

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Pengaruh Influencer Marketing dan Social Media Ads (Instagram dan TikTok) terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad 2 Glow dengan Potongan Harga sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Toko Kosmetik Guardian di Mall Olympic Garden Malang)

Petunjuk Pengisian:

Silakan beri tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda terhadap setiap pernyataan berikut.

Skala yang digunakan:

1 = Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Cukup Setuju 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju

A. Influencer Marketing (X1)

No	Pernyataan	1 (Sangat Tidak Setuju)	2 (Tidak Setuju)	3 (Cukup Setuju)	4 (Setuju)	5 (Sangat Setuju)
1	Saya mempercayai rekomendasi produk skincare yang disampaikan oleh influencer.					
2	Saya merasa saat konten yang menggunakan influencer dapat memengaruhi saya dalam melakukan pembelian					
3	Saya merasa cara influencer mempresentasikan produk / jasa memengaruhi saya dalam menentukan keputusan pembelian					

4	Saya merasa influencer yang digunakan pada promosi memengaruhi keputusan saya dalam melakukan pembelian					
---	---	--	--	--	--	--

B. Social Media Ads (X2)

No	Pernyataan	1 (Sangat Tidak Setuju)	2 (Tidak Setuju)	3 (Cukup Setuju)	4 (Setuju)	5 (Sangat Setuju)
5	Saya sering melihat iklan produk skincare Glad 2 Glow di media sosial seperti Instagram atau TikTok.					
6	Iklan yang saya temui pada produk skincare sangat menarik.					
7	Saya merasa iklan yang disampaikan memiliki informasi yang saya butuhkan.					
8	Saya pernah merespons iklan produk skincare di media sosial (klik, like, atau share).					

C. Potongan Harga (Z – Variabel Intervening)

No	Pernyataan	1 (Sangat Tidak Setuju)	2 (Tidak Setuju)	3 (Cukup Setuju)	4 (Setuju)	5 (Sangat Setuju)
9	Saya merasa potongan harga yang diberikan oleh perusahaan sangat besar.					
10	Potongan harga membuat saya tertarik untuk membeli produk tersebut.					

11	Saya merasa potongan harga memberikan nilai ekonomis yang baik bagi saya.					
12	Potongan harga mempengaruhi keputusan saya dalam membeli produk skincare.					

D. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	1 (Sangat Tidak Setuju)	2 (Tidak Setuju)	3 (Cukup Setuju)	4 (Setuju)	5 (Sangat Setuju)
13	Saya memutuskan untuk membeli produk skincare karena pengaruh influencer atau iklan di media sosial.					
14	Saya sering membeli produk skincare setelah melihat iklan atau ulasan influencer.					
15	Promosi melalui influencer atau iklan mempengaruhi keputusan pembelian saya.					
16	Saya merasa puas dengan pembelian produk skincare yang saya lakukan setelah terpapar promosi.					

LAMPIRAN 2 : Tabel Tabulasi Responden

Influencer Marketing (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
1	4	4	4	4
2	4	3	3	4
3	5	4	5	3
4	3	3	4	4
5	4	5	4	5
6	4	4	3	4
7	3	3	4	4
8	4	5	4	3
9	4	4	5	4
10	3	4	3	4
11	5	5	5	5
12	3	4	3	3
13	4	4	4	4
14	5	5	4	4
15	3	3	3	4
16	4	5	4	3
17	3	3	3	4
18	5	4	4	4
19	4	4	4	4
20	3	3	4	3
21	5	5	5	5
22	4	4	3	4
23	3	3	3	3
24	4	4	5	4
25	5	5	4	5
26	4	3	4	4
27	3	4	4	3
28	5	5	5	4
29	4	3	3	4
30	3	3	3	3
31	4	5	4	4
32	5	5	5	5
33	3	3	4	3
34	4	4	4	4
35	5	5	5	4
36	4	4	3	4
37	3	3	4	3
38	5	4	5	4
39	4	5	4	4
40	3	4	3	3
41	4	4	3	4
42	3	3	3	4
43	5	5	5	4

44	4	4	4	4
45	5	5	4	4
46	3	4	3	3
47	4	4	3	4
48	3	3	3	4
49	5	5	5	4
50	5	5	5	5
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	3	3	3	3
54	3	4	3	4
55	5	5	5	5
56	4	4	4	4
57	3	3	3	3
58	4	5	4	5
59	4	4	3	4
60	3	3	3	3
61	5	5	5	5
62	4	4	4	4
63	3	4	4	3
64	4	4	4	4
65	3	3	3	4
66	5	5	5	5
67	4	3	4	4
68	3	4	3	3
69	5	5	4	5
70	4	4	4	4
71	3	3	3	4
72	5	5	5	4
73	4	4	4	4
74	3	4	3	3
75	4	4	4	4
76	5	5	5	4
77	3	3	3	4
78	4	5	4	5
79	4	4	4	4
80	3	3	4	3
81	5	5	5	4
82	4	4	4	4
83	3	4	3	3
84	4	4	4	4
85	3	3	4	3

Sosial Media Ads (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	5	3	4	4
2	4	4	3	3
3	5	4	3	4
4	3	3	3	5
5	4	4	4	3
6	4	4	5	4
7	5	3	3	4
8	4	5	4	3
9	5	4	3	5
10	4	4	3	3
11	4	4	4	5
12	4	3	3	4
13	5	4	4	5
14	4	4	3	3
15	3	3	4	4
16	4	3	4	4
17	3	3	3	3
18	5	4	4	5
19	4	4	4	4
20	3	4	4	3
21	4	4	4	5
22	3	3	3	4
23	4	4	4	3
24	5	5	4	4
25	5	4	4	5
26	4	4	3	3
27	4	4	4	4
28	5	5	4	4
29	4	3	3	4
30	3	4	4	4
31	4	5	5	4
32	5	5	5	5
33	3	3	3	3
34	4	4	4	4
35	5	5	4	4
36	4	3	4	4
37	3	4	3	3
38	5	5	4	4
39	4	5	5	4
40	3	4	4	4
41	4	4	4	3
42	4	3	3	3
43	5	5	4	4

44	4	4	4	4
45	5	4	4	5
46	3	4	4	4
47	4	4	4	3
48	4	3	3	3
49	5	5	4	4
50	5	5	5	5
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	3	3	3	3
54	4	4	4	4
55	5	5	4	4
56	4	4	4	4
57	3	3	4	3
58	5	5	4	5
59	4	3	3	4
60	3	4	4	3
61	5	4	5	5
62	4	4	4	4
63	4	4	4	4
64	5	4	3	4
65	3	3	4	3
66	4	5	5	4
67	3	4	4	4
68	4	3	4	3
69	5	5	5	5
70	4	3	4	3
71	3	3	3	3
72	5	5	4	5
73	4	4	4	4
74	4	4	4	3
75	4	4	4	4
76	5	4	4	5
77	3	3	4	3
78	5	5	5	5
79	4	4	4	4
80	4	3	3	3
81	5	5	5	5
82	4	4	4	4
83	4	4	3	3
84	4	3	4	3
85	3	3	4	3

Potongan Harga (Z)

No.	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4
1	3	4	4	4
2	5	4	3	4
3	3	4	4	4
4	4	3	3	3
5	5	5	5	4
6	3	4	5	4
7	4	3	4	5
8	3	4	4	4
9	4	4	5	4
10	4	3	4	3
11	4	5	5	4
12	3	4	4	3
13	3	5	5	5
14	4	4	4	4
15	4	3	3	3
16	3	4	5	4
17	4	4	4	3
18	5	4	5	5
19	4	4	4	4
20	3	3	3	3
21	4	4	5	5
22	3	4	4	4
23	3	3	4	3
24	4	5	5	5
25	5	5	5	5
26	3	3	4	4
27	4	4	4	4
28	5	5	5	5
29	4	4	3	4
30	4	3	3	3
31	4	5	5	5
32	5	5	5	5
33	3	4	3	3
34	4	4	4	4
35	4	5	5	5
36	4	4	4	3
37	3	4	3	3
38	4	5	5	4
39	5	4	4	4
40	3	3	4	3
41	4	4	3	4
42	3	3	3	4
43	5	5	5	5

44	4	4	4	4
45	4	5	5	5
46	3	3	4	3
47	4	4	3	4
48	3	3	3	4
49	5	5	5	5
50	5	5	5	5
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	3	3	3	3
54	3	4	4	4
55	4	5	5	5
56	4	4	4	4
57	3	3	3	3
58	5	4	5	5
59	4	3	4	4
60	3	3	3	3
61	5	5	5	5
62	4	4	4	4
63	4	4	4	4
64	4	4	4	4
65	3	3	4	3
66	5	5	5	5
67	3	4	4	4
68	4	3	4	3
69	4	5	5	5
70	4	4	4	4
71	3	3	3	3
72	5	5	5	5
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	4	5	5	5
77	3	3	4	3
78	5	5	5	5
79	4	4	4	4
80	3	3	3	3
81	5	5	5	5
82	4	4	4	4
83	3	3	3	3
84	4	4	4	4
85	3	3	4	3

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1	5	4	4	4
2	4	4	4	4
3	3	5	5	4
4	3	4	4	5
5	5	5	4	4
6	4	4	4	5
7	4	3	3	4
8	5	5	4	4
9	4	5	4	4
10	4	3	3	3
11	5	5	5	5
12	3	4	4	3
13	4	4	4	5
14	5	4	4	4
15	4	4	3	4
16	4	5	4	5
17	4	3	3	3
18	5	5	5	5
19	4	4	4	4
20	3	3	4	3
21	5	5	5	5
22	4	4	4	3
23	3	3	3	3
24	4	5	5	5
25	5	5	5	5
26	4	3	4	3
27	4	4	4	4
28	5	5	5	5
29	4	3	4	4
30	3	3	4	3
31	5	5	5	5
32	5	5	5	5
33	3	4	3	3
34	4	4	4	4
35	4	5	5	5
36	4	4	4	4
37	3	3	3	3
38	5	5	5	5
39	5	5	5	5
40	4	3	3	4
41	4	4	4	4
42	4	3	3	3
43	5	5	5	5

44	4	4	4	4
45	5	5	5	5
46	4	3	3	4
47	4	4	4	4
48	4	3	3	3
49	5	5	5	5
50	5	5	5	5
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	3	3	3	3
54	4	4	4	4
55	5	5	5	5
56	4	4	4	4
57	3	3	3	3
58	5	5	5	5
59	4	4	4	4
60	3	3	3	3
61	5	5	5	5
62	4	4	4	4
63	4	4	4	4
64	5	4	4	5
65	4	3	3	3
66	5	5	5	5
67	4	4	4	4
68	3	4	4	4
69	5	5	5	5
70	4	4	4	4
71	3	3	3	3
72	5	5	5	5
73	4	4	4	4
74	4	3	4	4
75	4	4	4	4
76	5	5	5	5
77	4	3	3	3
78	5	5	5	5
79	4	4	4	4
80	3	3	3	3
81	5	5	5	5
82	4	4	4	4
83	4	3	3	4
84	4	4	4	4
85	3	3	3	3

LAMPIRAN 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas *Influencer Marketing* (X1)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.775**	.758**	.653**	.939**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
X1.2	Pearson Correlation	.775**	1	.626**	.539**	.870**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
X1.3	Pearson Correlation	.758**	.626**	1	.455**	.840**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
X1.4	Pearson Correlation	.653**	.539**	.455**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	85	85	85	85	85
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.939**	.870**	.840**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	85	85	85	85	85

Uji Validitas *Sosial Media Ads* (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.579**	.317**	.598**	.800**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,003	0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.579**	1	.594**	.458**	.830**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.317**	.594**	1	.461**	.729**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,000		0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
X2.4	Pearson Correlation	.598**	.458**	.461**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	85	85	85	85	85
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.800**	.830**	.729**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	85	85	85	85	85

Uji Validitas Potongan Harga (Z)

Correlations						
		Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	TOTAL Z
Z1.1	Pearson Correlation	1	.634**	.538**	.652**	.808**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	85	85	84	85	85
Z1.2	Pearson Correlation	.634**	1	.769**	.800**	.896**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	85	85	84	85	85
Z1.3	Pearson Correlation	.538**	.769**	1	.758**	.874**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	84	84	84	84	84
Z1.4	Pearson Correlation	.652**	.800**	.758**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	85	85	84	85	85
TOTAL_Z	Pearson Correlation	.808**	.896**	.874**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	85	85	84	85	85

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.715**	.701**	.752**	.857**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
Y1.2	Pearson Correlation	.715**	1	.892**	.836**	.942**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
Y1.3	Pearson Correlation	.701**	.892**	1	.836**	.936**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	85	85	85	85	85
Y1.4	Pearson Correlation	.752**	.836**	.836**	1	.934**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	85	85	85	85	85
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.857**	.942**	.936**	.934**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	85	85	85	85	85

Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics			
VARIABEL	Cronbach's Alpha if Item Deleted	N	Keterangan
X1	0,958	4	Reliabel
X2	0,969	4	Reliabel
Z	0,958	4	Reliabel
Y	0,953	4	Reliabel

LAMPIRAN 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,81823789
Most Extreme Differences	Absolute	0,088
	Positive	0,088
	Negative	-0,058
Test Statistic		0,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TOTAL_X1	0,168	5,969
	TOTAL_X2	0,217	4,603
	TOTAL_Z	0,143	6,994
a. Dependent Variable: TOTAL_Y			

Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,343	0,362		0,946	0,347
	TOTAL_X1	-0,019	0,049	-0,099	-0,386	0,801
	TOTAL_X2	0,097	0,048	0,686	1,555	0,103
	TOTAL_Z	-0,072	0,050	-0,598	-1,159	0,134
a. Dependent Variable: abs_res						

LAMPIRAN 5 : Analisis Regresi Linear

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,314	0,658		-1,997	0,049
	TOTAL_X1	0,216	0,090	0,208	2,395	0,019
	TOTAL_X2	0,359	0,087	0,290	4,109	0,000
	TOTAL_Z	0,546	0,088	0,498	6,201	0,000
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						

LAMPIRAN 6 : Analisis Jalur

X1 -> Y	0,216
X2 -> Y	0,359
Pengaruh Mediasi	
Z terhadap Y	0,546
X1 -> Z	0,453
X2 -> Z	0,716
X1 -> Z -> Y	0,247
X2 -> Z -> Y	0,391

LAMPIRAN 7 : Surat Pengantar Penelitian

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçewara (P3.M)

 **STIE MALANGKUÇEWARA**
MALANGKUÇEWARA SCHOOL of ECONOMICS

Tertreditasi "UNGGUL": AKUNTANSI LAMEMBA No. 994/DE/A.5/AR.10/1/2024
Tertreditasi "UNGGUL": MANAJEMEN LAMEMBA No. 002/DE/A.5/AR.9/VII/2024

Nomor : 0466.1/BAAK-RESEARCH/VII/2025
Perihal : Riset Untuk Skripsi

14 July 2025

Yth. : KEPALA
TOKO GUARDIAN MALL OLIMPIC GARDEN
JL.KAWI NO.24, KEC.KLOJEN
MALANG - JAWA TIMUR 65116

Dengan Hormat,
Bersama surat ini kami hadapkan seorang mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

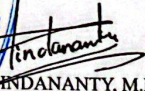
Nama : JENIEVER VINCA APRODYTHA OKTAVIANA
Nomor Pokok : K.2021.1.35447
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat : JALAN DEMUK (GANG LOVE) RT: 1 RW: 2 DUSUN: PACITAN
DESA/KELURAHAN: NGUNUT KEC. NGUNUT

bermaksud untuk mencari data-data guna keperluan penulisan skripsi dengan tema :

PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN SOSIAL MEDIA ADS (INSTAGRAM DAN TIKTOK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE GLAD 2 GLOW DENGAN POTONGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN TOKO KOSMETIK GUARDIAN DI MALL OLYMPIC GARDEN MALANG)

Schubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset dan bantuan seperlunya. Perlu kami jelaskan bahwa data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah (pendidikan) dan tidak akan digunakan untuk hal-hal yang dapat merugikan perusahaan / instansi.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

 Malang, 14 July 2025
Ketua Jurusan MANAJEMEN,

Dr. HENDANANTY, M.M.
NIK 202.710.194

web.stie-mce.ac.id info@stie-mce.ac.id
Jalan Terusan Candi Kalasan, Malang - Indonesia (65142) +62 341 491 813

LAMPIRAN 8 : Foto Proses Pengisian Kuesioner



LAMPIRAN 9 : Data Mentah Dari Guardian MOG Malang

[Lampiran Bukti Pembelian - Google Drive](#)

LAMPIRAN 10 : Hasil Kuesioner

[Hasil Kuisisioner - Google Drive](#)