

# LAMPIRAN

## Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

### KUISISIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH *PERSONAL SELLING* DALAM MENINGKATKAN INTENSI PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI INDUSTRI KECANTIKAN TERDAMPAK PANDEMI *COVID-19***

---

##### **I. Identitas Responden**

Petunjuk pengisian : berilah tanda *check list* (✓) pada jawaban yang dianggap sesuai

1. Jenis Kelamin

- Perempuan  
 Laki-laki

2. Usia Responden

- Di bawah 20 tahun  
 21-25 tahun  
 26-30 tahun  
 Di atas 30 tahun

3. Tingkat pendidikan terakhir

- SMA  
 Diploma 3  
 Sarjana  
 Pascasarjana

4. Jenis Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa  
 Pegawai Negeri Sipil (PNS)  
 Pegawai Swasta  
 Wirausaha  
 Lainnya, sebutkan.....

5. Domisili

- Jakarta Barat  
 Jakarta Selatan  
 Jakarta Timur

- Jakarta Utara
- Kota Tangerang,
- Kab.Tangerang
- Tangerang Selatan

## II. Pertanyaan Pilihan

Petunjuk pengisian kuesioner :

Isilah kuesioner dibawah ini dengan tanda *check list* (√) pada pilihan yang paling tepat

Sangat Tidak Setuju (STS)

Tidak Setuju (TS)

Netral (N)

Setuju (S)

Sangat Setuju (SS)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Sebelum membeli produk kecantikan sudah harus mempunyai gambaran produk yang harus dibeli					
2	Pemilihan toko untuk membeli produk kecantikan juga sudah dipilih sebelum transaksi					
3	Produk kecantikan yang dipasarkan sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen					
4	Produk kecantikan yang dibeli sesuai dengan manfaat yang telah dijelaskan penjual atau <i>box</i> produk					
5	Produk kecantikan yang diinginkan selalu harus dibeli walaupun tidak membutuhkannya segera					
6	Selalu ingin membeli produk kecantikan terbaru karena mudah didapatkan					
7	Harga yang ditetapkan terhadap produk kecantikan sudah sesuai					
8	Potongan harga pada produk kecantikan sangat banyak					
9	Pihak industri kecantikan menerima kritik dan saran terhadap replacemet yang terjadi pada produknya					
10	Jika konsumen mendapat produk kecantikan yang tidak sesuai, penjual memberikan produk ganti					
11	Produk kecantikan yang dipasarkan selalu memiliki kualitas terbaik					
12	Produk-produk kecnatikan yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					

13	Produk-produk kecantikan diindonesia sudah sesuai dengan standar internasional					
14	Produk kecantikan yang dipasarkan sudah pasti yang terbaik					
15	Kualitas dan manfaat menjadi acuan supaya konsumen produk kecantikan tidak dirugikan					
16	Konsumen produk kecantikan merasa puas terhadap produk yang telah dibeli					
17	Industri kecantikan selalu membuat strategi marketing yang bervariasi untuk memikat konsumen					
18	Pelayanan industri kecantikan sangat baik dan membuat konsumen nyaman saat membeli produk yang dijual					
19	Setiap produk kecantikan memiliki keunggulan tersendiri					
20	Transaksi pembayaran industri kecantikan sangat beragam sehingga memudahkan konsumen					
21	Kemampuan pihak industri kecantikan dalam berkomunikasi					
22	Informasi yang diberikan industri kecantikan sangat informatif dan lengkap					
23	Informasi yang disediakan sudah memadai, mulai dari informasi secara langsung maupun secara <i>online</i>					
24	Sikap dan sifat industri kecantikan saat berkomunikasi dengan konsumen sudah sesuai harapan					
25	Pihak industri kecantikan memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai produk yang dijual					
26	Pihak industri kecantikan membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan					
27	Industri kecantikan selalu membuat varian terbaru sesuai dengan trend dan kebutuhan yang sesuai dengan jaman					
28	Menyediakan tester yang beragam sebagai strategi marketing industri kecantikan yang efektif					
29	Pihak industri kecantikan sudah memberikan yang terbaik terhadap keluhan konsumen					
30	Pihak industri kecantikan menerima segala permintaan pasar/produk					

## Lampiran 2: Tabulasi Data

Y1									Y2									X													
1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
2	2	2	2	5	4	3	3	4	2	3	2	3	3	1	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
1	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2
1	2	3	1	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	3	2	1	2	3	2	2	2	3	3	3	
1	1	1	1	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	
3	2	2	2	4	1	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	
2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	
1	1	1	1	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	2	2	2	4	4	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	4	4	3	3	1	1	3	3	3	3	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
1	1	1	1	2	1	1	2	2	4	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
1	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3
2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	2	3	3	3	3	3	1	1	1	2	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	2	2	4	4	2	3	3	4	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2
3	2	1	1	3	3	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	3
1	1	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	3	1	3	2	2	2	1	3	2	1	3	2	1	1	1	1	2	2	2
1	1	2	2	3	4	3	3	1	1	4	2	2	4	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
1	2	1	1	4	5	2	2	2	3	2	2	1	3	1	4	1	2	3	1	1	2	1	2	2	3	1	4	3	3	3	
1	1	1	1	4	4	2	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	3	2	2	5	5	2	3	3	4	3	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	3	2	2
3	3	3	4	2	5	5	4	5	2	2	3	2	5	3	3	2	1	2	2	3	4	3	3	1	1	1	2	4	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	3	2	1	4	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2
1	1	1	1	3	4	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
2	2	3	2	4	2	2	3	3	1	4	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3
1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
1	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3
1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2





**Lampiran 3: Hasil IBM *Statistic***

		Correlations										
		x01	x02	x03	x04	x05	x06	x07	x08	x09	x10	x11
x0 1	Pearson Correlation	1	.638 **	.394 **	.427 **	.100	.084	.249 *	.195	.220 *	.140	.487 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.324	.407	.012	.052	.028	.166	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x0 2	Pearson Correlation	.638 **	1	.368 **	.374 **	.277 **	.255 *	.267 **	.222 *	.320 **	.251 *	.588 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.011	.007	.027	.001	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x0 3	Pearson Correlation	.394 **	.368 **	1	.534 **	.315 **	.222 *	.341 **	.231 *	.234 *	.199 *	.588 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.026	.001	.021	.019	.047	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x0 4	Pearson Correlation	.427 **	.374 **	.534 **	1	.106	.263 **	.507 **	.329 **	.442 **	.173	.627 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.293	.008	.000	.001	.000	.086	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x0 5	Pearson Correlation	.100	.277 **	.315 **	.106	1	.531 **	.480 **	.478 **	.244 *	.381 **	.671 **
	Sig. (2-tailed)	.324	.005	.001	.293		.000	.000	.000	.014	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x0 6	Pearson Correlation	.084	.255 *	.222 *	.263 **	.531 **	1	.510 **	.353 **	.258 **	.290 **	.648 **
	Sig. (2-tailed)	.407	.011	.026	.008	.000		.000	.000	.009	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



x0 7	Pearson Correlation	.249 *	.267 **	.341 **	.507 **	.480 **	.510 **	1	.580 **	.430 **	.263 **	.744 **
	Sig. (2- tailed)	.012	.007	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x0 8	Pearson Correlation	.195	.222 *	.231 *	.329 **	.478 **	.353 **	.580 **	1	.421 **	.530 **	.703 **
	Sig. (2- tailed)	.052	.027	.021	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x0 9	Pearson Correlation	.220 *	.320 **	.234 *	.442 **	.244 *	.258 **	.430 **	.421 **	1	.348 **	.618 **
	Sig. (2- tailed)	.028	.001	.019	.000	.014	.009	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 0	Pearson Correlation	.140	.251 *	.199 *	.173	.381 **	.290 **	.263 **	.530 **	.348 **	1	.587 **
	Sig. (2- tailed)	.166	.012	.047	.086	.000	.003	.008	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 1	Pearson Correlation	.487 **	.588 **	.588 **	.627 **	.671 **	.648 **	.744 **	.703 **	.618 **	.587 **	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	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).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	11

#### Correlations

		x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22
x1 2	Pearson Correlation	1	.542 **	.425 **	.473 **	- .046	.384 **	.144	.341 **	.220 *	.000	.580 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.649	.000	.154	.001	.028	1.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 3	Pearson Correlation	.542 **	1	.406 **	.488 **	.305 **	.381 **	.316 **	.294 **	.312 **	.134	.672 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000	.001	.003	.002	.183	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 4	Pearson Correlation	.425 **	.406 **	1	.484 **	.151	.528 **	.392 **	.521 **	.257 **	.203 *	.692 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.132	.000	.000	.000	.010	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 5	Pearson Correlation	.473 **	.488 **	.484 **	1	.259 **	.330 **	.294 **	.249 *	.228 *	.133	.650 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.009	.001	.003	.012	.023	.187	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 6	Pearson Correlation	- .046	.305 **	.151	.259 **	1	.183	.419 **	.211 *	.295 **	.215 *	.462 **
	Sig. (2-tailed)	.649	.002	.132	.009		.068	.000	.035	.003	.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x1 7	Pearson Correlation	.384 **	.381 **	.528 **	.330 **	.183	1	.381 **	.530 **	.423 **	.274 **	.687 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.068		.000	.000	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 8	Pearson Correlation	.144	.316 **	.392 **	.294 **	.419 **	.381 **	1	.583 **	.562 **	.503 **	.696 **
	Sig. (2-tailed)	.154	.001	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1 9	Pearson Correlation	.341 **	.294 **	.521 **	.249 *	.211 *	.530 **	.583 **	1	.663 **	.519 **	.744 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000	.012	.035	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2 0	Pearson Correlation	.220 *	.312 **	.257 **	.228 *	.295 **	.423 **	.562 **	.663 **	1	.560 **	.680 **
	Sig. (2-tailed)	.028	.002	.010	.023	.003	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2 1	Pearson Correlation	.000	.134	.203 *	.133	.215 *	.274 **	.503 **	.519 **	.560 **	1	.524 **
	Sig. (2-tailed)	1.000	.183	.043	.187	.032	.006	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2 2	Pearson Correlation	.580 **	.672 **	.692 **	.650 **	.462 **	.687 **	.696 **	.744 **	.680 **	.524 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	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).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	11

### Correlations

		y23	y24	y25	y26	y27	y28	y29	y30	y31	y32	y33
y2 3	Pearson Correlation	1	.645 **	.490 **	.549 **	.459 **	.291 **	.426 **	.320 **	.396 **	.441 **	.684 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2 4	Pearson Correlation	.645 **	1	.706 **	.598 **	.473 **	.385 **	.499 **	.495 **	.442 **	.432 **	.779 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2 5	Pearson Correlation	.490 **	.706 **	1	.586 **	.430 **	.438 **	.478 **	.412 **	.502 **	.354 **	.739 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2 6	Pearson Correlation	.549 **	.598 **	.586 **	1	.540 **	.474 **	.318 **	.322 **	.553 **	.380 **	.721 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2 7	Pearson Correlation	.459 **	.473 **	.430 **	.540 **	1	.655 **	.430 **	.434 **	.421 **	.378 **	.713 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

y2 8	Pearson Correlation	.291 **	.385 **	.438 **	.474 **	.655 **	1	.478 **	.508 **	.525 **	.423 **	.710 **
	Sig. (2- tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2 9	Pearson Correlation	.426 **	.499 **	.478 **	.318 **	.430 **	.478 **	1	.565 **	.411 **	.557 **	.713 **
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3 0	Pearson Correlation	.320 **	.495 **	.412 **	.322 **	.434 **	.508 **	.565 **	1	.507 **	.558 **	.724 **
	Sig. (2- tailed)	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3 1	Pearson Correlation	.396 **	.442 **	.502 **	.553 **	.421 **	.525 **	.411 **	.507 **	1	.704 **	.752 **
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3 2	Pearson Correlation	.441 **	.432 **	.354 **	.380 **	.378 **	.423 **	.557 **	.558 **	.704 **	1	.726 **
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3 3	Pearson Correlation	.684 **	.779 **	.739 **	.721 **	.713 **	.710 **	.713 **	.724 **	.752 **	.726 **	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	11

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.839	1	8.839	36.166	.000 <sup>b</sup>
Residual	23.950	98	.244		
Total	32.789	99			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X

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

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	1.134	.192		5.918
X	.537	.089	.519	6.014

a. Dependent Variable: Y1

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 <sup>a</sup>	.270	.262	.49436

a. Predictors: (Constant), X

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.519	.514	.34192

a. Predictors: (Constant), X

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12.364	1	12.364	105.753	.000 <sup>b</sup>

Residual	11.457	98	.117		
Total	23.821	99			

a. Dependent Variable: Y2

b. Predictors: (Constant), X

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.750	.133		5.663	.000
	X	.635	.062	.720	10.284	.000

a. Dependent Variable: Y2

**Lampiran 4: r-tabel**

df = (N-100)	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
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126



37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
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

<b>78</b>	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
<b>79</b>	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
<b>80</b>	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
<b>81</b>	0.1818	0,1946	0.2550	0.2813	0.3547
<b>82</b>	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
<b>83</b>	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
<b>84</b>	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
<b>85</b>	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
<b>86</b>	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
<b>87</b>	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
<b>88</b>	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
<b>89</b>	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
<b>90</b>	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
<b>91</b>	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
<b>92</b>	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
<b>93</b>	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
<b>94</b>	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
<b>95</b>	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
<b>96</b>	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
<b>97</b>	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
<b>98</b>	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
<b>99</b>	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Lampiran 5: Curriculum Vitae



# Stefanie Delvina

### CONTACT

**Address** jl kiwi 4 blok gr 21 no 84 Graha Bintaro  
**Phone** (+62)81282440515  
**Email** stefanidelvina08@gmail.com

### WORK EXPERIENCE

**2019 SEJENAK COFFEE**  
Finance and Administration Officer

**2019 SEJENAK COFFEE**  
Marketing and Promotion

### EDUCATION

**2006-2012 SDK RICCI II**  
**2012-2015 SMPK PENABUR BINTARO JAYA**  
**2015-2017 SMAK PENABUR BINTARO JAYA**  
**2017-sekarang UNIVERSITAS PEMBANGUNGAN JAYA**

### SKILLS

- Mampu berkomunikasi dengan baik
- Dapat bekerjasama dalam tim
- Memiliki time management yang baik
- Dapat beradaptasi dengan cepat




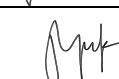
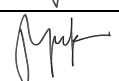


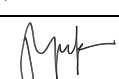
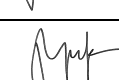
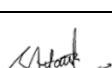
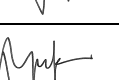
### CERTIFICATION



**2020 PROJECT MANAGEMENT ASSOCIATE**

## Lampiran 6: Formulir Pembimbing Skripsi



	<b>FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA</b>	SPT-I/03/SOP- 28/F-03
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Stefanie Delvina  
 Prodi/NIM : Manajemen / 2017021055  
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : *PENGARUH PERSONAL SELLING*  
 DALAM MENINGKATKAN INTENSI  
 PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN  
 KOSUMEN DI INDUSTRI  
 KECANTIKAN TERDAMPAK  
 PANDEMI COVID-19

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	10/2/2021	Menyusun Bab I		
2	16/2/2021	Mengajukan Judul		
3	2/3/2021	Menyusun Bab I-III		
4	5/3/2021	Bimbingan Bab I-III		
5	9/3/2021	Revisi Bab I-III		
6	10/3/2021	Revisi Format Penulisan Bab I-III		
7	5/5/2021	Konsultasi Kuesioner Penelitian		
8	7/5/2021	Revisi Kuesioner Penelitian		
9	8/5/2021	Finalisasi Kuesioner untuk disebarakan		

10	7/6/2021	Revisi Bab I-V dan Format Penulisan		
----	----------	-------------------------------------	---	---

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

	
Stefanie Delvina Mahasiswa	Teguh Prasetyo, SE, M.SI. Dosen Pembimbing 1

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

## Lampiran 7: Bukti Plagiarm

### PENGARUH PERSONAL SELLING DALAM MENINGKATKAN INTENSI PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI INDUSTRI KECANTIKAN TERDAMPAK PANDEMI COVID-19

#### ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b> SIMILARITY INDEX	<b>19%</b> INTERNET SOURCES	<b>6%</b> PUBLICATIONS	<b>6%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="https://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<a href="https://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="https://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<a href="https://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<a href="https://lib.ibs.ac.id">lib.ibs.ac.id</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	Submitted to IAIN Salatiga Student Paper	<b>&lt;1%</b>