.id](http://repositori.uin-alauddin.ac.id)

Internet Source

1%

7

[repository.ub.ac.id](http://repository.ub.ac.id)

Internet Source

1%

8

[sinta.unud.ac.id](http://sinta.unud.ac.id)

Internet Source

1%

9

[theses.uin-malang.ac.id](http://theses.uin-malang.ac.id)

Internet Source

1%