



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 056/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2014
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 257/SK/BAN-PT/Ak-V/IS/XII/2013

Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GASAL Tahun Akademik 2016/2017

Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkucecwara Malang menetapkan :

Nama : Drs. EKO SUDJAWOTO, MM
Sebagai : Dosen Pembimbing 1
Nama : - -
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : CLAUDIA INTAN PERMATASARI
Nomor Pokok : K.2013.1.32185
Skripsi yang diajukan
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan : KEPUASAN KONSUMEN
Tempat/Obyek : STIE MALANGKUCECWARA
Judul Skripsi : -

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 20/07/2017
Ketua Program Studi Manajemen,



Dra. LINDANANTY, MM.
NIK-P.3M : 202.710.194



STIE Malangkececwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB I s.d. BAB III

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan : Januari			
10 Januari '17		DISKUSI Topik + Judul penelitian	
18 Januari '17		Pembahasan BAB I	
26 Januari '17		REVISI BAB I	
Bulan : Februari			
10 Feb '17		ACC BAB I + diskus BAB II	
19 Feb '17		Pembahasan BAB II	
28 Feb '17		REVISI BAB II	
Bulan : Maret			
3 Maret '17		ACC BAB II + diskus BAB III	
20 Maret '17		Pembahasan BAB III	
25 Maret '17		REVISI BAB III ✓	
Bulan : April			
5 April '17		ACC BAB III	
Bulan :			

Dosen Pembimbing 1

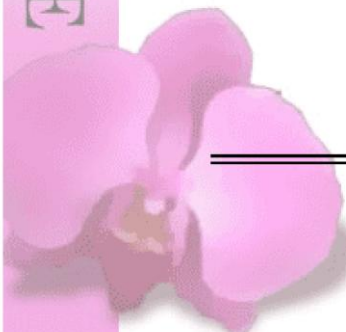
Dosen Pembimbing 2

Catatan:

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

1. Ide/inovasi penelitian
2. Pemahaman konsep/teori
3. Pemahaman Metodologi

MCE





Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GASAL Tahun Akademik 2016/2017

Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkucecwara Malang menetapkan :

Nama : Drs. EKO SUDJAWOTO, MM
Sebagai : Dosen Pembimbing 1
Nama : ---
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : CLAUDIA INTAN PERMATASARI
Nomor Pokok : K.2013.1.32185
Skripsi yang diajukan
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan : KEPUASAN KONSUMEN
Tempat/Obyek : STIE MALANGKUCECWARA

Judul Skripsi : DAYA TARIK YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN IMPULSE BUYING
TERHADAP PRODUK KOSMETIK ONLINE (STUDI KASUS
MAHASISWA STIE MALANGKUCECWARA MALANG)

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 03/08/2017
Ketua Program Studi Manajemen,



Dra. LINDANANTY, MM.
NIK-P.3M : 202.710.194



STIE Malangkececwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB IV s.d. BAB V

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan : <u>JULI</u>			
<u>07 / 09</u>	<u>IV & V</u>	Pembahasan BAB <u>IV & V</u>	
<u>07 / 25</u>		Revisi BAB <u>IV & V</u>	
		<u>A</u>	
Bulan : <u>AGUSTUS</u>			
<u>08 / 03</u>	<u>IV & V</u>	Seminar Hasil	
<u>08 / 07</u>		Revisi BAB <u>IV & V</u>	
<u>08 / 07</u>		ACC BAB <u>IV & V</u>	
Bulan :			
Bulan :			
Bulan :			

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Drs. EKO SUSANTO MM

Catatan:

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

6. Ide/inovasi penelitian
7. Pemahaman konsep/teori
8. Pemahaman Metodologi

MCE

KUESIONER PENELITIAN

Teman-teman yang terkasih, sehubungan dengan penelitian yang dilakukan untuk penyelesaian tugas akhir sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, saya mahasiswa STIE Malangkuç eç wara-Malang akan melakukan penelitian dengan judul:

“Daya Tarik Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Keputusan *Impulse Buying* Terhadap Produk Kosmetik Online ”.

Untuk itu saya meminta kesediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner yang saya bagikan ini. Saya berharap teman-teman menjawab sesuai dengan apa yang teman-teman rasakan dan alami. Informasi ini hanya semata-mata untuk penelitian dan saya menjamin kerahasiaan semua data. Akhirnya, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan teman-teman yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,
Peneliti

(Claudia Intan P)

DATA RESPONDEN :

1. Asal Daerah :
2. Usia : Tahun
3. Online Shop/ website yang sering dikunjungi :
4. Sudah berapa kali anda membeli produk kosmetik di toko online:
☐ 1 kali ☐ 2-3 kali ☐ 4-5 kali ☐ >6 kali
5. Berapa estimasi pengeluaran anda membeli produk kosmetik di toko online dalam kurun waktu 6 bulan?
☐ Rp100.000,00-Rp500.000,00 ☐ Rp500.000,00-Rp1.000.000,00
☐ >Rp1.000.000,00

PETUNJUK PENGISIAN :

1. Isilah semua nomor dalam kuesioner ini dan sebaiknya jangan ada yang terlewatkan
2. Pengisian jawaban cukup dengan memberi tanda (X atau √) pada pernyataan yang dianggap sesuai dengan pendapat responden (satu jawaban dalam setiap nomor pernyataan)
3. Pilihan jawaban :
 - a. Sangat Setuju (SS) : 5
 - b. Setuju (S) : 4
 - c. Cukup Setuju (CS) : 3

- d. Tidak Setuju (TS) : 2
e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

		SKALA UKUR				
A.	KUALITAS PELAYANAN (X1)	SS	S	CS	TS	STS
1.	Admin <i>online shop</i> memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap dalam menangani keluhan dari pelanggan					
2.	Admin <i>online shop</i> bersikap ramah dalam berkomunikasi dengan pelanggan					
3.	Website <i>online shop</i> yang mudah diakses untuk mendapatkan informasi produk yang tersedia pada catalog					
4.	<i>Online shop</i> melakukan pengiriman produk sesuai waktu yang dijanjikan					
5.	<i>Online shop</i> memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi (24 jam)					
6.	<i>Online shop</i> memberikan retur apabila produk yang dibeli pada saat jatuh di tangan konsumen cacat					

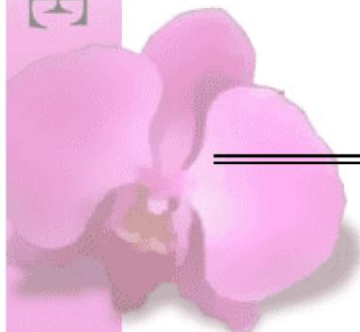
		SKALA UKUR				
B.	PRODUK (X2)	SS	S	CS	TS	STS
1.	<i>Online shop</i> menyediakan produk dengan berbagai macam merek					
2.	<i>Online shop</i> memberikan pengemasan produk yang menarik serta aman dalam proses pengiriman kepada pelanggan					
3.	<i>Online shop</i> menyediakan varian produk yang bermacam-macam					
4.	<i>Online shop</i> menyediakan produk yang tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang lama					
5.	<i>Online shop</i> menyediakan produk yang sesuai dengan tampilan di catalog					
6.	<i>Online shop</i> menyediakan produk dengan desain dan pilihan warna yang beragam serta menarik					

		SKALA UKUR				
C.	HARGA (X3)	SS	S	CS	TS	STS
1.	<i>Online shop</i> memberikan harga yang sesuai dengan manfaat produk					
2.	<i>Online shop</i> memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk					
3.	Konsumen <i>online shop</i> merasa puas memperoleh produk yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkannya					
4.	<i>Online shop</i> memberikan perbandingan harga yang					

	mampu bersaing dengan <i>offline shop</i>					
5.	<i>Online shop</i> memberikan harga yang bervariasi sesuai dengan merek produk					
6.	<i>Online shop</i> memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen					

		SKALA UKUR				
D.	PROMOSI (X4)	SS	S	CS	TS	STS
1.	<i>Online shop</i> menggunakan media promosi melalui <i>celebrity endorse</i>					
2.	<i>Online shop</i> melakukan promosi dengan memberikan informasi produk melalui media sosial/website					
3.	<i>Online shop</i> melakukan promosi penjualan melalui potongan harga					
4.	<i>Online shop</i> melakukan promosi penjualan melalui kupon berhadiah dengan syarat dan ketentuan tertentu					
5.	<i>Online shop</i> melakukan promosi penjualan dengan cara buy 1 get 1 free					

		SKALA UKUR				
E.	IMPULSE BUYING/PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (Y)	SS	S	CS	TS	STS
1.	Tidak dapat menolak keinginan					
2.	Tidak mempertimbangkan konsekuensi					
3.	Pembelian secara spontan					
4.	Membeli karena adanya luapan emosi (ketertarikan sesaat)					
5.	Membeli produk tanpa ada paksaan atau rayuan dari sekeliling					
6.	Membeli produk yang saya anggap menarik walaupun pada akhirnya menyesal					

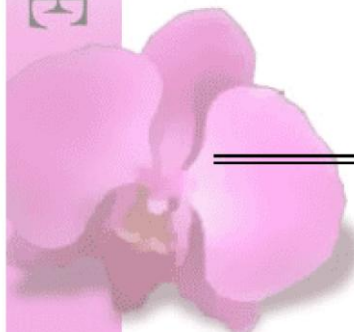


REKAPITULASI DATA PENELITIAN

No	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	X1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	X2	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	X3	x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	X4	y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	Y
1	3	4	3	4	4	3	21	4	3	4	3	4	3	21	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	16	4	3	4	3	3	4	21
2	3	4	3	4	3	3	20	3	3	3	4	4	3	18	4	4	4	3	3	3	21	3	3	4	3	3	16	3	2	4	3	3	3	18
3	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	4	4	2	19	4	4	4	4	3	3	23	4	3	3	4	2	16	4	4	4	3	3	3	22
4	4	5	5	5	5	4	28	4	5	4	4	4	4	25	4	4	3	5	5	4	25	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	4	4	3	26	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	5	4	25
6	4	3	4	5	5	4	25	4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	3	3	4	22	3	4	3	3	2	15	4	4	5	4	5	4	26
7	3	3	4	5	4	4	23	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	2	17	3	4	5	4	4	4	24
8	2	2	2	4	2	4	16	3	3	3	3	3	3	18	4	3	2	4	4	4	21	4	2	2	4	2	14	4	4	3	2	3	2	18
9	4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	3	3	3	20	2	4	3	4	4	4	21	3	4	4	4	4	19	5	5	5	5	3	4	27
10	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	3	18	5	5	5	3	3	4	25
11	4	5	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	5	29	4	4	4	5	5	5	27	5	4	5	4	4	22	4	5	5	4	4	5	27
12	5	5	5	5	4	4	28	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	5	30
13	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	4	19	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	20
14	4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	3	3	3	21	3	4	3	4	4	4	22	3	4	4	4	4	19	4	5	5	4	4	4	26
15	3	4	4	4	4	4	24	3	5	4	3	4	4	5	25	4	4	5	4	4	25	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	5	28
16	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	3	3	3	21	2	2	4	4	4	4	2	18	2	3	3	4	5	17	4	4	4	4	4	24
17	3	3	3	3	2	4	18	4	4	5	4	4	3	24	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	5	3	23	5	5	5	3	5	28	
18	4	3	3	5	4	4	23	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	5	25	
19	4	4	3	5	4	3	23	4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	3	4	4	22	3	4	4	4	4	19	3	4	5	5	3	4	24
20	2	3	4	3	4	3	19	4	3	4	4	3	4	22	3	4	1	4	4	4	20	4	5	5	3	2	19	3	4	5	3	2	4	21
21	3	3	3	3	2	3	17	5	5	4	4	3	2	23	3	5	3	4	5	5	25	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	2	5	27
22	3	3	3	4	3	3	19	5	4	3	3	4	3	22	3	1	1	3	3	3	4	15	2	4	4	4	3	17	3	4	4	2	5	22
23	4	4	3	5	5	5	26	4	3	4	4	3	3	21	3	3	3	3	4	4	20	4	4	4	3	19	5	5	5	5	5	4	29	
24	4	3	3	3	4	4	21	5	4	4	3	4	3	23	4	5	4	5	4	5	27	5	3	3	3	4	18	5	5	5	4	5	29	
25	3	5	4	5	4	3	24	3	3	3	3	3	3	18	2	5	5	4	5	3	24	3	4	2	3	2	14	4	4	4	4	4	24	
26	4	5	3	5	4	4	25	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	3	17	5	4	5	4	4	4	26
27	3	3	4	5	5	3	23	5	5	4	4	3	4	25	4	5	5	5	5	5	29	5	3	3	5	4	20	5	5	5	5	5	4	29
28	4	5	4	5	4	5	27	5	4	3	3	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24	3	3	2	2	2	12	5	4	4	4	4	3	24
29	4	5	3	4	3	4	23	5	4	4	3	4	3	23	3	5	5	5	5	5	28	5	4	4	4	3	20	5	5	2	5	5	27	
30	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	27	4	5	4	4	5	5	26	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	29	
31	4	3	5	5	4	3	24	3	3	3	3	3	3	20	3	3	2	4	4	5	21	4	5	4	4	3	20	4	4	4	3	5	24	
32	4	5	5	5	5	4	26	4	5	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	3	20	5	5	5	5	5	5	30
33	4	3	4	4	3	3	21	3	3	4	3	3	4	20	3	4	3	4	4	3	21	3	3	2	3	3	14	4	4	4	4	3	4	23
34	3	3	3	4	3	3	19	3	3	4	3	4	3	20	4	4	4	4	3	3	22	3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	4	4	24
35	3	5	4	5	4	2	23	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	4	4	5	28	4	4	4	3	5	20	5	5	2	5	3	25	
36	3	5	4	5	4	5	26	3	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	3	21	
37	4	3	3	5	3	2	20	4	3	2	2	3	3	17	3	4	3	3	3	3	4	20	4	3	3	3	1	14	4	4	2	4	4	22
38	3	3	3	3	4	3	19	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	3	23	3	5	3	3	2	16	5	5	5	5	4	4	28
39	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	3	5	2	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	3	5	26
40	4	2	4	5	4	3	22	4	4	3	3	4	4	22	3	5	2	4	3	3	20	3	3	3	3	1	13	5	4	5	4	5	27	
41	4	3	3	4	4	3	21	3	4	4	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	4	24
42	3	3	3	4	4	4	21	2	3	3	3	3	3	17	3	4	4	3	4	4	22	3	4	3	3	3	16	3	4	4	4	4	4	23
43	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	22	5	4	2	5	5	4	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
44	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	2	18	4	5	1	4	3	3	20	3	3	4	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
45	3	2	2	3	2	3	15	3	2	3	3	3	2	16	3	5	1	2	2	3	16	2	3	1	3	2	11	3	2	2	3	3	3	16
46	3	3	4	5	4	3	22	3	2	2	2	2	2	13	4	4	4	5	5	5	27	3	3	5	4	3	18	4	4	4	3	3	22	
47	4	5	4	4	4	4	25	5	5	4	3	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	19	5	5	4	4	3	4	25
48	3	5	3	5	5	2	23	4	4	4	3	3	3	21	3	3	3	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	5	5	5	3	5	28	
49	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	5	5	5	5	28	4	3	3	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	23	3	3	4	4	3	17	5	5	5	3	5	4	27
51	3	3	3	5	5	5	24	3	4	3	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	19	4	5	5	3	4	4	25
52	5	3	4	5	4	4	25	5	4	3	3	4	4	23	4	4	3	5	4	5	25	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	4	5	29
53	5	5	5	5	5	4	29	5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	4	23	5	5	5	3	5	5	28
54	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	3	17	5	5	5				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.1	90	2	5	3.64	.676
x1.2	90	2	5	3.76	.916
x1.3	90	2	5	3.59	.748
x1.4	90	3	5	4.30	.756
x1.5	90	2	5	3.88	.776
x1.6	90	2	5	3.56	.721
Kualitas Pelayanan (X1)	90	15	29	22.72	3.243
x2.1	90	2	5	4.03	.726
x2.2	90	2	5	3.79	.711
x2.3	90	2	5	3.66	.706
x2.4	90	2	5	3.59	.701
x2.5	90	2	5	3.61	.714
x2.6	90	2	5	3.52	.810
Produk (X2)	90	13	30	22.18	3.196
x3.1	90	2	5	3.60	.684
x3.2	90	1	5	3.93	.804
x3.3	90	1	5	3.54	1.051
x3.4	90	2	5	3.99	.711
x3.5	90	2	5	4.00	.687
x3.6	90	2	5	4.03	.741
Harga (X3)	90	15	29	23.10	3.180
x4.1	90	2	5	3.84	.898
x4.2	90	2	5	3.84	.792
x4.3	90	1	5	3.73	.981
x4.4	90	2	5	3.86	.773
x4.5	90	1	5	3.24	.940
Promosi (X3)	90	11	25	18.52	3.275
y.1	90	3	5	4.28	.735
y.2	90	2	5	4.28	.765
y.3	90	2	5	4.43	.750
y.4	90	2	5	3.97	.827
y.5	90	1	5	3.87	.974
y.6	90	2	5	4.12	.732
Impulse Buying (Y)	90	15	30	24.94	3.360
Valid N (listwise)	90				



x1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.3	3.3	3.3
3	33	36.7	36.7	40.0
4	47	52.2	52.2	92.2
5	7	7.8	7.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	6.7	6.7	6.7
3	33	36.7	36.7	43.3
4	28	31.1	31.1	74.4
5	23	25.6	25.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	4.4	4.4	4.4
3	39	43.3	43.3	47.8
4	37	41.1	41.1	88.9
5	10	11.1	11.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	16	17.8	17.8	17.8
4	31	34.4	34.4	52.2
5	43	47.8	47.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.6	5.6	5.6
3	18	20.0	20.0	25.6
4	50	55.6	55.6	81.1
5	17	18.9	18.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.6	5.6	5.6
3	37	41.1	41.1	46.7
4	41	45.6	45.6	92.2
5	7	7.8	7.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

 OSUMEN DALAM MELAKUKAN

 KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* TERHADAP PRODUK KOSMETIK
 ONLINE (Studi Kasus Mahasiswi STIE Malangkececwara Malang)

 Author: **CLAUDIA INTAN PERMATASARI** NPK: K.2013.1.32185

x2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.1	1.1	1.1
3	19	21.1	21.1	22.2
4	46	51.1	51.1	73.3
5	24	26.7	26.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.2	2.2	2.2
3	28	31.1	31.1	33.3
4	47	52.2	52.2	85.6
5	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.2	2.2	2.2
3	37	41.1	41.1	43.3
4	41	45.6	45.6	88.9
5	10	11.1	11.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.2	2.2	2.2
3	42	46.7	46.7	48.9
4	37	41.1	41.1	90.0
5	9	10.0	10.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.3	3.3	3.3
3	38	42.2	42.2	45.6
4	40	44.4	44.4	90.0
5	9	10.0	10.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	7.8	7.8	7.8
3	40	44.4	44.4	52.2
4	32	35.6	35.6	87.8
5	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

KOSUMEN DALAM MELAKUKAN

KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* TERHADAP PRODUK KOSMETIK
 ONLINE (Studi Kasus Mahasiswi STIE Malangkecewara Malang)

Author: **CLAUDIA INTAN PERMATASARI** NPK: K.2013.1.32185

x3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	6.7	6.7	6.7
3	28	31.1	31.1	37.8
4	52	57.8	57.8	95.6
5	4	4.4	4.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.2	2.2	2.2
2	2	2.2	2.2	4.4
3	14	15.6	15.6	20.0
4	54	60.0	60.0	80.0
5	18	20.0	20.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	6.7	6.7	6.7
2	7	7.8	7.8	14.4
3	22	24.4	24.4	38.9
4	42	46.7	46.7	85.6
5	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.2	2.2	2.2
3	17	18.9	18.9	21.1
4	51	56.7	56.7	77.8
5	20	22.2	22.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.1	1.1	1.1
3	18	20.0	20.0	21.1
4	51	56.7	56.7	77.8
5	20	22.2	22.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.2	2.2	2.2
3	17	18.9	18.9	21.1
4	47	52.2	52.2	73.3
5	24	26.7	26.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

 II KOSUMEN DALAM MELAKUKAN

 KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* TERHADAP PRODUK KOSMETIK
 ONLINE (Studi Kasus Mahasiswi STIE Malangkececwara Malang)

 Author: **CLAUDIA INTAN PERMATASARI** NPK: K.2013.1.32185

x4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	6.7	6.7	6.7
3	26	28.9	28.9	35.6
4	34	37.8	37.8	73.3
5	24	26.7	26.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.2	2.2	2.2
3	30	33.3	33.3	35.6
4	38	42.2	42.2	77.8
5	20	22.2	22.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x4.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.1	1.1	1.1
2	8	8.9	8.9	10.0
3	28	31.1	31.1	41.1
4	30	33.3	33.3	74.4
5	23	25.6	25.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.3	3.3	3.3
3	25	27.8	27.8	31.1
4	44	48.9	48.9	80.0
5	18	20.0	20.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

x4.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.2	2.2	2.2
2	19	21.1	21.1	23.3
3	30	33.3	33.3	56.7
4	33	36.7	36.7	93.3
5	6	6.7	6.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	15	16.7	16.7	16.7
4	35	38.9	38.9	55.6
5	40	44.4	44.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.3	3.3	3.3
3	8	8.9	8.9	12.2
4	40	44.4	44.4	56.7
5	39	43.3	43.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.3	3.3	3.3
3	5	5.6	5.6	8.9
4	32	35.6	35.6	44.4
5	50	55.6	55.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.6	5.6	5.6
3	17	18.9	18.9	24.4
4	44	48.9	48.9	73.3
5	24	26.7	26.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.1	1.1	1.1
2	6	6.7	6.7	7.8
3	25	27.8	27.8	35.6
4	30	33.3	33.3	68.9
5	28	31.1	31.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

y.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.2	2.2	2.2
3	13	14.4	14.4	16.7
4	47	52.2	52.2	68.9
5	28	31.1	31.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

KOSUMEN DALAM MELAKUKAN

KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* TERHADAP PRODUK KOSMETIK
 ONLINE (Studi Kasus Mahasiswi STIE Malangkececwara Malang)

Author: **CLAUDIA INTAN PERMATASARI** NPK: K.2013.1.32185

Reliability

Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

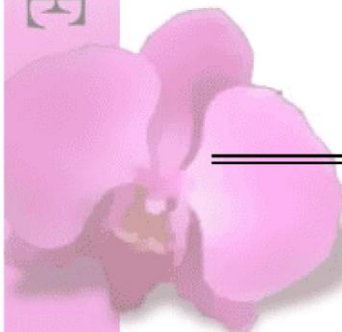
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	19.08	8.185	.485	.778
x1.2	18.97	6.954	.564	.763
x1.3	19.13	7.578	.578	.757
x1.4	18.42	7.483	.595	.753
x1.5	18.84	7.144	.667	.735
x1.6	19.17	8.275	.416	.792



Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

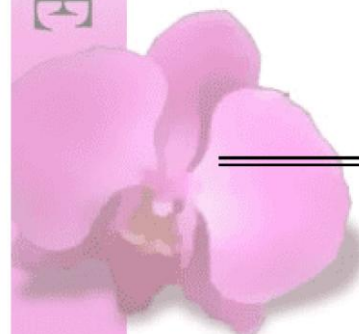
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	18.17	7.354	.556	.797
x2.2	18.41	7.189	.624	.783
x2.3	18.54	7.127	.649	.778
x2.4	18.61	7.072	.672	.773
x2.5	18.59	7.234	.606	.787
x2.6	18.68	7.502	.431	.828



Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

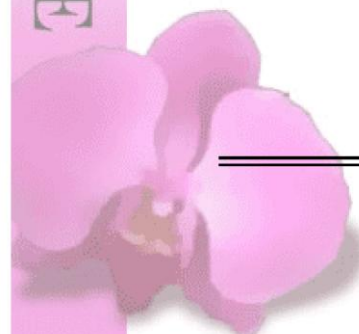
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	19.50	8.275	.348	.755
x3.2	19.17	7.331	.490	.722
x3.3	19.56	6.632	.439	.752
x3.4	19.11	7.066	.672	.677
x3.5	19.10	7.484	.574	.703
x3.6	19.07	7.411	.533	.711



Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

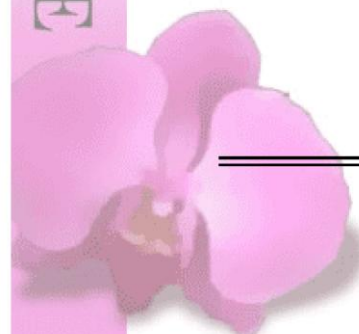
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x4.1	14.68	7.502	.491	.788
x4.2	14.68	7.614	.568	.764
x4.3	14.79	6.034	.774	.689
x4.4	14.67	7.258	.689	.731
x4.5	15.28	7.641	.423	.811



Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y.1	20.67	8.067	.642	.736
y.2	20.67	7.865	.662	.730
y.3	20.51	8.612	.480	.772
y.4	20.98	8.179	.513	.765
y.5	21.08	7.938	.438	.792
y.6	20.82	8.350	.568	.753

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X3), Produk (X2) ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.770 ^a	.593	.574	2.193	.593	30.984	4	85	.000	2.023

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X3), Produk (X2)

b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	595.981	4	148.995	30.984	.000 ^a
	Residual	408.741	85	4.809		
	Total	1004.722	89			

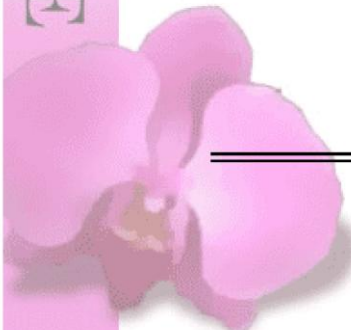
a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X3), Produk (X2)

b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.691	2.070		1.300	.197		
	Kualitas Pelayanan (X1)	.297	.082	.286	3.604	.001	.758	1.319
	Produk (X2)	.220	.103	.209	2.128	.036	.496	2.016
	Harga (X3)	.247	.097	.233	2.539	.013	.567	1.765
	Promosi (X3)	.267	.099	.260	2.701	.008	.516	1.937

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)



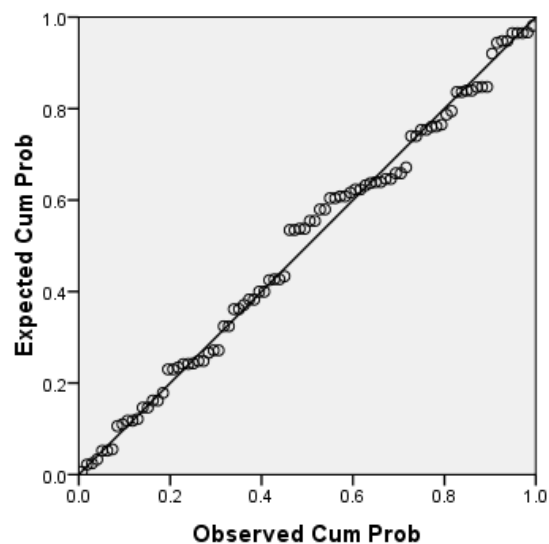
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.1430393
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.049
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.756
Asymp. Sig. (2-tailed)		.617

a. Test distribution is Normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Impulse Buying (Y)



Scatterplot

