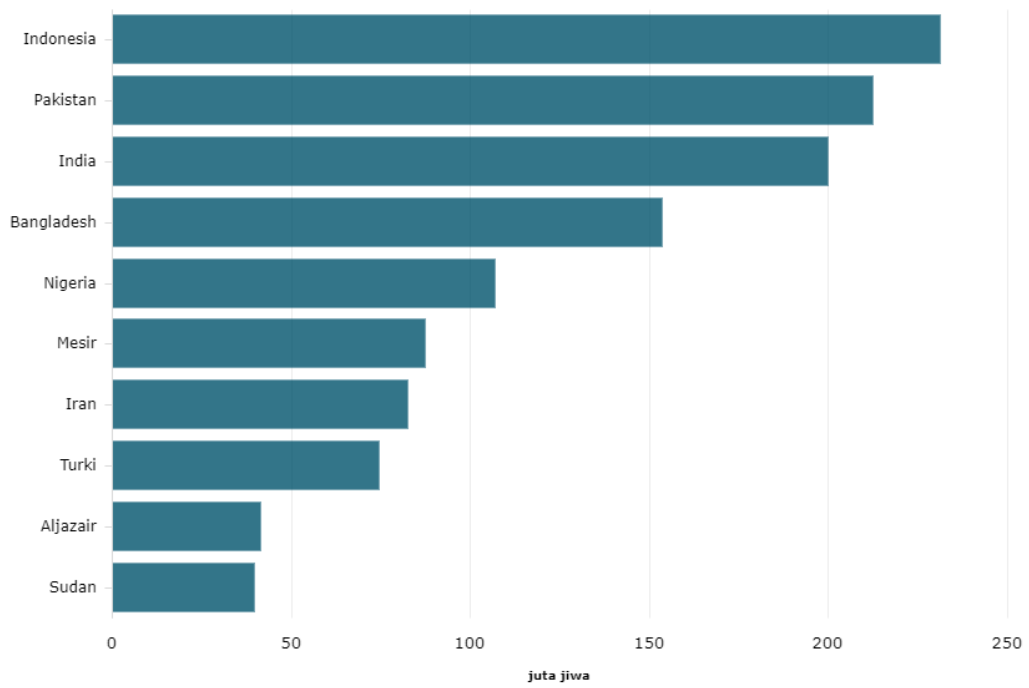


Lampiran

LAMPIRAN

Laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre*

10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar Dunia Menurut RISSC (2021)



Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian Pengaruh Label Halal dan Strategi *Marketing* Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah Pada Generasi Milenial di Kota Palembang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Saya Yunanda Gia Dinta (1820602163) Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, saat ini sedang dalam tahap penyelesaian penelitian tugas akhir skripsi yang berjudul **“Pengaruh Label Halal dan Strategi *Marketing* Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah Pada Generasi Milenial di Kota Palembang”**.

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk meluangkan waktunya sebentar untuk mengisi kuesioner penelitian ini dalam rangka keperluan penelitian. Semua identitas, keterangan, dan jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/I yang telah diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian tugas akhir skripsi saya. Saya ucapkan terima kasih atas dukungan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya,

Yunanda Gia Dinta

Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Label Halal dan Strategi *Marketing* Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah Pada Generasi Milenial di Kota Palembang”

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin:

- Laki-Laki
- Perempuan

2. Usia:

- 26-30 tahun
- 31-35 tahun
- 36-41 tahun

3. Pekerjaan:

- Mahasiswa/i
- PNS
- Wiraswasta
- Wirausaha
- Lain-lain

4. Apakah Anda mengetahui produk kecantikan Wardah sudah bersertifikat halal?

- Ya
- Tidak

5. Apakah Anda menggunakan produk kecantikan Wardah?

- Ya
- Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Petunjuk pengisian kuesioner

1. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar.
2. Bacalah terlebih dahulu pernyataan dengan teliti sebelum Bapak/Ibu/Saudara/I menjawab.
3. Berilah tanda pada jawaban yang Bapak//Ibu/Saudara/I anggap paling sesuai pada pilihan yang telah disediakan di dalam daftar pernyataan pada kuesioner.

Keterangan:

Sangat Setuju (SS): 5

Setuju (S): 4

Netral (N): 3

Tidak Setuju (TS): 2

Sangat Tidak Setuju (STS): 1

Label Halal (X1)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Gambar						
1	Saya mengetahui gambar dari label halal yang dikeluarkan oleh MUI Indonesia pada produk Wardah.					
2	Gambar label halal sangat mudah dikenali.					
Tulisan						
3	Saya dapat membaca dengan jelas tulisan halal yang ada pada kemasan produk Wardah.					
4	Adanya tulisan halal yang terdapat pada gambar logo halal dapat membantu saya untuk mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian produk Wardah.					
Kombinasi gambar dan tulisan						
5	Saya mengetahui kombinasi gambar dan tulisan pada label halal yang dikeluarkan oleh MUI Indonesia.					
6	Adanya label halal menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk Wardah sebelum melakukan pembelian.					
Menempel pada bagian kemasan produk						
7	Label halal yang menempel pada kemasan produk Wardah dapat dengan mudah dilihat keberadaannya.					
8	Saya yakin akan kehalalan produk Wardah karena terdapat label halal yang menempel pada kemasan produknya.					

Strategi Marketing Syariah (X2)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Syariah marketing strategy						
1	Menurut saya produk Wardah sesuai dengan segmentasi pasarnya yaitu generasi milenial seperti saya.					
2	Menurut saya Wardah menawarkan berbagai jenis produk kecantikan sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
3	Menurut saya produk Wardah cocok untuk segala usia.					
4	Jika ditanya mengenai produk kosmetik halal, maka yang muncul dibenak saya adalah Wardah.					
Syariah marketing tactic						
5	Produk-produk Wardah memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan merek lain.					
6	Produk-produk Wardah berkualitas tinggi dan terjamin.					
7	Produk-produk kecantikan Wardah memiliki harga yang terjangkau dan sepadan dengan kualitas yang ditawarkan.					
8	Produk-produk Wardah mudah didapatkan.					
9	Strategi promosi yang dijalankan Wardah membuat saya tertarik untuk menggunakan produknya.					

10	Menurut saya Wardah tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjaga hubungan dengan konsumen.					
Syariah marketing value						
11	Wardah memiliki produk yang terjamin kehalalannya dan selalu tersedia di mana saja.					
12	Wardah selalu menawarkan varian produk baru, baik produk perawatan kulit hingga produk kosmetik.					
13	Saya dapat melihat dan bertanya dengan mudah mengenai informasi produk Wardah pada sosial media resmi Wardah.					

Keputusan Pembelian (Y)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Pengenalan kebutuhan						
1	Saya membeli produk Wardah karena kualitasnya yang terjamin.					
2	Saya membeli produk Wardah karena banyak yang merekomendasikannya.					
3	Saya membeli produk Wardah karena terjamin kehalalannya.					
Pencarian informasi						
4	Saya mendapat informasi tentang produk Wardah dari internet dan media sosial.					
5	Saya mendapat informasi produk Wardah dari <i>marketing executive</i> Wardah.					
Evaluasi alternatif						
6	Saya membeli produk Wardah karena kualitasnya lebih bagus dibanding merek lain.					
7	Saya membeli produk Wardah karena banyak variannya dibanding merek lain.					
Keputusan pembelian						
8	Kualitas produk yang baik menjadi pilihan saya dalam membeli produk Wardah.					
9	Merek yang terkenal menjadi pilihan saya untuk membeli produk Wardah.					
Perilaku pasca pembelian						
10	Saya akan merekomendasikan produk Wardah kepada orang lain.					
11	Saya merasa puas setelah menggunakan produk Wardah.					

Data Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Kecamatan
1	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
2	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sako
3	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Kalidoni
4	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
5	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Iilir Barat
6	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Sukarami
7	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Kalidoni
8	Laki-laki	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
9	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Kalidoni
10	Laki-laki	36-41 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
11	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
12	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
13	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
14	Laki-laki	26-30 tahun	Wiraswasta	Iilir Barat
15	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
16	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
17	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Iilir Barat
18	Perempuan	31-35 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
19	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
20	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
21	Perempuan	36-41 tahun	Lain-lain	Sukarami
22	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
23	Laki-laki	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
24	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Sukarami
25	Laki-laki	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
26	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
27	Laki-laki	26-30 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
28	Laki-laki	31-35 tahun	Mahasiswa/i	Sako
29	Perempuan	36-41 tahun	Wiraswasta	Sukarami
30	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
31	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
32	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
33	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
34	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
35	Laki-laki	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
36	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
37	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
38	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
39	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
40	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
41	Perempuan	36-41 tahun	Wiraswasta	Kalidoni
42	Laki-laki	31-35 tahun	PNS	Kalidoni
43	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Iilir Barat
44	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
45	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Iilir Barat
46	Laki-laki	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
47	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
48	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Iilir Barat
49	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
50	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sako
51	Perempuan	26-30 tahun	PNS	Sukarami
52	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
53	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Iilir Barat
54	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Sukarami
55	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Sukarami
56	Perempuan	26-30 tahun	Mahasiswa/i	Iilir Barat
57	Perempuan	26-30 tahun	Lain-lain	Sako
58	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Sako
59	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Iilir Barat
60	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	Sako

Hasil Jawaban Kuesioner Responden

No	Apakah Anda mengetahui produk kecantikan Wardah sudah bersertifikat halal?	Apakah Anda menggunakan produk kecantikan Wardah?	Saya mengetahui gambar dari label halal yang dikeluarkan oleh MUI Indonesia pada produk Wardah.	Gambar label halal sangat mudah dikenali.	Saya dapat membaca dengan jelas tulisan halal yang ada pada kemasan produk Wardah.	Adanya tulisan halal yang terdapat pada gambar logo halal dapat membantu saya untuk mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian produk Wardah.	Saya mengetahui kombinasi gambar dan tulisan pada label halal yang diketarkan oleh MUI Indonesia.	Adanya label halal menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk Wardah sebelum melakukan pembelian.
1	Ya	Ya	5	5	4	5	4	4
2	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
3	Ya	Ya	5	4	5	5	5	5
4	Ya	Ya	5	5	4	4	5	5
5	Ya	Ya	5	5	5	5	4	5
6	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
7	Ya	Ya	5	4	4	4	4	5
8	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
9	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
10	Ya	Ya	3	4	4	4	3	3
11	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
12	Ya	Ya	3	3	3	3	3	3
13	Ya	Ya	5	3	2	5	5	5
14	Ya	Ya	5	4	4	4	4	4
15	Ya	Ya	4	5	4	2	3	1
16	Ya	Ya	5	5	3	5	4	5
17	Ya	Ya	5	5	4	5	5	5
18	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
19	Ya	Ya	5	4	5	5	5	5
20	Ya	Ya	5	4	5	5	4	5
21	Ya	Ya	5	4	4	5	4	5
22	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
23	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
24	Ya	Ya	5	4	4	5	4	5
25	Ya	Ya	5	5	4	5	4	4
26	Ya	Ya	4	4	3	3	4	3
27	Ya	Ya	5	5	3	5	5	5
28	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
29	Ya	Ya	5	4	5	5	5	5
30	Ya	Ya	5	5	5	5	4	5
31	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
32	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
33	Ya	Ya	4	3	3	4	3	5
34	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
35	Ya	Ya	4	5	5	3	4	3
36	Ya	Ya	2	4	3	4	3	4
37	Ya	Ya	5	5	3	5	4	5
38	Ya	Ya	5	5	5	4	5	5
39	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
40	Ya	Ya	3	3	4	5	4	5
41	Ya	Ya	5	5	5	4	5	4
42	Ya	Ya	5	5	4	5	5	4
43	Ya	Ya	5	5	4	4	4	5
44	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
45	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
46	Ya	Ya	4	5	4	4	4	4
47	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
48	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
49	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
50	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
51	Ya	Ya	5	3	5	5	4	5
52	Ya	Ya	4	4	4	4	5	4
53	Ya	Ya	5	5	4	4	4	5
54	Ya	Ya	5	4	5	5	5	5
55	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
56	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
57	Ya	Ya	5	5	4	4	4	4
58	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
59	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5
60	Ya	Ya	5	5	5	5	5	5

No	Label halal yang menempel pada kemasan produk Wardah dapat dengan mudah dilihat keberadaannya.	Saya yakin akan behalalan produk Wardah karena terdapat label halal yang menempel pada kemasan produknya.	Menurut saya produk Wardah sesuai dengan segmentasi pasarnya yaitu generasi milenial seperti saya.	Menurut saya Wardah menawarkan berbagai jenis produk kecantikan sesuai dengan kebutuhan konsumen.	Menurut saya produk Wardah cocok untuk segala usia.	Jika ditanya mengenai produk kosmetik halal, maka yang muncul dibenak saya adalah Wardah.	Produk-produk Wardah memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan merek lain.	Produk-produk Wardah memiliki kualitas tinggi dan terjangkau.
1	5	5	5	4	4	4	5	5
2	5	5	4	4	4	5	4	4
3	5	4	5	4	5	4	3	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	5	4	4	4	3	5	4
8	3	5	3	5	5	5	5	5
9	4	4	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	3	2	2	3	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5
12	3	3	3	3	3	3	3	3
13	2	5	5	5	5	5	5	5
14	3	3	5	5	4	5	4	3
15	3	3	3	4	4	5	4	4
16	5	5	5	5	3	5	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	4	4	5	5	5	5
20	4	4	4	4	5	4	4	5
21	4	5	3	5	5	5	4	4
22	5	5	5	5	5	5	4	5
23	5	5	5	5	5	5	3	5
24	4	5	5	4	5	4	4	4
25	4	5	4	5	4	4	5	5
26	4	4	4	4	3	3	4	4
27	5	5	3	5	5	5	3	3
28	5	5	5	5	2	5	3	5
29	5	5	4	4	5	5	3	3
30	5	5	4	5	1	4	3	3
31	5	5	5	5	5	4	3	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5
33	3	5	4	5	3	4	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	4
35	5	4	3	2	4	3	4	5
36	4	4	5	5	5	5	3	4
37	5	3	3	4	3	4	4	4
38	4	4	4	4	3	4	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	5	4	5	5	5	4	3
41	4	5	4	5	5	4	4	4
42	5	5	5	4	5	5	4	4
43	5	5	5	4	4	5	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	4
45	5	5	4	4	3	4	4	4
46	4	4	5	4	4	5	4	5
47	5	5	4	5	4	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	4	5	5	4
50	5	5	4	5	3	5	5	3
51	4	5	4	5	5	5	4	5
52	4	4	4	4	4	4	5	4
53	4	4	5	5	4	4	4	5
54	5	4	5	5	5	5	4	5
55	5	5	5	4	5	5	5	5
56	4	2	4	4	4	5	4	4
57	5	5	5	5	4	5	4	4
58	4	4	4	4	5	4	4	4
59	5	5	5	5	4	5	5	5
60	4	5	4	5	3	4	4	4

No	Produk-produk kecantikan Wardah memiliki harga yang terjangkau dan sepadan dengan kualitas yang ditawarkan.	Produk-produk Wardah mudah didapatkan.	Strategi promosi yang dijalankan Wardah membuat saya tertarik untuk menggunakan produknya.	Menurut saya Wardah tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjaga hubungan dengan konsumen.	Wardah memiliki produk yang terjamin kehalalannya dan selalu tersedia di mana saja.	Wardah selalu menawarkan varian produk baru, baik produk perawatan kulit hingga produk kosmetik.	Saya dapat melihat dan bertanya dengan mudah mengenai informasi produk Wardah pada sosial media resmi Wardah.	Saya membeli produk Wardah karena kualitasnya yang terjamin.
1	5	5	4	4	5	5	5	5
2	4	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	5	4	4	4	5	4	4
8	5	5	5	4	5	5	5	5
9	5	5	5	5	4	5	5	5
10	5	2	3	3	4	4	3	2
11	5	5	5	5	5	5	5	5
12	3	3	3	3	3	3	3	3
13	2	5	4	5	5	5	5	5
14	5	4	5	5	4	4	5	5
15	3	4	3	3	3	4	3	4
16	5	3	5	5	5	3	5	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	4	4	5	5	5	4
20	4	5	4	4	5	4	4	4
21	4	4	4	4	5	5	4	4
22	5	4	5	3	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	5	4	4	5	4
25	4	5	5	4	5	5	5	4
26	3	4	5	5	3	4	4	4
27	4	5	3	4	5	5	5	5
28	3	4	4	3	5	5	5	4
29	3	4	5	3	5	5	5	4
30	4	5	4	3	4	4	4	4
31	4	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	4	4
34	5	5	5	4	5	5	5	5
35	4	3	4	3	5	3	4	5
36	4	5	4	3	4	5	4	5
37	3	4	3	3	4	5	4	5
38	4	4	4	4	4	4	5	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	3	3	4	4	3	3
41	4	5	4	4	5	5	4	4
42	4	5	4	4	5	5	4	4
43	4	5	5	4	4	5	4	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	5	5	5	4
46	4	4	5	5	5	5	5	5
47	4	5	4	4	5	5	4	5
48	4	4	4	5	5	4	4	5
49	4	5	4	4	5	4	4	5
50	5	5	3	4	4	4	4	3
51	4	5	4	4	5	5	5	5
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	5	4	5	5	5	4	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	4	5	5	5	5
56	4	4	4	3	4	4	5	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	3	5	5	4	4	4	5
59	4	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	4	4	5	5	4	5

No	Saya membeli produk Wardah karena banyak yang merekomendasikannya.	Saya membeli produk Wardah karena terjamin kehalalannya.	Saya mendapat informasi tentang produk Wardah dari internet dan media sosial.	Saya mendapat informasi produk Wardah dari marketing executive Wardah.	Saya membeli produk Wardah karena kualitasnya lebih bagus dibanding merek lain.	Saya membeli produk Wardah karena banyak variannya dibanding merek lain.	Kualitas produk yang baik menjadi pilihan saya dalam membeli produk Wardah.	Merek yang terkenal menjadi pilihan saya untuk membeli produk Wardah.
1	4	5	5	3	5	5	5	5
2	4	5	5	4	4	4	5	4
3	3	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	5	3	3	4	5	5
10	3	3	3	3	3	3	3	3
11	5	5	5	5	4	4	4	4
12	3	3	3	3	3	3	3	3
13	5	5	5	3	5	5	5	5
14	4	5	4	5	4	4	4	4
15	3	1	4	2	3	2	4	2
16	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	4	4	5	3	5
20	4	4	4	4	5	4	4	5
21	4	4	5	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	3	4	5	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	5	4	4	4	4	4	4
25	5	5	5	5	4	4	5	4
26	4	4	4	4	4	4	3	4
27	5	5	5	1	3	4	4	5
28	4	5	5	2	3	4	4	5
29	3	5	5	1	3	4	5	3
30	3	4	4	2	2	2	3	3
31	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5
33	3	5	5	5	5	3	4	5
34	3	5	5	5	5	5	5	5
35	3	4	5	3	5	4	5	3
36	3	4	3	3	4	3	4	4
37	3	3	3	3	4	3	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	3	5	4	2	3	3	3	4
41	4	5	4	4	5	5	5	4
42	4	5	5	4	4	5	5	5
43	4	5	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	4	4	4	5	5
45	4	5	4	4	3	4	4	4
46	4	4	3	4	4	4	5	5
47	4	5	4	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	3	5	3	4	3	3	3	4
51	5	5	4	3	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	5	5	4	4	4	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	4	5	4	5	4	5	4
56	4	4	4	1	3	3	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	5	5	5	5	5	3	3
59	4	5	5	3	4	4	5	4
60	3	5	4	3	4	3	4	3

No	Saya akan merekomendasikan produk Wardah kepada orang lain.	Saya merasa puas setelah menggunakan produk Wardah.
1	5	5
2	4	4
3	5	4
4	4	5
5	5	5
6	5	5
7	5	4
8	5	5
9	5	4
10	3	3
11	4	3
12	3	3
13	5	5
14	4	4
15	4	5
16	5	5
17	5	5
18	5	5
19	5	5
20	4	4
21	4	4
22	3	5
23	5	5
24	4	4
25	5	5
26	4	4
27	5	5
28	3	5
29	4	5
30	3	2
31	5	5
32	5	5
33	4	5
34	5	5
35	3	4
36	4	5
37	4	4
38	4	4
39	5	5
40	3	3
41	4	4
42	4	4
43	4	5
44	4	5
45	4	3
46	5	4
47	5	4
48	5	5
49	5	5
50	4	4
51	5	4
52	4	4
53	4	4
54	5	5
55	5	5
56	3	3
57	4	4
58	3	3
59	4	5
60	4	5

Uji Validitas dan Reliabilitas

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 Total_X1

/PRINT=TWOTAIL

NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
X1.1	Pearson Correlation	1	.568**	.377**	.550**	.653**	.563**	.361**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000	.000	.005
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.568**	1	.500**	.308*	.467**	.246	.554**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.017	.000	.058	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.377**	.500**	1	.313*	.432**	.265*	.434**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.015	.001	.041	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.550**	.308*	.313*	1	.604**	.823**	.454**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.015		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	.653**	.467**	.432**	.604**	1	.581**	.437**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1.6	Pearson Correlation	.563**	.246	.265*	.823**	.581**	1	.354**
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.041	.000	.000		.005
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1.7	Pearson Correlation	.361**	.554**	.434**	.454**	.437**	.354**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.001	.000	.000	.005	
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1.8	Pearson Correlation	.339**	.171	.094	.508**	.334**	.459**	.380**
	Sig. (2-tailed)	.008	.192	.476	.000	.009	.000	.003
	N	60	60	60	60	60	60	60
Total_X1	Pearson Correlation	.763**	.661**	.620**	.803**	.787**	.758**	.707**

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

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

Correlations

		X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	.339 **	.763 **
	Sig. (2-tailed)	.008	.000
	N	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.171	.661 **
	Sig. (2-tailed)	.192	.000
	N	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.094	.620 **
	Sig. (2-tailed)	.476	.000
	N	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.508 **	.803 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	60	60
X1.5	Pearson Correlation	.334 **	.787 **
	Sig. (2-tailed)	.009	.000
	N	60	60
X1.6	Pearson Correlation	.459 **	.758 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	60	60
X1.7	Pearson Correlation	.380 **	.707 **
	Sig. (2-tailed)	.003	.000
	N	60	60
X1.8	Pearson Correlation	1	.578 **
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Total_X1	Pearson Correlation	.578 **	1

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

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

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
Total_X1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Correlations

		X1.8	Total_X1
Total_X1	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

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

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

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 X2.10 X2.11 X2.12 X2.13 Total_X2
/PRINT=TWOTAIL
NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
X2.1	Pearson Correlation	1	.422**	.352**	.392**	.286*	.355**	.414**
	Sig. (2-tailed)		.001	.006	.002	.027	.005	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.422**	1	.262*	.592**	.265*	.149	.374**
	Sig. (2-tailed)	.001		.043	.000	.041	.257	.003
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.352**	.262*	1	.239	.455**	.530**	.413**
	Sig. (2-tailed)	.006	.043		.066	.000	.000	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.392**	.592**	.239	1	.180	.273*	.249
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.066		.168	.035	.055
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.286*	.265*	.455**	.180	1	.537**	.413**
	Sig. (2-tailed)	.027	.041	.000	.168		.000	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.6	Pearson Correlation	.355**	.149	.530**	.273*	.537**	1	.423**
	Sig. (2-tailed)	.005	.257	.000	.035	.000		.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.7	Pearson Correlation	.414**	.374**	.413**	.249	.413**	.423**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.001	.055	.001	.001	
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.8	Pearson Correlation	.400**	.632**	.337**	.483**	.371**	.394**	.540**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.009	.000	.004	.002	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Correlations

		X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	.400**	.525**	.529**	.357**	.441**	.393**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.005	.000	.002	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.632**	.345**	.326*	.297*	.520**	.291*	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.011	.021	.000	.024	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.337**	.264*	.224	.184	.156	.099	.572**
	Sig. (2-tailed)	.009	.042	.086	.159	.233	.450	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.483**	.424**	.300*	.451**	.491**	.505**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.020	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.371**	.374**	.489**	.291*	.250	.334**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	.000	.024	.054	.009	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.6	Pearson Correlation	.394**	.519**	.404**	.439**	.358**	.403**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.005	.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.7	Pearson Correlation	.540**	.431**	.318*	.415**	.415**	.371**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.013	.001	.001	.004	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.8	Pearson Correlation	1	.409**	.361**	.468**	.684**	.463**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.001	.005	.000	.000	.000	.000

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
X2.8	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.9	Pearson Correlation	.525**	.345**	.264*	.424**	.374**	.519**	.431**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.042	.001	.003	.000	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.10	Pearson Correlation	.529**	.326*	.224	.300*	.489**	.404**	.318*
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.086	.020	.000	.001	.013
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.11	Pearson Correlation	.357**	.297*	.184	.451**	.291*	.439**	.415**
	Sig. (2-tailed)	.005	.021	.159	.000	.024	.000	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.12	Pearson Correlation	.441**	.520**	.156	.491**	.250	.358**	.415**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.233	.000	.054	.005	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.13	Pearson Correlation	.393**	.291*	.099	.505**	.334**	.403**	.371**
	Sig. (2-tailed)	.002	.024	.450	.000	.009	.001	.004
	N	60	60	60	60	60	60	60
Total_X2	Pearson Correlation	.679**	.623**	.572**	.633**	.622**	.683**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Correlations

		X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	Total_X2
X2.8	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.9	Pearson Correlation	.409*	1	.646*	.369*	.497*	.585*	.732*
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.004	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.10	Pearson Correlation	.361*	.646*	1	.403*	.403*	.502*	.678*
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.001	.001	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.11	Pearson Correlation	.468*	.369*	.403*	1	.554*	.552*	.645*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.12	Pearson Correlation	.684*	.497*	.403*	.554*	1	.459*	.692*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.13	Pearson Correlation	.463*	.585*	.502*	.552*	.459*	1	.665*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Total_X2	Pearson Correlation	.745*	.732*	.678*	.645*	.692*	.665*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 Y.7 Y.8 Y.9 Y.10 Y.11 Total_Y

/PRINT=TWOTAIL

NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
Y.1	Pearson Correlation	1	.567*	.389*	.540*	.348*	.534*	.432*

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

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

Correlations

		Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	.616**	.381**	.483**	.508**	.704**

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
Y.1	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.006	.000	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	.567**	1	.454**	.475**	.525**	.452**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.3	Pearson Correlation	.389**	.454**	1	.540**	.342**	.348**	.518**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.007	.006	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.4	Pearson Correlation	.540**	.475**	.540**	1	.319*	.415**	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.013	.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.5	Pearson Correlation	.348**	.525**	.342**	.319*	1	.690**	.513**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.007	.013		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.6	Pearson Correlation	.534**	.452**	.348**	.415**	.690**	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.001	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.7	Pearson Correlation	.432**	.628**	.518**	.507**	.513**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.8	Pearson Correlation	.616**	.512**	.377**	.579**	.321*	.467**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.012	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.9	Pearson Correlation	.381**	.585**	.484**	.410**	.481**	.509**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.10	Pearson Correlation	.483**	.615**	.330*	.336**	.436**	.563**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.009	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.11	Pearson Correlation	.508**	.406**	.256*	.434**	.282*	.481**	.514**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.048	.001	.029	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Total_Y	Pearson Correlation	.704**	.775**	.620**	.671**	.696**	.776**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Correlations

		Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Total Y
Y.1	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	.512**	.585**	.615**	.406**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.3	Pearson Correlation	.377**	.484**	.330*	.256*	.620**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.010	.048	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.4	Pearson Correlation	.579**	.410**	.336**	.434**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.009	.001	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.5	Pearson Correlation	.321*	.481**	.436**	.282*	.696**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000	.029	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.6	Pearson Correlation	.467**	.509**	.563**	.481**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.7	Pearson Correlation	.618**	.675**	.705**	.514**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.8	Pearson Correlation	1	.485**	.549**	.623**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.9	Pearson Correlation	.485**	1	.603**	.433**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.10	Pearson Correlation	.549**	.603**	1	.586**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y.11	Pearson Correlation	.623**	.433**	.586**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Total_Y	Pearson Correlation	.746**	.753**	.769**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

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

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 X2.10 X2.11 X2.12 X2.13 Y.1 Y.2 Y.

3 Y.4 Y.5 Y.6 Y.7 Y.8 Y.9 Y.10 Y.11

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA
 /SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	136.57	202.894	.615	.947
X1.2	136.67	206.090	.450	.948
X1.3	136.95	204.828	.373	.949
X1.4	136.68	202.559	.598	.947
X1.5	136.80	202.502	.614	.947

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.6	136.67	200.870	.600	.947
X1.7	136.85	205.791	.370	.949
X1.8	136.73	203.250	.532	.947
X2.1	136.90	201.922	.601	.947
X2.2	136.77	203.945	.535	.947
X2.3	137.12	200.647	.427	.949
X2.4	136.78	202.410	.551	.947
X2.5	137.05	202.252	.571	.947
X2.6	137.02	201.000	.625	.947
X2.7	137.07	200.741	.610	.947
X2.8	136.72	200.986	.678	.946
X2.9	136.98	200.830	.674	.946
X2.10	137.08	200.281	.638	.947
X2.11	136.70	202.451	.691	.946
X2.12	136.70	203.603	.620	.947
X2.13	136.80	202.163	.661	.947
Y.1	136.83	200.548	.693	.946
Y.2	137.10	197.617	.729	.946
Y.3	136.75	199.919	.656	.946
Y.4	136.80	202.569	.610	.947
Y.5	137.38	194.410	.580	.948
Y.6	137.15	200.265	.586	.947
Y.7	137.22	196.952	.727	.946
Y.8	136.98	200.254	.678	.946
Y.9	137.02	199.135	.696	.946
Y.10	137.03	200.033	.679	.946
Y.11	136.95	202.286	.530	.948

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL

=ALPHA

/SUMM

ARY=T

OTAL.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	31.87	12.118	.683	.828
X1.2	31.97	12.711	.560	.841
X1.3	32.25	12.157	.464	.856
X1.4	31.98	11.745	.728	.822
X1.5	32.10	11.888	.709	.824
X1.6	31.97	11.558	.656	.829
X1.7	32.15	11.892	.591	.837
X1.8	32.03	12.812	.441	.854

RELIABILITY

```
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 X2.10 X2.11 X2.12 X2.13
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA
```

```
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	53.02	31.576	.609	.878
X2.2	52.88	32.342	.550	.881
X2.3	53.23	30.690	.440	.893
X2.4	52.90	31.786	.553	.881
X2.5	53.17	31.972	.542	.882
X2.6	53.13	31.372	.612	.878
X2.7	53.18	31.237	.599	.879
X2.8	52.83	31.226	.689	.875
X2.9	53.10	31.244	.673	.875
X2.10	53.20	31.247	.603	.879
X2.11	52.82	32.593	.583	.880
X2.12	52.82	32.254	.637	.878
X2.13	52.92	32.179	.601	.879

RELIABILITY

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 Y.7 Y.8 Y.9 Y.10 Y.11

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.7	43.17	31.023	.797	.891
Y.8	42.93	32.877	.689	.897
Y.9	42.97	32.507	.694	.897
Y.10	42.98	32.593	.715	.896
Y.11	42.90	33.142	.599	.902

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	42.78	33.461	.642	.900
Y.2	43.05	31.981	.717	.895
Y.3	42.70	33.739	.537	.905
Y.4	42.75	33.919	.607	.902
Y.5	43.33	30.294	.580	.909
Y.6	43.10	31.786	.716	.895

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Label Halal	.581	1.720
	Strategi Marketing Syariah	.581	1.720

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lembar Konsultasi



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Lembar Konsultasi/Bimbingan Skripsi

Nama : Yunanda Gia Dinta
NIM : 1820602163
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Strategi *Marketing* Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah Pada Generasi Milenial di Kota Palembang.
Pembimbing I : Dr. Chandra Zaky Maulana, M.M

No.	Hari/tanggal	Konsultasi	Paraf
1.	5/8-2022	- Tambahkan penelitian ³ terdahulu yg mendukung masing ² hipotesis - Perbaiki kerangka penulisan - Teknik penulisan sangat - Tambahkan sumber pd masing ¹ indikator. - Dirum kuesioner.	CS CS.
2	15-8-22	- Revisi indikator. Sesuaikan dengan sektor industri yang lebih lebih - Revisi kuesioner.	CS.
3.	18-8-2022	AAC kuesioner Silakan serahkan ke lapangan	CS.
4.	28-9-2022.	Revisi Bab IV & V.	CS.



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

No.	Hari/tanggal	Konsultasi	Paraf
f.	29-9-2022	All Bab IV & V. Silakan mendaftar ujian.	Cl.

**FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
FATAH PALEMBANG**



Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126
Telp. (0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : YUNANDA GIA DINTA
 NIM : 1820602163
 Judul : Pengaruh Label Halal dan Strategi Marketing Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Kecantikan Wardah Pada Generasi Milenial di Kota Palembang
 Dosen Pembimbing : M. JUNESTRADA DIEM SE.

No	Tanggal	Topik	Catatan Pembimbing
1	2022-04-11 19:58:49	File Bab 1 Skripsi Yunanda Gia Dinta	BAB 1 Perbaiki : Pada latarbelakang awali dari umum ke khusus, dari ekonomi secara umum kemudian ke ekonomi syariah lalu ke variabel penelitian Anda yaitu terkait dengan keputusan pembelian, label halal dan strategi marketing secara syariah. Penjelasan fenomena lebih didetailkan dengan fakta secara aktual saat ini. Informasi terkait peringkat Indonesia dari tahun ke tahun dapat dibuatkan tabel agar dapat dimengerti lebih rinci sedangkan gambar / brosur yg berkaitan dengan peringkat tersebut dapat dikasih keterangan saja bahwa dapat dilihat pada halaman lampiran. Setiap tabel maupun grafik harus menggunakan penomoran sesuai dengan panduan pembuatan karya ilmiah / skripsi. Perhatikan masih banyak tata bahasa yang tidak lazim dan teknik penulisan masih tidak mengikuti standar EYD seperti kata asing dalam penulisan wajib dimiringkan dan kata yang menunjukkan singkatan wajib kapital dan maupun kota/negara diawali dengan huruf kapital. Perhatikan juga kata sambung seperti : dan, tetapi, atau, maka dan sebagainya tidak diperkenankan di awal kalimat. untuk rumusan masalah sebaiknya disamakan menggunakan bagaimana atau apakah ?
2	2022-05-28 09:34:32	File Bab 1 Skripsi Yunanda Gia Dinta yang telah direvisi	BAB 1 Perbaiki : Anda pastikan menggunakan catatan Badan atau catatan Kaki (foot note)?? jika sudah menggunakan catatan kaki tidak perlu lagi adanya bodynote seperti contoh : "kotler (2012:45)". Perhatikan tabel / diagram/ gambar itu berbeda, tabel 1.2 itu sebenarnya diagram bukan tabel.
3	2022-06-02 19:37:58	Revisi Bab 1 Yunanda Gia Dinta	Anda tidak memahami maksud saya, kutipan menurut Kotler (ahli) tetap harus dikasih footnote dan terlampir catatan footnotenya di bawah halaman, setelah kutiman menurut kotler tersebut tetap dikasih angka kecil yang menunjukkan foot note, yang tidak diperkannkan itu sudah ada foot note dan ada juga bodynote pada kutipan tersebut.

4	2022-06-09 14:12:15	Revisi Skripsi Bab 1 (perbaikan footnote)	BAB 1 Perbaiki : Perhatikan kata sambung seperti : maka, tetapi, dan, bahwa dll tidak diperkenankan di awal kalimat, kata sambung harusnya ditengah untuk menyambung suatu kalimat. Upayakan tabel/diagram tidak terpisah halaman (terbelah). Sinkronkan redaksi 2 rumasan masalah yang Anda tulis jangan berbeda redaksi (tata bahasanya). Sumber untuk gambar wardah itu tidak tetap, Anda ambil dari mana ? kalau dari situs webnya seharus cantumkan web/linknya.
5	2022-06-14 16:05:59	Revisi Bab I	BAB 1 ACC... Lanjutkan BAB 2
6	2022-06-26 21:43:14	BAB II Yunanda Gia Dinta	BAB 2 Perbaiki : pada landasan teori di awal alenia jangan langsung menurut ahli tetapi diberi kalimat menurut Anda terlebih dahulu. Setiap Anda menjelaskan variabel atau faktor yg berhubungan dengan variabel penelitian jangan langsung menurut ahli harus Anda tambahkan pendapat sebagai penulis agar terhindar dari plagiat kalau semuanya kutipan. Tabel 2.1 tidak perlu judulnya dibuat ringkasan cukup penelitian terdahulu. Shadding pada tabel cukup pada baris judul masing2 kolom dan sumber tidak perlu dibold ! Perbaiki gambar kerangka berfikirnya garisnya ! Tambahakan pengembangan hipotesis yg terdiri dari hipotesis peneliti lain yg berhubungan dengan variabel penelitian Anda, diletakkan sebelum hipotesis Anda sebagai peneliti !
7	2022-07-08 17:02:08	Revisi Skripsi BAB II	BAB 2 ACC...Lanjutkan BAB 3
8	2022-07-18 12:30:22	BAB III Skripsi Yunanda Gia Dinta	BAB 3 perbaiki : Tolong dibaca lagi yg Anda tulis masih banyak terdapat typo (kurang huruf) dan spasi, utk populasi tolong lebih dijelaskan generasi milinial ini dimana ? daerah mana jangan hanya berfokus pada satu daerah saja populasinya !
9	2022-07-28 15:52:56	Revisi BAB III Skripsi Yunanda Gia Dinta	BAB 3 ACC.... Lanjutkan Kuesioner utk uji data
10	2022-08-08 11:56:47	Kuesioner penelitian	Kuesioner ACC.... Silahkan dilanjutkan utk diuji validitas beberapa responden kemudian lanjutkan penyebaran kuesioner secara keseluruhan sesuai dengan jumlah sampel yg ditentukan
11	2022-09-03 14:27:52	Bab IV skripsi Yunanda Gia Dinta	BAB 4 Perbaiki : Tabel 4.9 Anda ada 2 sehingga penomoran tabel dari tabel 4.9 dan seterusnya menjadi tidak berurut/tdk sesuai. Tambahkan tabel rangkuman hasil pengujian data dimana di tabel tersebut hanya tercantum hipotesis Anda dengan hasil uji data itu saja.
12	2022-09-14 10:43:44	Revisi Skripsi BAB IV Yunanda Gia Dinta	BAB 4 ACC.....Lanjutkan BAB 5
13	2022-09-18 20:36:24	Bab V Skripsi Yunanda Gia Dinta	BAB 5 Tambahkan setiap kesimpulannya informasi apakah hipotesis penulis terbukti atau tidak.
14	2022-09-23 10:46:42	Revisi BAB V Skripsi Yunanda Gia Dinta	BAB 5 ACC.... Silahkan Daftar Ujian persiapkan dengan baik. Goodluck !