



Lampiran 1: Kuesioner Pra Research

## **KUESIONER PRA RESEARCH**

Assalamualaikum Wr Wb

Kepada : Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

Angkatan : 2019-2021

Perkenalkan Saya Nur Khalidah Ahmad Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik. Memohon Kesediaan Teman-teman untuk mengisi Kuesioner *Pra-Survey* untuk mendukung penelitian saya dibidang Pemasaran , Informasi yang Teman-teman berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Terimakasih

Wassalamualaikum Wr Wb

Isilah identitas diri saudara sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya:

- a. Nama :
- b. NIM :
- c. Angkatan :
  - 2019
  - 2020
  - 2021
- d. Jurusan Manajemen
  - Ya
  - Tidak
- e. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
- f. Saya Menggunakan produk kecantikan
  - Scarlate whitening
  - Wardah
  - MS glow
  - Avoskin
  - Erha
  - Produk kecantikan lainnya

g. Saya Membeli produk kecantikan di e commers

- TokoPedia
- Bukalapak
- Shopee
- Tempat lainnya
- Lazada

**JAWABLAH PERNYATAAN DIBAWAH INI**

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Saya sebelum membeli produk kecantikan mencari tahu terlebih dahulu		
2	Saya melihat informasi produk kecantikan dari sosmed		
3	Konten dapat membantu manarik pelanggan		
4	Saya membaca ulasan produk (review) ketika mencari informasi		
5	Saya merasa banyaknya Online Customer Review menandakan toko tersebut terpercaya		
6	Saya biasanya melakukan perbandingan antara produk kencintakan A dan produk kecantikan B		
7	Saya membeli produk kecantikan karena rekomendasi dari teman		
8	Deskripsi yang disediakan oleh produk kecantikan sangat penting		
9	Kualitas dan pelayanan yang diberikan bagi pelanggan sangat penting		
10	Hubungan dengan pelanggan bisa membuat pelanggan melakukan pembelian kembali		

**KUESIONER PENELITIAN**

***Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review dan Customer Trust Terhadap Purchase Decision Produk Scarlett Whitening di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik***

Terima kasih atas partisipasi saudara untuk menjadi salah satu responden dalam pengisian kuesioner ini merupakan instrumen penelitian yang dilakukan oleh :

Peneliti : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Gresik

Untuk memenuhi tugas penyelesaian skripsi program sarjana, saya harap saudara menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Semua sesuai dengan kode etik penelitian. Peneliti menjamin kerahasiaan semua data. Ketersediaan anda dalam mengisi kuesioner ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Akhir kata saya sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

Isilah identitas diri saudara sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya:

a. Nama :

b. NIM :

c. Angkatan :

2019

2020

2021

- d. Jenis Kelamin :
- Laki-laki
  - Perempuan
- e. Mahasiswa aktif Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik:  
(Jika tidak, tidak perlu melanjutkan ke Pernyataan berikutnya)
- Ya
  - Tidak
- f. Saya pengguna produk Scarlett Whitening (Jika tidak, tidak perlu melanjutkan ke Pernyataan berikutnya)
- Ya
  - Tidak
- g. Saya pernah membeli produk Scarlett Whitening di e-commers shopee: (Jika tidak, tidak perlu melanjutkan ke Pernyataan berikutnya)
- Ya
  - Tidak
- h. Berapa kali melakukan pembelian produk Scarlett Whitening di e-commers shopee: (Jika tidak, tidak perlu melanjutkan ke Pernyataan berikutnya)
- Kurang dari 3 kali
  - Lebih dari 3 kali

**PETUNJUK PENGISIAN**

Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban saudara/saudari Mahasiswa

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor “1”
2. Tidak Setuju (TS) = Skor “2”
3. Ragu-Ragu (RR) = Skor “3”
4. Setuju (S) = Skor “4”
5. Sangat Setuju (SS) = Skor “5”

**II. VARIABEL VIRAL MARKETING**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
<b>A</b>	<b>Pengetahuan Produk</b>					
1	Produk scarlett whitening merupakan produk kecantikan					
2	Produk scarlett whitening menjual beberapa variasi produk kecantikan wanita					
<b>B</b>	<b>Kejelasan Informasi</b>					
3	Produk scarlett whitening memberikan informasi melalui media sosial Instagram dan <i>e-commers</i> Shopee					

4	Saya melihat informasi tentang produk scarlett whitening di akun Instagram dan shopee cukup jelas					
<b>C</b>	<b>Membicarakan Produk</b>					
5	Saya memberbicara hal positif tentang produk scarlett whitening kepada orang lain					

### **III. VERIABEL ONLINE CUSTOMER REVIEW**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
<b>A</b>	<b>Awaranness (Kesadaran)</b>					
1	Saya membaca ulasan produk ( <i>review</i> ) sebelum melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> shopee					
2	Saya memberikan ulasan produk ( <i>review</i> ) setelah melakukan pembelian produk scarlett whitening di <i>e-commerce</i> shopee					
<b>B</b>	<b>Frequency (Frekuensi)</b>					
3	Saya memahami produk setelah membaca ulasan produk ( <i>review</i> ) di shopee					
<b>C</b>	<b>Comparison (Perbandingan)</b>					
4	Saya selalu membandingkan ulasan produk ( <i>review</i> ) di shopee dengan yang lainnya					
<b>D</b>	<b>Influence (Pengaruh)</b>					
5	Saya membeli produk scarlett whitening di shopee karena rekomendasi dari teman					
6	Saya membeli produk scarlett whitening di shopee karena ulasan produk ( <i>review</i> ) yang positif					

### **IV. VERIABEL CUSTOMER TRUST**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
<b>A</b>	<b>Kejujuran (Honesty)</b>					
1	Akun scarlett whitening memberikan deskripsi produk sesuai dengan barang yang dijual					
<b>B</b>	<b>Kebaikan (Benevolence)</b>					
2	Produk scarlett whitening selalu menyediakan barang yang berkualitas bagi pelanggan.					
3	Produk scarlett whitening selalu memberikan pelayanan terbaiknya bagi pelanggan					

<b>C</b>	<b>Kopetensi (Copenence)</b>					
4	Produk scarlett whitening memiliki integritas yang tinggi dalam menjalin hubungan dengan pelanggan					

#### V. VERIABEL PURCHASE DECISION

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
<b>A</b>	<b>Kemantapan pada Sebuah Produk</b>					
1	Saya merasa yakin dan percaya ketika membeli produk scarlett whitening di <i>e-commers</i> shopee					
2	Produk scarlett whitening di shopee memiliki kemampuan untuk mempengaruhi saya agar melakukan pembelian					
<b>B</b>	<b>Kebiasaan dalam Membeli Produk</b>					
3	Berbagai hal positif dari <i>review</i> tentang informasi produk menjadi alasan Saya untuk membeli kembali.					
<b>C</b>	<b>Kecepatan dalam membeli suatu Produk</b>					
4	Saya akan langsung membeli produk scarlett whitening di shopee jika saya membutuhkan					
<b>D</b>	<b>Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain</b>					
5	Saya akan merekomendasikan produk scarlett whitening kepada orang lain.					



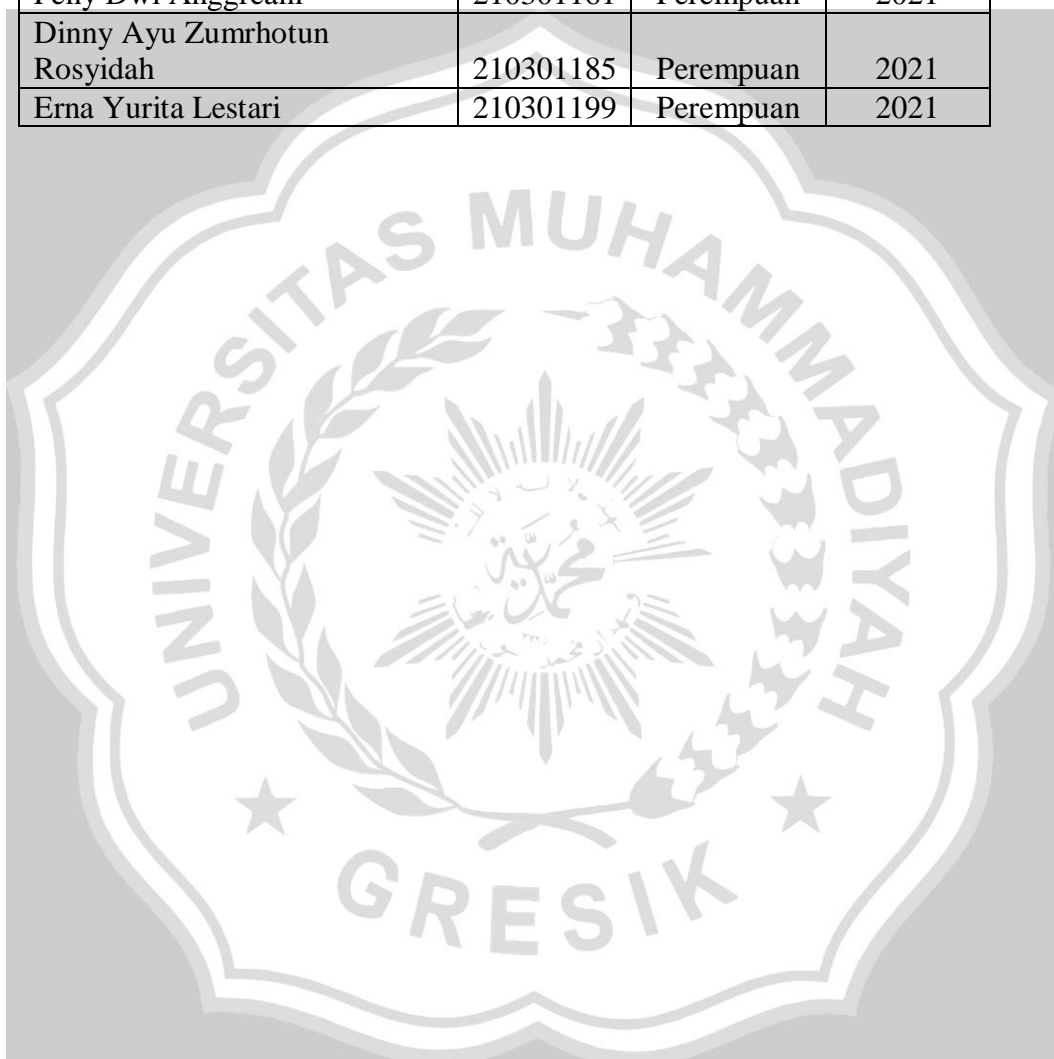
Lampiran 3: Daftar Responden

<b>Nama</b>	<b>Nim</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Angkatan</b>
Sinta Wahyu s	190301014	Perempuan	2019
Nazma Alaika Silma	190301017	Perempuan	2019
Siska Eva Yuliana	190301035	Perempuan	2019
Lusia Novita Lingsih	190301049	Perempuan	2019
Muhammad Salahudin	190301055	Laki-Laki	2019
Nanda Amalia	190301067	Perempuan	2019
Alfiana Marfuatus Sholichah	190301082	Perempuan	2019
Lutfiyah Qurrotul Aini	190301083	Perempuan	2019
Latifah Nur Rohmah	190301087	Perempuan	2019
Gebi Lia Nurjanah	190301099	Perempuan	2019
Amallia Dicanuary Abhellina	190301101	Perempuan	2019
Yeha Reine Nabilah Adiratna	190301105	Perempuan	2019
Avika Ratna Deviana	190301106	Perempuan	2019
Eka Harisetia F	190301130	Perempuan	2019
Maftuhatud Diniyyah	190301134	Perempuan	2019
Altiana	190301136	Perempuan	2019
Mutiara Elok Ayuni	190301147	Perempuan	2019
Oki Aditya Wahyudi	190301151	Laki-Laki	2019
Indah Dwi Yanti	190301157	Perempuan	2019
Dian Monica Ramadhani Putri	190301158	Perempuan	2019
Anisa Dwi Fajarwati	190301164	Perempuan	2019
Vania Aurel A	190301182	Perempuan	2019
Muhammad Arif Darmawan	190301185	Laki-Laki	2019
Sherly Ayustina Hamdaningsyah	190301188	Perempuan	2019
Puji Rachmaningtyas	190301196	Perempuan	2019
Cynthia Devi Andriani	190301209	Perempuan	2019
Apriyana Nur Kharisma Mega Utami	190301216	Perempuan	2019
Ninik Anadiyah	190301226	Perempuan	2019
Fandi Ahmad Mutaqien	190301239	Laki-Laki	2019
Dian Ma'rifatus S	190404020	Perempuan	2019
Ida Rohma Bekti	200301015	Perempuan	2020
Rahmah Ayu Atikah	200301016	Perempuan	2020
Dwi Agustin Wulandari	200301018	Perempuan	2020
Alna As Zahra	200301019	Perempuan	2020
Jihan Difaul Haqi	200301024	Laki-Laki	2020
Endang Larasati	200301028	Perempuan	2020
Firli Melinda Putri	200301032	Perempuan	2020
Nurlita Tri Suryani	200301038	Perempuan	2020
Lathifany Putri N	200301039	Perempuan	2020
Adinda Agustin	200301040	Perempuan	2020
Aisyah Diva Cahya P	200301043	Perempuan	2020



Fadilah Galih	200301045	Perempuan	2020
Silviya Shoimi	200301046	Perempuan	2020
Hildha Amalia Farista	200301048	Perempuan	2020
Zayyan Fayi Alif	200301057	Laki-Laki	2020
Tiara Ikmalia Agnis	200301059	Perempuan	2020
Nur Sayyidah	200301060	Perempuan	2020
Moh Asad Rosyadi	200301062	Laki-Laki	2020
Ilham Akbar Mulyawan	200301087	Laki-Laki	2020
Senja Sulistyo Rini	200301091	Perempuan	2020
Putri Windy Aprilia	200301092	Perempuan	2020
Mochammad Arif Wahyu	200301093	Laki-Laki	2020
Muhammad Arinal Haq	200301113	Laki-Laki	2020
Alwiyatun Nisa	200301122	Perempuan	2020
Tsabita Sufi Marsha	200301145	Perempuan	2020
M. Andrean Nurdiansyah	200301147	Laki-Laki	2020
Bella Mia Rahmadani	200301151	Perempuan	2020
Ayu Wandini Aprilia	200301155	Perempuan	2020
Achmad Muharram A T	200301159	Laki-Laki	2020
Chofifah Agustin	200301180	Perempuan	2020
Dwi Rindani	200301181	Perempuan	2020
Safrina Dwi Rahmawati	200301228	Perempuan	2020
Annisa Nur Safitri	200301249	Perempuan	2020
Adinda Tiara Meisty	210301003	Perempuan	2021
Tiara Fauzul Islam	210301004	Perempuan	2021
Faisal Altito Pratama	210301006	Laki-Laki	2021
Alfina Nur Cahyani	210301017	Perempuan	2021
Diniyah Fiha Ishaqo	210301024	Perempuan	2021
Khoirun Nisa	210301026	Perempuan	2021
Ririn Nur Aini	210301031	Perempuan	2021
Meilynda Reni Anjarwati	210301036	Perempuan	2021
Ridhotul Mafi Shofia	210301038	Perempuan	2021
Natasya Amatul Firdausa	210301044	Perempuan	2021
Rennyta Tri Engelina	210301048	Perempuan	2021
Dwiyanti Anggraini Masadina	210301050	Perempuan	2021
Eka Rizky Safitri	210301051	Perempuan	2021
Chintya Ayu Panglipur Weni	210301053	Perempuan	2021
Sayyidah Diana	210301054	Perempuan	2021
Fidina Binti Shabara	210301059	Perempuan	2021
Kartika Putri Yuliani	210301060	Perempuan	2021
Ahmad Nauval Habibussyafi	210301061	Laki-Laki	2021
Nabilla Dwi Puspitasari	210301068	Perempuan	2021
Ivan Alifa Riski	210301069	Laki-Laki	2021
Dwi Putri Maulida	210301070	Perempuan	2021
Ellisa Putri Veronica	210301073	Perempuan	2021
Hana Andi Kurniawati	210301083	Perempuan	2021
Devy Ana Choirun Nisa	210301093	Perempuan	2021
Aurellia Risma Maherta	210301094	Perempuan	2021

Harits Romadhon	210301095	Laki-Laki	2021
Ahmad Ihya Muzzaki	210301102	Laki-Laki	2021
Nabilah Veti Shahirah	210301103	Perempuan	2021
Dzin Nada Arzaqiyah	210301116	Perempuan	2021
Muhimah Nur Afifah	210301117	Perempuan	2021
Shafira Adilah Khansa	210301118	Perempuan	2021
Mauliya Tahta Septia	210301129	Perempuan	2021
Ainur Rifqi Azizi	210301130	Laki-Laki	2021
Bintang Azmi Nabilah	210301134	Perempuan	2021
Feny Dwi Anggreani	210301161	Perempuan	2021
Dinny Ayu Zumrhotun Rosyidah	210301185	Perempuan	2021
Erna Yurita Lestari	210301199	Perempuan	2021



Lampiran 4: Rekapitulasi Jawaban Responden

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	5	28
5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	4	4	26
5	2	3	2	2	14	3	4	3	2	2	1	15
5	3	2	2	3	15	3	2	4	3	5	5	22
5	2	2	3	5	17	4	3	2	4	2	1	16
4	3	3	2	2	14	2	2	3	4	3	2	16
5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	5	29
4	5	4	5	4	22	5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	5	23	3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	5	28
4	3	3	2	3	15	3	5	3	2	3	4	20
5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	4	4	27
5	5	4	5	4	23	5	4	5	4	5	5	28
5	4	5	4	5	23	4	4	4	5	4	4	25
5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	24	3	4	3	5	4	4	23
4	4	3	4	3	18	5	5	4	4	4	4	26
5	4	3	5	4	21	5	3	5	3	5	3	24
5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	4	5	24	4	5	4	4	5	5	27
5	4	3	4	5	21	4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	5	3	22	5	5	5	5	4	4	28
5	4	5	3	4	21	5	5	5	4	5	5	29
4	5	4	5	4	22	5	4	3	5	4	5	26
4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	3	16
5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	5	27
5	3	2	2	4	16	4	3	3	4	2	2	18
5	5	4	5	5	24	4	4	5	4	4	4	25
4	3	2	2	5	16	4	3	2	2	5	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	4	21
5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	4	5	24	4	5	4	4	4	5	26
3	2	2	3	3	13	4	3	2	4	3	3	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	22	3	4	4	3	3	4	21
4	3	3	4	5	19	3	2	4	3	4	5	21
3	5	2	3	1	14	5	3	4	2	3	4	21
5	4	3	4	3	19	4	3	2	4	4	4	21
2	4	3	2	1	12	3	2	2	3	4	5	19
3	2	1	2	3	11	2	4	3	2	3	3	17
3	4	5	2	3	17	4	3	5	4	3	1	20
5	4	3	5	4	21	5	4	2	2	3	1	17
3	5	4	5	4	21	4	3	4	3	2	2	18
3	4	3	2	3	15	4	3	4	4	4	4	23
4	3	2	4	1	14	3	4	2	5	3	2	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30

4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	4	24
3	2	4	5	3	17	2	3	4	5	3	4	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	5	4	27
4	2	3	4	5	18	5	3	2	1	4	3	18
5	3	4	2	3	17	3	4	3	4	4	2	20
4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	4	23
5	4	4	3	4	20	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	5	20	4	3	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	5	25
4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	4	25
3	4	2	3	2	14	3	2	1	2	3	5	16
4	3	4	4	3	18	3	3	3	4	4	4	21
4	5	4	4	5	22	3	3	3	3	2	4	18
3	3	3	4	5	18	3	3	3	3	3	4	19
4	3	4	2	3	16	5	3	4	2	3	4	21
4	3	4	2	3	16	4	2	3	3	4	4	20
4	4	4	5	5	22	5	3	5	5	4	3	25
5	4	5	5	4	23	4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	4	22	5	5	4	1	5	5	25
5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	4	5	17	5	5	5	5	2	4	26
4	5	5	4	4	22	4	5	5	4	4	4	26
5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	5	28
4	5	4	4	5	22	5	5	5	4	5	5	29
4	5	4	5	4	22	4	4	5	5	5	5	28
4	5	5	5	5	24	4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	3	5	26
4	5	4	5	4	22	4	4	5	4	4	5	26
4	5	5	4	5	23	5	4	5	4	5	5	28
4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	4	26
5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	3	3	24
4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	4	3	17	5	4	5	4	5	4	27
4	3	5	5	4	21	5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	4	22	3	3	2	2	5	5	20
5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	4	5	26
4	5	4	4	3	20	5	4	5	4	5	4	27
5	3	4	5	5	22	3	4	3	5	4	4	23
4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	4	5	29
4	4	5	3	5	21	4	5	5	5	4	5	28
3	4	5	5	5	22	5	4	5	4	5	5	28
5	4	4	4	5	22	4	5	5	5	5	4	28

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
5	4	5	5	19	5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21
2	2	2	2	8	5	2	3	4	2	16
4	2	2	3	11	4	3	2	2	1	12
3	5	3	5	16	5	3	2	3	3	16
4	5	2	2	13	3	5	3	2	1	14
4	5	4	5	18	4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	18	5	4	5	5	5	24
4	4	3	5	16	4	3	4	4	4	19
4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25
2	1	1	3	7	4	3	3	2	2	14
4	5	5	5	19	4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	19	5	4	4	5	5	23
5	4	5	5	19	4	5	4	5	4	22
5	5	4	5	19	4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
5	4	5	3	17	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	17	5	5	4	5	4	23
4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	18	3	4	4	3	5	19
5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	15	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	23
5	5	5	4	19	4	5	5	4	5	23
4	4	4	5	17	3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
5	4	5	5	19	4	5	4	5	4	22
5	3	4	4	16	5	2	1	4	3	15
4	4	4	5	17	4	4	5	4	4	21
4	5	3	4	16	5	2	3	2	1	13
5	4	4	4	17	5	4	4	4	5	22
4	4	3	4	15	4	5	4	3	5	21
5	4	4	5	18	5	4	4	4	4	21
4	4	4	5	17	5	5	5	4	5	24
2	3	3	3	11	2	2	3	4	3	14
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	4	3	5	16	4	4	4	3	4	19
3	1	4	5	13	2	4	4	3	5	18
5	4	3	1	13	4	3	3	3	2	15
4	5	3	3	15	5	4	4	4	3	20
5	5	4	1	15	4	3	3	2	3	15
2	3	3	3	11	5	3	2	1	3	14
4	3	2	3	12	4	4	3	5	5	21
5	4	4	4	17	5	3	2	3	3	16
5	4	3	4	16	5	3	2	1	4	15
2	3	2	3	10	5	3	4	2	4	18
4	3	1	1	9	2	4	3	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25

3	3	4	3	13	5	3	3	4	3	18
5	5	4	4	18	5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	18	4	4	4	4	4	20
5	3	4	3	15	5	2	4	3	1	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	15	5	4	4	4	5	22
4	3	4	5	16	5	3	4	3	2	17
2	4	5	3	14	5	3	4	2	3	17
4	4	4	5	17	5	4	5	4	4	22
4	4	3	5	16	5	4	3	3	4	19
5	5	3	4	17	3	3	4	3	3	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
3	3	4	2	12	2	2	3	3	4	14
4	3	3	3	13	3	3	4	4	4	18
4	4	4	5	17	3	3	4	4	3	17
4	4	3	5	16	2	2	3	2	3	12
4	5	3	3	15	5	3	2	3	4	17
2	4	3	3	12	5	3	4	2	3	17
3	3	2	5	13	4	4	3	3	4	18
5	5	5	4	19	5	5	5	4	5	24
5	4	3	4	16	5	5	3	5	4	22
5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	19	5	3	4	4	4	20
5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	17	5	5	4	4	3	21
4	4	5	5	18	5	4	4	5	4	22
5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
5	3	3	4	15	2	3	4	5	5	19
5	4	5	4	18	5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	17	4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	19	4	5	4	4	5	22
5	4	5	5	19	5	3	5	3	5	21
4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24
5	4	4	3	16	5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	24
4	4	5	4	17	4	3	3	4	5	19
5	5	5	4	19	4	4	4	5	4	21
4	4	5	3	16	5	4	5	4	5	23
5	4	3	5	17	5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	18	5	5	5	5	4	24
5	4	5	4	18	4	4	5	5	5	23
5	5	4	5	19	5	4	5	4	4	22
4	4	5	5	18	3	4	2	4	4	17
4	4	4	5	17	4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25

Lampiran 5: Tabel r untuk df 71-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	<b>0.1966</b>	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Lampiran 6: Hasil Uji Penelitian

### 1. Hasil Uji Frekuensi Data

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	2	2,0	2,0	2,0
	R	11	11,0	11,0	13,0
	S	47	47,0	47,0	60,0
	SS	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	6	6,0	6,0	6,0
	R	17	17,0	17,0	23,0
	S	43	43,0	43,0	66,0
	SS	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	8	8,0	8,0	9,0
	R	17	17,0	17,0	26,0
	S	43	43,0	43,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	13	13,0	13,0	13,0
	R	8	8,0	8,0	21,0
	S	45	45,0	45,0	66,0
	SS	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



<b>X1.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	3	3,0	3,0	6,0
	R	18	18,0	18,0	24,0
	S	29	29,0	29,0	53,0
	SS	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X2.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	3	3,0	3,0	3,0
	R	18	18,0	18,0	21,0
	S	43	43,0	43,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X2.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	6	6,0	6,0	6,0
	R	23	23,0	23,0	29,0
	S	41	41,0	41,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X2.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	9	9,0	9,0	10,0
	R	17	17,0	17,0	27,0
	S	38	38,0	38,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X2.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	10	10,0	10,0	12,0
	R	12	12,0	12,0	24,0
	S	46	46,0	46,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X2.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	7	7,0	7,0	7,0
	R	19	19,0	19,0	26,0
	S	43	43,0	43,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X2.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	5	5,0	5,0	9,0
	R	9	9,0	9,0	18,0
	S	44	44,0	44,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X3.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	7	7,0	7,0	7,0
	R	6	6,0	6,0	13,0
	S	42	42,0	42,0	55,0
	SS	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X3.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	2	2,0	2,0	4,0
	R	14	14,0	14,0	18,0
	S	52	52,0	52,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X3.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	6	6,0	6,0	8,0
	R	22	22,0	22,0	30,0
	S	38	38,0	38,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>X3.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	3	3,0	3,0	6,0
	R	18	18,0	18,0	24,0
	S	30	30,0	30,0	54,0
	SS	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

<b>Y.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	6	6,0	6,0	6,0
	R	8	8,0	8,0	14,0
	S	28	28,0	28,0	42,0
	SS	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0,0	0,0	0,0
	TS	7	7,0	7,0	7,0
	R	24	24,0	24,0	31,0
	S	32	32,0	32,0	63,0
	SS	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	7	7,0	7,0	8,0
	R	17	17,0	17,0	25,0
	S	40	40,0	40,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	9	9,0	9,0	11,0
	R	17	17,0	17,0	28,0
	S	38	38,0	38,0	66,0
	SS	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	4	4,0	4,0	8,0
	R	16	16,0	16,0	24,0
	S	29	29,0	29,0	53,0
	SS	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## 2. HASIL UJI VALIDITAS

### a. Hasil Uji Validitas Variabel *Viral Marketing*

		<b>Correlations</b>					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	VIRAL_MARKETING
X1.1	Pearson Correlation	1	,219*	,325**	,227*	,375**	,558**
	Sig. (2-tailed)		,029	,001	,023	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,219*	1	,519**	,525**	,313**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,029		,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,325**	,519**	1	,449**	,459**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,227*	,525**	,449**	1	,500**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,023	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,375**	,313**	,459**	,500**	1	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
VIRAL_MARKETING	Pearson Correlation	,558**	,716**	,774**	,771**	,757**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

b. Hasil Uji Validitas Variabel *Online Customer Review*

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,477**	,523**	,221*	,399**	,272**	,647**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,027	,000	,006	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,477**	1	,532**	,463**	,338**	,365**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,523**	,532**	1	,535**	,509**	,413**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,221*	,463**	,535**	1	,329**	,281**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,027	,000	,000		,001	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,399**	,338**	,509**	,329**	1	,620**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,272**	,365**	,413**	,281**	,620**	1	,697**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,005	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,647**	,729**	,819**	,672**	,739**	,697**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

c. Hasil Uji Validitas Variabel *Customer Trust*

		<b>Correlations</b>				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,485**	,468**	,265**	,723**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,008	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,485**	1	,484**	,300**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,468**	,484**	1	,458**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,265**	,300**	,458**	1	,704**
	Sig. (2-tailed)	,008	,002	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,723**	,738**	,818**	,704**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

d. Hasil Uji Validitas Variabel Purchase Decision

		<b>Correlations</b>					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	,297**	,276**	,176	,149	,478**
	Sig. (2-tailed)		,003	,005	,079	,139	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,297**	1	,607**	,621**	,617**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,276**	,607**	1	,550**	,595**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,176	,621**	,550**	1	,621**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,079	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	,149	,617**	,595**	,621**	1	,813**
	Sig. (2-tailed)	,139	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100

TOTAL	Pearson Correlation	,478**	,839**	,807**	,805**	,813**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### 3. HASIL UJI RELIABILITAS

#### a. Uji Reliabilitas Variabel *Viral Marketing*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,766	5

#### b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Online Customer Review*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,810	6

#### c. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Customer Trust*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,731	4

#### d. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Purchase Decision*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,809	5

### 4. HASIL UJI NORMALITAS

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,06507129
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,060
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,180 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Lilliefors Significance Correction.



## 5. HASIL UJI MULTIKOLONIERITAS

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	,382	1,432		,267	,790		
	VIRAL_MARKETING	,294	,115	,262	2,551	,012	,311	3,217
	TOTAL	,507	,076	,553	6,659	,000	,476	2,099
	TOTAL	,114	,128	,086	,896	,373	,359	2,788

a. Dependent Variabel: TOTAL

## 6. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,288	,952		2,403	,018
	VIRAL_MARKETING	,008	,077	,018	,101	,920
	TOTAL	,017	,051	,049	,336	,738
	TOTAL	-,081	,085	-,162	-,955	,342

a. Dependent Variabel: ABS

## 7. HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,382	1,432		,267	,790
	VIRAL_MARKETING	,294	,115	,262	2,551	,012
	TOTAL	,507	,076	,553	6,659	,000
	TOTAL	,114	,128	,086	,896	,373

a. Dependent Variabel: TOTAL

8. HASIL UJI t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,382	1,432		,267	,790
	VIRAL_MARKETING	,294	,115	,262	2,551	,012
	TOTAL	,507	,076	,553	6,659	,000
	TOTAL	,114	,128	,086	,896	,373

a. Dependent Variabel: TOTAL

9. HASIL UJI KOEFESIEN DETERMINASI

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,827 <sup>a</sup>	,685	,675	2,097

a. Predictors: (Constant), TOTAL, TOTAL, VIRAL\_MARKETING

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	916,173	3	305,391	69,442	,000 <sup>b</sup>
	Residual	422,187	96	4,398		
	Total	1338,360	99			

a. Dependent Variabel: TOTAL

b. Predictors: (Constant), TOTAL, TOTAL, VIRAL\_MARKETING



BERITA ACARA BIMBINGAN JURNAL

Nama Mahasiswa : Nur Khalidah  
N IM : 170301051  
Program Studi : Manajemen

Judul Jurnal : Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review dan Customer Trust Terhadap Purchase Decision Produk Scarlett Whitening di E- Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik)

Pembimbing I : Dr. Moh. Agung Surianto, M.SM  
Pembimbing II :

Tanggal	Paraf Pembimbing		KETERANGAN
	I	II	
1/25 /2	A.		hasil awal artikel: peris. & Pusp q/ai.
12/25 /2.	A		Acce subarit

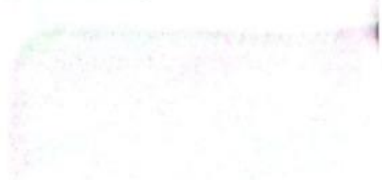
Tanggal Sidang Skripsi : 5 Januari 2023



Dosen Pembimbing I

Dr. Moh. Agung Surianto, M.SM

Dosen Pembimbing II








UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl.Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Setelah kami teliti perbaikan revisi skripsi :

Nama : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review dan Customer Trust Terhadap Purchase Decision Produk Scarlett Whitening di E- Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik)

Kami penguji dapat menyetujui perbaikan revisi skripsi tersebut.

Nama Penguji	Tanda tangan persetujuan penguji	Tanggal Persetujuan
1. Dr. Moh. Agung Suriyanto, SE., M.SM		1. 11/25
2. -	2	2
3. Dr. Indro Kirono, Drs., Ec., MM., CHRM		3. 13/25
4. Dr. Ir. Djoko Soelistya, M.M., CPHCM., CHRMP		4. 6/Jan 2025

Catatan :  
Setiap mahasiswa/wi mengisi rangkap 2 (dua)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl.Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI UJIAN TINGKAT SARJANA (S-1)  
SEMESTER GASAL 2022/2023

Nama Penyaji : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Program Studi : Manajemen  
Hari / Tanggal : Kamis, 05 Januari 2023  
Pembimbing I : Dr. Moh. Agung Suroanto,SE., M.SM

No.	Uraian	Halaman
	Revisi Saran <sup>2</sup> pengaji	ACC 1 <sup>1</sup> / <sub>2</sub> <sup>25</sup>

Keterangan :

1. Lembaran ini mohon dibawa dan ditunjukkan kepada dosen pembimbing saat melakukan perbaikan dan pengesahan berkas proposal / skripsi yang telah direvisi.
2. Waktu perbaikan maksimal 1 (satu) bulan, Sejak dilakukan ujian.

Mengetahui,  
Pembimbing I

Dr. Moh. Agung Suroanto,SE., M.SM



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jl.Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

**DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI UJIAN TINGKAT SARJANA (S-1)**  
**SEMESTER GASAL 2022/2023**

Nama Penyaji : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Program Studi : Manajemen  
Hari / Tanggal : Kamis, 05 Januari 2023  
Penguji I : Dr. Indro Kirono, Drs.,Ec., MM., CHRM

No.	Uraian	Halaman
	<i>Sampul → perbaiki.</i>	<i>7 awal 1/2x</i>

Keterangan :

1. Lembaran ini mohon dibawa dan ditunjukkan kepada dosen pembimbing saat melakukan perbaikan dan pengesahan berkas proposal / skripsi yang telah direvisi.
2. Waktu perbaikan maksimal 1 (satu) bulan, Sejak dilakukan ujian.

Mengetahui,  
Penguji I

Dr. Indro Kirono, Drs.,Ec., MM., CHRM



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl.Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI UJIAN TINGKAT SARJANA (S-1)  
SEMESTER GASAL 2022/2023

Nama Penyaji : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Program Studi : Manajemen  
Hari / Tanggal : Kamis, 05 Januari 2023  
Penguji II : Dr. Ir. Djoko Soelistya, M.M., CPHCM., CHRMP

No.	Uraian	Halaman
1/	Distribusi frekuensi respon ber - pakai SPSS & diberi penjelasan ✓	6 Jm 2/25
2/	Ditambah Kalam Keterangan hasil score Tanggapan Responden ✓	
3/	Interpretasi hasil → ditambahkan pendapat pencetus ✓	

Keterangan :

1. Lembaran ini mohon dibawa dan ditunjukkan kepada dosen pembimbing saat melakukan perbaikan dan pengesahan berkas proposal / skripsi yang telah direvisi.
2. Waktu perbaikan maksimal 1 (satu) bulan, Sejak dilakukan ujian.

Mengetahui,  
Penguji II

Dr. Ir. Djoko Soelistya, M.M., CPHCM., CHRMP



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Penyaji : Nur Khalidah Ahmad  
 N IM : 170301051  
 Program Studi : Manajemen  
 Alamat / Tlp : 081233815053  
 Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review dan Customer Trust Terhadap Purchase Decision Produk Scarlet Whittening di E- Commerce Shoope (Studi pada Wanita di Kabupaten Gresik)  
 Pembimbing I : Dr. Moh. Agung Suroanto, SE., M. SM  
 Pembimbing II : -  
 Konsultasi: -

Tanggal	Paraf Pembimbing		KETERANGAN
	I	II	
17/6	A		Finalis paper final
23/6	A		- revisi paragraf, fujen, hipotesis - cek soal kuis p. ceptu dan di sepus
24/6	A		Ace uji proposal.
28/6	A		Prakerit No Tab. 01, bls afim, Kesimpulan (+), Daftar Pustaka
29/6	A		Ace ujian skripsi.

18/6

Tanggal Pengajuan : 15 September 2021  
 Batas Akhir Bimbingan :  
 Selesai Penulisan :  
 Tanggal Diujikan :



Prodi Manajemen

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Maulidyan Amalina Rizqi, S.E., M.M

Dr. Moh. Agung Suroanto, SE., M. SM





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

DAFTAR REVISI  
USULAN PENELITIAN MAHASISWA

Nama Penyaji : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Program Studi : Manajemen  
Tanggal : 11 Oktober 2022  
Nama Dosen : Dr. Moh. Agung Surianto, SE., M.SM

No	Jenis Kesalahan	Hal	Revisi yang dilakukan (seharusnya)
1	Revisi Saran-saran penyaji		
2	Isi dan format Cari data dari : Kuliah Luar kelas		
3	Sesuai (Su, format)		

Gresik, 11 Oktober 2022  
Dosen Pembimbing I

Dr. Moh. Agung Surianto, SE., M.SM



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

DAFTAR REVISI  
USULAN PENELITIAN MAHASISWA

Nama Penyaji : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Program Studi : Manajemen  
Tanggal : 11 Oktober 2022  
Nama Dosen : Dr. Indro Kirono, Drs.,Ec., MM., CHRM

No	Jenis Kesalahan	Hal	Revisi yang dilakukan (seharusnya)
1	Bab I → diperbaiki.		} acc ✓ 01/10/22
2	Bab 3 → outside log. - popular - sampel - kriteria sampel.		
3	daftar prosedura. seruan dan usi lainnya.		

Gresik, 11 Oktober 2022  
Dosen Penguji

Dr. Indro Kirono, Drs.,Ec., MM., CHRM

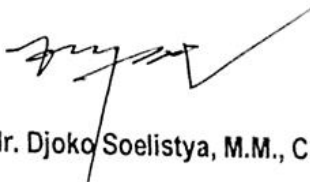


DAFTAR REVISI  
USULAN PENELITIAN MAHASISWA

Nama Penyaji : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Program Studi : Manajemen  
Tanggal : 11 Oktober 2022  
Nama Dosen : Dr. Ir. Djoko Soelistya, M.M., CPHCM., CHRMP

No	Jenis Kesalahan	Hal	Revisi yang dilakukan (seharusnya)
1.	Fenomena Research - ditulis 'Sipiermye'	✓	OK
2.	Grand theory Penugasan di pembahitan		
3.	GAP research - dijelaskan masalah - Ambie Variabel $X_1, X_2, X_3$ - jelaskan - teori - data - jurnal		OK
4.	Daftar metode Revisi Untuk Keislah penelitian.		OK
5.	Pengambilan Sample harus ada teori nya : Puteri Henri Hair 5-10 x Indikator		OK

Gresik, 11 Oktober 2022  
Dosen Penguji II

  
Dr. Ir. Djoko Soelistya, M.M., CPHCM., CHRMP



## SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan nama yang di bawah ini

Nama : Nur Khalidah Ahmad  
NIM : 170301051  
Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Gresik  
Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Customer Trust Terhadap Purchase Decision Produk Scarlett Whitening di E -Commerce Shopee Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.

Telah melakukan pengecekan plagiasi BAB 1-5 dengan hasil .

Referensi : 1,54%  
Original : 92,93%  
Plagiarism : 5,53%

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 27 Desember 2022  
Kepala Pengembangan Bisnis dan Inovasi FEB UMG

**Nur Cahyadi, S.ST., MM.**  
NIP: 11711907254



### Plagiarism Detector v. 1991 - Originality Report 26/12/2022 11:59:16

Document: NUR KHALIDAH AHMAD-170301051 - Nur Khalidah Ahmad.docx Licensed  
Suwarno

Comparison Preset: Rewrite Detected language: Id

Check type: Internet Check

[tee\_and\_enc\_string] [tee\_and\_enc\_value]

Detailed document body analysis:

Relation chart:

