



LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Daftar Riwayat Hidup



ELIA CAHYANI

Tangerang Selatan, Banten | +62 85775163571 | eliacahyani67@gmail.com
<https://www.linkedin.com/in/elia-cahyani-75a4862b5/>

PROFIL PERSONAL

Sebagai seorang mahasiswa semester 6 jurusan Manajemen dari Universitas Pembangunan Jaya, saya telah aktif terlibat dalam organisasi internal kampus. Saya memiliki pengalaman magang di bidang pemasaran, khususnya dalam social media dan marketing admissions. Saya memiliki aspirasi untuk berkembang di bidang marketing dan pengembangan SDM. Kemampuan saya meliputi strategi pemasaran, manajemen media sosial, dan pengelolaan sumber daya manusia, serta siap untuk memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan.

PENGALAMAN KERJA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

Social Media Marketing (Magang)

2022 – 2023

- Meningkatkan keterlibatan media sosial Universitas Pembangunan Jaya dengan menganalisis tren, mengukur kinerja konten, dan mengembangkan strategi interaksi untuk memperkuat hubungan dengan pengguna.
- Menjangkau pihak eksternal melalui kampanye promosi kreatif dan manajemen jadwal posting untuk memperluas jangkauan dan kesadaran merek.
- Berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk memastikan pesan konsisten dan mencapai tujuan pemasaran secara keseluruhan.

Social Media Marketing (Magang)

2022

- Menganalisis dan meningkatkan keterlibatan media sosial dengan merancang strategi konten yang relevan dan berinteraksi aktif dengan audiens.
- Menyebarkan konten kepada pihak eksternal melalui kampanye promosi yang menarik dan kerjasama mitra untuk meningkatkan visibilitas merek.
- Menyampaikan rekomendasi strategis dan menyelaraskan upaya pemasaran.

Marketing Admission (Magang)

2022

- Menginput data calon mahasiswa baru untuk memastikan akurasi informasi pada pameran IFCE-Bogor.
- Melakukan pengarsipan dokumen untuk memfasilitasi akses cepat dan efisien pada informasi yang diperlukan.
- Menyusun materi promosi, mempersiapkan dokumen pengantar, dan memberikan dukungan administratif saat pelaksanaan acara promosi.

RIWAYAT PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

S1 Manajemen – IPK 3.60

2021 – Saat Ini

SMA WASKITO

Jurusan IPA

2018 – 2021

PENGALAMAN ORGANISASI

DARI KAMI UNTUK NEGERI

Bendahara

2022 – 2023

- Manajemen pengelolaan kegiatan keuangan organisasi, seperti transaksi keuangan, mulai dari penerimaan hingga pengeluaran dana, serta mengumpulkan dan menyimpan semua bukti transaksi yang relevan.
- Menyusun laporan keuangan organisasi setiap bulannya.
- Mengawasi setiap transaksi keuangan yang terjadi di dalam organisasi, memastikan bahwa semua proses berjalan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

PROGRAM ORIENTASI MAHASISWA (PRIMA)

Mentor

2022 – 2023

- Merancang strategi yang efektif agar calon mahasiswa baru dapat dengan cepat menangkap pemahaman baru tentang lingkungan kampus
- Melakukan pengamatan dan pemantauan terhadap kinerja calon mahasiswa baru selama periode orientasi.

- Memberikan pendampingan aktif dan bimbingan kepada calon mahasiswa baru dalam menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan yang mungkin mereka alami selama periode orientasi.

STUDI BANDING Himpunan Mahasiswa Manajemen UPJ X HMM UMN

Koordinator Humas 2022 – 2023

- Mengelola dan membagi tugas secara merata kepada setiap anggota tim untuk memastikan setiap aspek humas terlaksana dengan baik.
- Menyusun rencana anggaran biaya divisi, yang mencakup estimasi biaya untuk segala kebutuhan humas selama acara studi banding berlangsung.

LATIHAN KEPEMIMPINAN MANAJEMEN ORGANISASI (LKMO)

Sekretaris 2022 - 2023

- Manajemen administratif yang meliputi pembuatan proposal kegiatan, surat undangan, notulensi rapat BPH atau rapat divisi, surat peminjaman tempat dan barang, serta surat tugas terkait Covid-19.
- Membuat badan email untuk pihak-pihak yang bersangkutan agar memfasilitasi komunikasi yang efisien antara anggota tim dan pihak terkait.
- Manajemen pembuatan rencana anggaran biaya dan rundown acara, yang memerlukan kemampuan dalam mengelola keuangan dan merencanakan secara efisien.

HIMPUNAN MAHASISWA MANAJEMEN

Humas 2022 – 2023

- Berperan sebagai penghubung antara Himpunan Mahasiswa Manajemen dan pihak eksternal, membangun kemitraan yang kuat untuk meningkatkan kinerja organisasi.
- Mengkomunikasikan pesan yang jelas kepada anggota internal untuk memastikan pemahaman organisasi.
- Merancang konten dan menghasilkan ide penulisan menarik untuk memperkuat citra organisasi.

SERTIFIKAT & PELATIHAN

Google Digital Marketing and E-commerce – Google 2024

- Memperdalam pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan e-commerce dari Google, termasuk pengelolaan toko online.

Foundations of Digital Marketing and E-commerce – Google 2024

- Belajar konsep dasar pemasaran digital dan e-commerce, mencakup identifikasi pasar online dan pendekatan pemasaran.

Attract and Engage Customers with Digital Marketing – Google 2024

- Belajar cara menarik dan melibatkan pelanggan melalui pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial dan konten yang menarik.

From Likes to Leads: Interact with Customers Online – Google 2024

- Membangun keterampilan berinteraksi dengan pelanggan dan mengubah interaksi menjadi peluang penjualan.

Think Outside the Inbox: Email Marketing – Google 2024

- Mengeksplorasi strategi pemasaran melalui email, termasuk pembuatan kampanye email yang efektif.

Assess for Success: Marketing Analytics and Measurement – Google 2024

- Memahami teknik pengukuran dan analisis data pemasaran untuk mengevaluasi kesuksesan kampanye.

Make the Sale: Build, Launch, and Manage Ecommerce Stores – Google 2024

- Mengasah kemampuan membangun dan mengelola toko e-commerce dengan efektif.

Satisfaction Guaranteed: Develop Customer Loyalty Online – Google 2024

- Mendalami pentingnya membangun loyalitas pelanggan online, termasuk strategi retensi pelanggan.

Channel Management and Retailing – ie Reinventing Higher Education 2024

- Mempelajari manajemen saluran distribusi dan ritel, termasuk strategi distribusi produk.

KEMAMPUAN

- **Kemampuan Teknikal:** Microsoft Office (Word, Excel, Powerpoint), Canva, Manajemen Media Sosial, Analisis Pasar, Administrasi, Strategi Marketing, Pembuatan Konten, Manajemen SDM.
- **Kemampuan Personal:** Komunikasi, Kerja sama Tim/Individu, Pemecahan Masalah, Manajemen Waktu, Adaptif.

Lampiran 1.2 Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin : Perempuan Laki-laki

Usia Responden : 14-17 tahun 18-21 tahun 22-25 tahun
 26-29 tahun >29 tahun

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Pegawai Negeri Sipil
 Pegawai Swasta Wirausaha
 Ibu Rumah Tangga

Penghasilan : <Rp. 500.000 Rp. 500.000 - Rp.1.500.000
 Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
 Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
 >Rp.5.000.000

Saya Bertempat tinggal di Jakarta Barat?

Ya Tidak (Jika tidak, Mohon untuk tidak melanjutkan kuesioner ini)

Apakah anda mengetahui produk Glad 2 Glow?

Ya Tidak (Jika tidak, Mohon untuk tidak melanjutkan kuesioner ini)

Apakah anda pengguna *e-commerce* Shopee?

Ya Tidak (Jika tidak, Mohon untuk tidak melanjutkan kuesioner ini)

Apakah anda pernah membeli produk Glad 2 Glow di *e-commerce* Shopee?

Ya Tidak (Jika tidak, Mohon untuk tidak melanjutkan kuesioner ini)

PETUNJUK PENGISIAN

Silakan pilih jawaban yang menurut Anda paling tepat berdasarkan pemahaman dan keyakinan Anda, dengan memilih satu pilihan yang tersedia pada kolom pada skala likert jawaban yang telah disediakan

Keterangan Jawaban:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih untuk membeli produk G2G di Shopee karena tertarik memiliki produk tersebut					
2	Produk yang tersedia di Glad 2 Glow memiliki berbagai variasi yang cukup untuk memenuhi kebutuhan saya					
3	Konsumen merasa nyaman membeli produk Glad 2 Glow di Shopee karena merek ini memiliki reputasi yang baik					
4	Keberadaan produk Glad 2 Glow dalam berbagai promosi di Shopee telah meningkatkan keinginan saya untuk mencobanya					
5	Saya merasa mudah menemukan produk Glad 2 Glow di <i>platform</i> shopee					
6	Ketersediaan produk Glad 2 Glow di shopee mempengaruhi keputusan saya untuk berbelanja di <i>platform</i> tersebut					
7	Saya membeli produk Glad 2 Glow karena kebutuhan saya akan perawatan wajah					

Electronic Word Of Mouth (E-WOM)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai produk Glad 2 Glow yang tersedia di Shopee					
2	Saya merasa mudah menghubungi penjual produk Glad 2 Glow melalui fitur yang tersedia di Shopee					
3	Umpan balik yang saya temui tentang Glad 2 Glow di media sosial membuat saya merasa lebih percaya diri untuk membeli produk tersebut					
4	Pengalaman yang dibagikan oleh pengguna lain di media sosial semakin memperkuat keinginan saya untuk membeli produk Glad 2 Glow					
5	Informasi yang terdapat pada produk Glad 2 Glow disajikan dengan jelas dan mudah dipahami					
6	Deskripsi bahan atau komposisi produk Glad 2 Glow di Shopee memberikan gambaran yang akurat mengenai kualitas produk					
7	Informasi harga yang tersedia di Shopee sangat membantu saya dalam membuat keputusan untuk membeli produk Glad 2 Glow					
8	Banyaknya ulasan positif di Shopee membuat saya semakin yakin untuk memilih produk Glad 2 Glow					

Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Konsumen dapat membeli produk Glad 2 Glow di Shopee tanpa khawatir harga yang mahal, karena harga produk tersebut bervariasi dan terjangkau					
2	Konsumen merasa bahwa harga produk Glad 2 Glow di Shopee lebih kompetitif dibandingkan dengan merek lain yang tersedia di <i>platform</i> tersebut					
3	Kualitas produk Glad 2 Glow lebih unggul dibandingkan produk lain dengan harga yang serupa di Shopee					
4	Manfaat yang didapatkan konsumen dari produk Glad 2 Glow melebihi harga yang ditawarkan					

Citra Merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Logo Glad 2 Glow memudahkan saya untuk menemukan produk ini di antara banyak pilihan yang tersedia di Shopee					
2	Saya merasa bahwa warna kemasan Glad 2 Glow dapat membantu membangun identitas merek yang kuat					
3	Saya merasa bahwa produk Glad 2 Glow secara aktif beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan					
4	Produk Glad 2 Glow memiliki kemasan yang lebih unik dan menarik jika dibandingkan dengan produk sejenis					
5	Simbol yang digunakan oleh Glad 2 Glow memudahkan saya untuk mengingat merek ini					
6	Konsumen mengaitkan Glad 2 Glow dengan kecantikan alami serta perawatan kulit yang efektif					



Lampiran 1. 3 Tabulasi Data E-WOM

<i>E-WOM1</i>	<i>E-WOM2</i>	<i>E-WOM3</i>	<i>E-WOM4</i>	<i>E-WOM5</i>	<i>E-WOM6</i>	<i>E-WOM7</i>	<i>E-WOM8</i>
1	2	2	3	3	2	2	1
2	1	2	2	3	3	2	1
3	2	2	1	1	2	2	2
3	2	1	1	1	2	3	2
1	1	2	2	3	2	1	2
3	2	2	1	1	2	2	3
2	2	3	2	2	1	2	2
2	1	2	2	3	3	2	1
3	2	2	1	1	2	2	2
3	2	1	1	1	2	3	2
1	1	2	2	3	2	1	2
2	1	2	3	4	5	5	4
3	2	1	5	3	4	5	5
3	2	1	3	4	5	4	5
3	2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	2	2	3	2	1
5	2	3	4	1	2	3	2
2	1	3	4	5	5	4	3
3	2	1	3	4	5	4	3
4	5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4
3	2	1	5	3	4	5	5
3	2	1	3	4	5	4	5
3	2	1	3	4	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	3
3	5	4	2	2	3	2	1
3	2	1	5	2	3	4	5
3	2	1	5	3	4	5	5

3	2	1	3	4	5	4	5
3	2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	2	2	3	2	1
5	2	3	4	1	2	3	2
2	1	3	4	5	5	4	3
3	2	1	3	4	5	4	3
4	5	4	5	4	5	4	5
3	2	1	5	3	4	5	5
3	2	1	3	4	5	4	5
3	2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	2	2	3	2	1
5	2	3	4	1	2	3	2
2	1	3	4	5	5	4	3
5	4	5	4	5	1	1	4
3	2	1	3	4	5	4	3
2	4	5	4	3	2	1	2
4	5	4	4	4	5	1	1
3	2	1	5	3	4	5	5
3	2	1	3	4	5	4	5
3	2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	2	2	3	2	1
5	2	3	4	1	2	3	2
2	1	3	4	5	5	4	3
4	4	5	5	2	4	1	4
3	2	1	3	4	5	4	3
3	2	1	5	3	4	5	5
3	2	1	3	4	5	4	5
3	2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	2	2	3	2	1
5	2	3	4	1	2	3	2
2	1	3	4	5	5	4	3
3	2	1	3	4	5	4	3

3	2	1	5	3	4	5	5
3	2	1	3	4	5	4	5
3	2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	2	2	3	2	1
5	2	3	4	1	2	3	2
2	1	3	4	5	5	4	3
3	2	1	3	4	5	4	3
3	2	1	5	3	4	5	5
1	2	1	1	1	2	2	2
2	2	1	1	1	2	2	2
4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4
1	2	2	1	1	1	2	2
1	2	2	2	1	1	2	2
2	1	2	2	2	5	2	1
2	1	1	2	2	1	2	1
5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	2	5
5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	1	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	1	4	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
2	4	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5

4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	1	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	4	1	4	5	5
5	5	4	4	2	4	5	4
5	5	4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	1	4	5	5
5	5	4	5	5	4	4	5
2	5	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	1	4	5	5
2	4	4	5	4	4	5	5
4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4	5
4	2	4	4	5	4	4	5
4	2	4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5
2	4	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5	4
2	5	4	5	5	4	5	4
5	2	4	4	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	2	4
4	4	5	5	5	4	5	4

4	4	5	2	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5	3	4
5	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	5
2	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	2	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	2	4
4	2	5	5	4	4	5	4
5	2	4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5	5	2
5	2	4	5	5	5	4	4
5	2	4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5
4	2	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	5	5	4	4	4	5

Lampiran 1. 4 Tabulasi Data Harga

H1	H2	H3	H4
2	2	1	2
2	3	1	2
3	3	2	1
3	2	1	2
1	2	3	2
2	1	2	3
1	2	3	2
2	3	1	2
3	3	2	1
3	2	1	2
1	2	3	2
5	4	5	3
2	1	4	3
5	3	4	2
3	2	1	4
2	3	1	5
2	5	4	1
1	2	4	5
3	2	3	5
4	5	4	4
4	5	4	4
4	5	4	5
2	1	4	3
5	3	4	2
3	2	1	4
3	4	4	2
2	3	1	5
5	3	2	4
2	1	4	3

5	3	4	2
3	2	1	4
2	3	1	5
2	5	4	1
1	2	4	5
3	2	3	5
5	4	5	4
2	1	4	3
5	3	4	2
3	2	1	4
2	3	1	5
2	5	4	1
1	2	4	5
4	4	5	1
3	2	3	5
4	2	2	3
4	4	5	4
2	1	4	3
5	3	4	2
3	2	1	4
2	3	1	5
2	5	4	1
1	2	4	5
4	4	5	1
3	2	3	5
2	1	4	3
5	3	4	2
3	2	1	4
2	3	1	5
2	5	4	1
1	2	4	5
3	2	3	5
2	1	4	3
5	3	4	2
3	2	1	4
2	3	1	5
2	5	4	1
1	2	4	5
3	2	3	5

2	1	4	3
5	3	4	2
3	2	1	4
2	3	1	5
2	5	4	1
1	2	4	5
3	2	3	5
2	1	4	3
1	2	2	2
2	2	1	2
4	4	5	5
4	4	5	4
4	5	4	5
4	5	4	5
2	2	1	2
2	1	2	2
2	2	1	1
2	2	1	5
4	2	5	4
4	4	5	4
4	5	5	4
4	5	4	4
5	2	4	5
4	5	4	4
5	4	4	5
5	4	4	4
5	4	5	5
5	4	4	5
4	5	5	4
5	4	4	5
4	5	5	2
4	5	4	4

5	2	4	5
4	5	4	4
5	4	4	5
5	4	4	4
5	4	4	4
5	4	5	5
5	4	5	5
4	5	1	4
4	5	4	4
5	2	4	5
4	5	4	4
5	4	4	5
4	5	4	4
5	5	4	5
5	5	4	5
5	4	4	5
5	4	4	4
5	5	5	4
5	4	4	4
4	4	2	4
5	4	5	4
5	4	5	5
4	4	5	4
5	4	5	5
4	5	4	5
5	4	5	5
5	4	5	5
4	4	5	2
4	4	5	5
4	5	4	5
4	5	4	4
4	4	2	5

5	5	4	4
1	4	4	5
5	5	4	5
5	4	4	5
4	5	5	4
4	5	5	5
5	5	4	4
4	4	5	4
5	4	5	5
5	4	5	5
4	2	4	5
4	5	4	5
5	4	5	5
5	4	4	4
4	5	4	4
4	4	4	5
5	4	5	5
5	4	5	4
5	4	4	5
4	5	5	4
5	4	4	5
4	4	5	5
5	4	5	5
5	4	5	5
5	5	4	5
4	5	4	4
5	5	5	4
5	5	5	4
5	4	4	3
4	4	5	3

Lampiran 1. 5 Tabulasi Data Citra Merek

	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6
	1	2	3	2	2	1
	1	3	3	2	1	3
	2	3	2	2	1	2
	1	2	3	2	3	2
	3	2	2	1	2	3
	3	2	1	2	2	1
	3	2	1	1	1	3
	1	3	3	2	1	3
	2	3	2	2	1	2
	1	2	3	2	3	2
	3	2	2	1	2	3
	3	2	1	2	4	5
	2	4	5	4	3	2
	3	2	1	3	4	5
	3	5	4	2	2	1
	3	5	4	2	3	1
	4	2	2	1	3	4
	5	4	3	2	1	2
	3	5	4	2	3	2
	4	5	4	4	5	4
	5	4	5	4	5	4
	4	5	4	5	4	4
	2	4	5	4	3	2
	3	2	1	3	4	5
	3	5	4	2	2	1
	3	3	3	4	4	4
	3	5	4	2	3	1
	3	2	1	2	4	5
	2	4	5	4	3	2

V. N. P E M B

3	2	1	3	4	5
3	5	4	2	2	1
3	5	4	2	3	1
4	2	2	1	3	4
5	4	3	2	1	2
3	5	4	2	3	2
5	4	5	4	5	4
2	4	5	4	3	2
3	2	1	3	4	5
3	5	4	2	2	1
3	5	4	2	3	1
4	2	2	1	3	4
5	4	3	2	1	2
4	1	2	5	5	3
3	5	4	2	3	2
3	5	4	3	2	1
4	1	5	5	5	5
2	4	5	4	3	2
3	2	1	3	4	5
3	5	4	2	2	1
3	5	4	2	3	1
4	2	2	1	3	4
5	4	3	2	1	2
1	5	5	5	4	5
3	5	4	2	3	2
2	4	5	4	3	2
3	2	1	3	4	5
3	5	4	2	2	1
3	5	4	2	3	1
4	2	2	1	3	4
5	4	3	2	1	2
3	5	4	2	3	2

2	4	5	4	3	2
3	2	1	3	4	5
3	5	4	2	2	1
3	5	4	2	3	1
4	2	2	1	3	4
5	4	3	2	1	2
3	5	4	2	3	2
2	4	5	4	3	2
2	1	4	1	2	2
2	2	1	2	2	4
2	5	4	4	4	5
4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	4
1	2	2	4	2	1
1	2	2	5	1	2
2	1	1	2	2	1
2	2	1	1	2	1
5	4	5	5	5	4
5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4
5	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5
5	5	4	4	2	5
4	5	5	4	5	5
2	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4
5	5	4	4	5	4

U.N.PEMB

4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5
5	5	4	4	2	5
5	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5
4	2	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5
2	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4
5	4	4	4	5	5
4	5	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	5

5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5
4	1	4	4	5	5
5	4	4	2	5	4
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4
4	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5
2	5	5	4	5	5
4	2	4	5	4	4
2	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4
4	2	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4

Lampiran 1. 6 Tabulasi Data Keputusan Pembelian

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7
3	2	1	2	2	3	2
3	2	1	2	3	3	3
3	2	2	1	2	2	3
3	2	2	1	2	3	2
2	1	2	2	3	2	2
3	2	2	1	2	2	3
2	1	2	3	3	3	2
3	2	1	2	3	3	3
3	2	2	1	2	2	3
3	2	2	1	2	3	2
2	1	2	2	3	2	2
3	5	4	2	3	2	1
3	5	4	1	2	3	2
2	1	3	5	4	3	2
3	4	5	4	3	2	1
4	2	3	2	1	3	4
3	5	4	2	2	3	2
5	3	4	2	3	2	1
2	1	3	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	5
3	5	4	1	2	3	2
2	1	3	5	4	3	2
3	4	5	4	3	2	1
3	2	4	4	4	4	4
4	2	3	2	1	3	4
3	5	5	4	3	2	1
3	5	4	1	2	3	2
2	1	3	5	4	3	2

11 • P E M U

3	4	5	4	3	2	1
4	2	3	2	1	3	4
3	5	4	2	2	3	2
5	3	4	2	3	2	1
2	1	3	4	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5
3	5	4	1	2	3	2
2	1	3	5	4	3	2
3	4	5	4	3	2	1
4	2	3	2	1	3	4
3	5	4	2	2	3	2
5	3	4	2	3	2	1
1	4	5	3	5	4	5
2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	3	2	1	2
4	4	1	5	5	5	5
3	5	4	1	2	3	2
2	1	3	5	4	3	2
3	4	5	4	3	2	1
4	2	3	2	1	3	4
3	5	4	2	2	3	2
5	3	4	2	3	2	1
4	4	1	5	5	5	5
2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	1	2	3	2
2	1	3	5	4	3	2
3	4	5	4	3	2	1
4	2	3	2	1	3	4
3	5	4	2	2	3	2
5	3	4	2	3	2	1
2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	1	2	3	2

11 • P E M U

2	1	3	5	4	3	2
3	4	5	4	3	2	1
4	2	3	2	1	3	4
3	5	4	2	2	3	2
5	3	4	2	3	2	1
2	1	3	4	5	5	4
3	5	4	1	2	3	2
2	2	1	1	1	2	2
4	2	1	1	1	2	2
4	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
2	1	2	2	1	2	2
2	2	1	1	1	2	2
1	2	2	1	1	2	2
1	2	2	1	1	2	2
4	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	2	4	4
4	5	5	4	1	4	5
5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	5	2
4	5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	5	1	4
5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	1	4	5
5	5	4	4	5	5	4

11 • P E M U

4	5	4	4	5	5	2
4	5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	2	4	5
5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	5
4	5	5	4	1	4	5
5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	5	2
4	5	4	4	4	5	5
4	5	2	4	5	5	4
4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5
5	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	2	5
5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	2	4	4	5
5	5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	2	4
5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	4
4	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	5
4	5	5	4	5	4	4
5	4	4	5	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5

11. PEMV

5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5
5	4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	5	4	4
3	3	4	5	5	4	3
4	3	4	4	4	4	4

Lampiran 1. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	155	1	5	3.77	1.066
KP2	155	1	5	3.75	1.389
KP3	155	1	5	3.82	1.066
KP4	155	1	5	3.58	1.376
KP5	155	1	5	3.64	1.381
KP6	155	1	5	3.70	1.136
KP7	155	1	5	3.46	1.359
<i>E-WOM1</i>	155	1	5	3.65	1.143
<i>E-WOM2</i>	155	1	5	3.37	1.446
<i>E-WOM3</i>	155	1	5	3.37	1.512
<i>E-WOM4</i>	155	1	5	3.83	1.152
<i>E-WOM5</i>	155	1	5	3.66	1.369
<i>E-WOM6</i>	155	1	5	4.04	1.104
<i>E-WOM7</i>	155	1	5	3.94	1.188
<i>E-WOM8</i>	155	1	5	3.83	1.315
H1	155	1	5	3.63	1.320
H2	155	1	5	3.48	1.276
H3	155	1	5	3.61	1.341
H4	155	1	5	3.83	1.295
PR1	155	1	5	3.63	1.145
PR2	155	1	5	3.95	1.240
PR3	155	1	5	3.84	1.251
PR4	155	1	5	3.46	1.286
PR5	155	1	5	3.59	1.215

PR6	155	1	5	3.61	1.452
Valid N (listwise)	155				



Lampiran 1. 8 Hasil Uji Validitas

1. Hasil Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	TOTAL_KP
KP1	Pearson Correlation	1	.540**	.450**	.413**	.376**	.388**	.502**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
KP2	Pearson Correlation	.540**	1	.631**	.240**	.250**	.338**	.299**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.002	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
KP3	Pearson Correlation	.450**	.631**	1	.431**	.326**	.282**	.237**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
KP4	Pearson Correlation	.413**	.240**	.431**	1	.757**	.578**	.537**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
KP5	Pearson Correlation	.376**	.250**	.326**	.757**	1	.650**	.473**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
KP6	Pearson Correlation	.388**	.338**	.282**	.578**	.650**	1	.709**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
KP7	Pearson Correlation	.502**	.299**	.237**	.537**	.473**	.709**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)								
	N	155	155	155	155	155	155	155	155

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
TOTAL_KP	Pearson Correlation	.706**	.643**	.644**	.790**	.768**	.780**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155	155

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



2. Hasil Output Uji Validitas Variabel *E-WOM*

Correlations

		<i>E-WOM</i> 1	<i>E-WOM</i> 2	<i>E-WOM</i> 3	<i>E-WOM</i> 4	<i>E-WOM</i> 5	<i>E-WOM</i> 6	<i>E-WOM</i> 7	<i>E-WOM</i> 8	TOTAL_ <i>E-WOM</i>
<i>E-WOM1</i>	Pearson Correlation	1	.514**	.541**	.570**	.294**	.232**	.323**	.448**	.694**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
<i>E-WOM2</i>	Pearson Correlation	.514**	1	.743**	.378**	.187*	.223**	.203*	.297**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.020	.005	.011	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
<i>E-WOM3</i>	Pearson Correlation	.541**	.743**	1	.466**	.302**	.147	.140	.238**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.068	.083	.003	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
<i>E-WOM4</i>	Pearson Correlation	.570**	.378**	.466**	1	.531**	.429**	.590**	.674**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
<i>E-WOM5</i>	Pearson Correlation	.294**	.187*	.302**	.531**	1	.640**	.454**	.512**	.690**
	Sig. (2-tailed)									
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155

	Sig. (2-tailed)	.000	.020	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
<i>E-WOM6</i>	Pearson Correlation	.232**	.223**	.147	.429**	.640**	1	.606**	.550**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.004	.005	.068	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
<i>E-WOM7</i>	Pearson Correlation	.323**	.203*	.140	.590**	.454**	.606**	1	.704**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.083	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
<i>E-WOM8</i>	Pearson Correlation	.448**	.297**	.238**	.674**	.512**	.550**	.704**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155
TOTAL_ <i>E-WOM</i>	Pearson Correlation	.694**	.657**	.667**	.813**	.690**	.658**	.689**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155

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

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

3. Hasil Output Uji Validitas Variabel Harga

Correlations

		H1	H2	H3	H4	TOTAL_HG
H1	Pearson Correlation	1	.550**	.512**	.304**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155
H2	Pearson Correlation	.550**	1	.485**	.145	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.072	.000
	N	155	155	155	155	155
H3	Pearson Correlation	.512**	.485**	1	.163*	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.043	.000
	N	155	155	155	155	155
H4	Pearson Correlation	.304**	.145	.163*	1	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000	.072	.043		.000
	N	155	155	155	155	155
TOTAL_HG	Pearson Correlation	.822**	.752**	.754**	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155

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

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

W G U N A

4. Hasil Output Uji Validitas Variabel Citra Merek

Correlations

		PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	TOTAL_PR
PR1	Pearson Correlation	1	.304**	.312**	.386**	.442**	.480**	.665**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
PR2	Pearson Correlation	.304**	1	.690**	.339**	.221**	.048	.589**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.006	.554	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
PR3	Pearson Correlation	.312**	.690**	1	.584**	.431**	.187*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.020	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
PR4	Pearson Correlation	.386**	.339**	.584**	1	.674**	.580**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
PR5	Pearson Correlation	.442**	.221**	.431**	.674**	1	.694**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
PR6	Pearson Correlation	.480**	.048	.187*	.580**	.694**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.554	.020	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
TOTAL_PR	Pearson Correlation	.665**	.589**	.732**	.829**	.805**	.709**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	155	155	155	155	155	155	155

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

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



Lampiran 1. 9 Hasil Uji Realibilitas

1. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	7

2. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel *E-WOM*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	8

3. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	4

4. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	6

Lampiran 1. 10 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		155	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.73920945	
Most Extreme Differences	Absolute	.092	
	Positive	.054	
	Negative	-.092	
Test Statistic		.092	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.129 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.120
		Upper Bound	.138

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1314643744.

INGUNAN

2. Hasil Output Uji Heterokedastisitas

Correlations

		TOTAL_E- WOM	TOTAL_HG	TOTAL_PR	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	TOTAL_E-WOM	Correlation Coefficient	1.000	.723**	.833**	-.018
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.824
		N	155	155	155	155
	TOTAL_HG	Correlation Coefficient	.723**	1.000	.782**	.010
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.899
		N	155	155	155	155
	TOTAL_PR	Correlation Coefficient	.833**	.782**	1.000	-.057
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.483
		N	155	155	155	155
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.018	.010	-.057	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.824	.899	.483	.	
	N	155	155	155	155	

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

YANGGUNAN

3. Hasil Output Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTAL_E-WOM	.130	7.699
	TOTAL_HG	.192	5.201
	TOTAL_PR	.101	9.896

a. Dependent Variable: TOTAL_KP

4. Hasil Output Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.391	.608		.643	.521
	TOTAL_E-WOM	.174	.055	.196	3.182	.002
	TOTAL_HG	.550	.086	.326	6.436	.000
	TOTAL_PR	.550	.081	.473	6.774	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_KP

Lampiran 1. 11 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.962 ^a	.926	.924	1.756

a. Predictors: (Constant), TOTAL_PR, TOTAL_HG, TOTAL_E-WOM

b. Dependent Variable: TOTAL_KP

2. Hasil Output Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5803.683	3	1934.561	627.097	.000 ^b
	Residual	465.827	151	3.085		
	Total	6269.510	154			

a. Dependent Variable: TOTAL_KP

b. Predictors: (Constant), TOTAL_PR, TOTAL_HG, TOTAL_E-WOM

3. Hasil Output Uji T


Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.391	.608		.643	.521
	TOTAL_E-WOM	.174	.055	.196	3.182	.002
	TOTAL_HG	.550	.086	.326	6.436	.000
	TOTAL_PR	.550	.081	.473	6.774	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_KP

4.

Lampiran 1. 12 Formulir Pengajuan Sidang TA


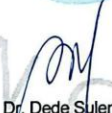


	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		Tgl. Pengajuan

Nama Mahasiswa : Elia Cahyani
 Prodi/NIM : Manajemen / 2021021031
 Judul Skripsi/TA : Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Pengguna Produk Glad To Glow Di Shopee)
 Dosen Pembimbing : 1. Dr. Dede Suleman, S.E.,M.M.,CMA.
 : 2.
 Dosen Penguji : 1. Dr. Mohamad Zein JAD : Student Coordinator and
 Saleh, S.H., M.M. Lecturer of Management Department
 : 2. Fendi Saputra, JAD : Lecturer of Management
 S.E.,M.M. Department
 : 3. JAD :
 Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal:


Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	V	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	V	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	V	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	V	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	V	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	V	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	V	

Tangerang Selatan, 23 Desember 2014

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
 Elia Cahyani Mahasiswa	 Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA Dosen Pembimbing	 Yusuf Iskandar, M.M. Koordinator Skripsi/TA	 Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA Kaprodi

Lampiran 1. 13 Formulir Bimbingan Skripsi

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-1/03/SOP-28/F-03


Nama Mahasiswa : Elia Cahyani
 Prodi/NIM : Manajemen / 2014021031
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (pada pengguna Product Good to Buy di Shopee.)

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	9 September 2024	Bimbingan judul dan Bab 1: ganti variable dan revisi Bab 1	<i>l</i>	<i>d</i>
2	11 September 2024	Indikator dan dimensi	<i>l</i>	<i>d</i>
3	2 Oktober 2024	Bab 1 dan Bab 2	<i>l</i>	<i>d</i>
4	11 Oktober 2024	Bab 2 dan bab 3: papirin tabel susunanya, dan papirin format	<i>l</i>	<i>d</i>
5	14 October 2024	Papirin format, Hipotesis sesuai rumusan masalah	<i>l</i>	<i>d</i>
6	16 October 2024	Populasi dan sample, menambahkan narasi pada kerangka konseptual	<i>l</i>	<i>d</i>
7	8 November 2024	Kuesioner dan bab 4	<i>l</i>	<i>d</i>
8	23 November 24	ACC Bab 4 dan 5	<i>l</i>	<i>d</i>

* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

<i>Elia</i>	<i>[Signature]</i>	
Mahasiswa (Elia Cahyani)	Dosen Pembimbing (Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.)	

Lampiran 1. 14 Formulir Pengajuan Skripsi



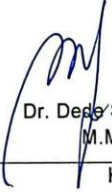
	FORMULIR PENGAJUAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-01
		No. Rekam

Nama Mahasiswa : Elia Cahyani
 Prodi/NIM : Manajemen / 2021021031
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : pengaruh Electronic word of mouth (E-wom), Harga, dan Citra merek terhadap keputusan pembelian (pada Pengaruh produk batik to-glow di shopee)
 (disusun dalam kalimat singkat, padat, jelas dan menarik minat pembaca)

Telah memenuhi syarat pengajuan Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)


No	Syarat	Ya	Tidak
1	Jumlah sks lulus (sesuai ketentuan Prodi)	V	
2	Mata kuliah prasyarat (sesuai ketentuan Prodi)	V	
3	IPK minimal 2,00	V	
4	Tidak sedang terkena sanksi akademik/sanksi lainnya	V	
5	Poin JSDP (sesuai ketentuan Prodi)	V	
6	Mengumpulkan Proposal Skripsi (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
7	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	V	

Tangerang Selatan, 28/08/2024

Mengajukan,	Menyetujui,	Mengetahui,
 Elia Cahyani Mahasiswa	 Dr. Endang Pitaloka, S.E., M.E. Dosen PA	 Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA. Kaprodi

Formulir dibuat rangkap 2 (dua): Asli : untuk prodi, Copy 1 : untuk mahasiswa

Lampiran 1. 15 Formulir Persetujuan Penulisan

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PERSETUJUAN PENULISAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-02
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Ela Cahyani
 Prodi/NIM : Manajemen / 2021021031
 Judul Skripsi/TA yang : Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Pada Pengguna Produk Glad To Glow Di Shopee)

Telah disetujui untuk menulis Skripsi/TA.


Dosen Pembimbing Skripsi/TA yang ditugaskan Prodi adalah:

No	Nama	NIDN	JAD
1	Dr. Dede Suleman., M.M., CMA	08. 0122. 001	lektor Kepala
2			

Tangerang Selatan, 20 Oktober 2024

Menugaskan,	Menyetujui,	Menerima,	
 Yusuf Iskandar, M.M Koordinator Skripsi/TA	 Dr. Dede Suleman., M.M.,CMA Kaprod	 Dr./Dede Suleman., M.M.,CMA Dosen Pembimbing 1	 Dosen Pembimbing 2

Lampiran 1. 16 Formulir Revisi Pembimbing


 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		No. Rekam

Nama Mahasiswa : Elia Cahyani
Program Studi/NIM : Manajemen/2021021031
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Glad To Glow Di Shopee
Jadwal Sidang : Rabu, 08 Januari 2025 Pukul: 10.00 - 11.00
Dosen Pembimbing : Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:


<p>1) Rapihan penulisan 2) bunyian mendeley APA style 3) Juni yg dmsk.</p>
--

Tangerang Selatan, 08 Januari 2025


Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Lampiran 1. 17 Formulir Revisi Penguji 1

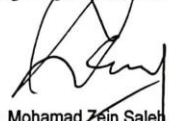
 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Elia Cahyani
Program Studi/NIM : Manajemen/2021021031
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Glad To Glow Di Shopee
Jadwal Sidang : Rabu, 08 Januari 2025 Pukul: 10.00 - 11.00
Dosen Penguji 1 : Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

<p>- Typo dan sitasi di Cek kembali</p> <p>- konsistensi penulisan Glad 2 Glow</p>
--

Tangerang Selatan, 08 Januari 2025


Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M.

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555

Lampiran 1. 18 Formulir Revisi Penguji 2

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		Mr. Fendy Saputra

Nama Mahasiswa : Ella Cahyani
Program Studi/NIM : Manajemen/2021021031
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Glad To Glow Di Shopee
Jadwal Sidang : Rabu, 08 Januari 2025 Pukul: 10.00 - 11.00
Dosen Penguji 2 : Fendi Saputra, S.E., M.M.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

- Cek typo & Format skripsi
- Periksa latar belakang alexa memilih wilayah jawa barat
- Periksa ulang grafik India
- Masukan data perbandingan harga dengan worded.
- +

Tangerang Selatan, 08 Januari 2025



Fendi Saputra, S.E., M.M.

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555



12.84%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 16 JAN 2025, 8:41 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL 0.1% ● CHANGED TEXT 12.74%

Report #24437273

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Menurut), berikut ini merupakan perkiraan pendapatan merek perawatan kulit di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024. Pada tahun 2022, diperkirakan merek perawatan kulit lokal akan menghasilkan laba sebesar US\$ 2,05 miliar. Berikut datanya: Gambar 1.1 Proyeksi Keuntungan skinker di Indonesia (Sumber :) Menurut perkiraan statista, permintaan produk perawatan kulit akan meningkat, yang akan menghasilkan keuntungan besar. Di antara semua itu, perawatan kulit wajah menjadi segmen yang paling menguntungkan. Pada tahun 2022, keuntungan dari sektor perawatan kulit diproyeksikan mencapai 1,17 miliar AS, setara dengan Rp.18,4 triliun (dengan nilai \$1 setara dengan Rp.15.761,98). Di situs e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, merek perawatan kulit lokal sangat populer dan banyak dicari. Industri perawatan kulit di Indonesia menampilkan segmen perawatan wajah sebagai salah satu bidang yang paling menjanjikan. Pertumbuhan yang berkelanjutan menunjukkan bahwa permintaan akan produk perawatan wajah akan meningkat di masa mendatang. Bagi pemilik usaha yang ingin berekspansi di industri kecantikan, hal ini menawarkan peluang 1 Mitra Bisnis (2023 Mitra Bisnis 2023 yang sangat besar. Namun demikian, karena persaingan yang semakin ketat, wirausahawan harus terus memunculkan ide-ide dan cara-cara baru untuk menawarkan nilai bagi konsumen mereka . Gambar 1.2 Nilai pengeluaran produk kecantikan (Sumber: Pada gambar 1.2,