

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rasti Calvinasari
Tempat Tanggal Lahir : Sungailiat, 08 Mei 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : S1 (Sarjana Ekonomi)
Alamat : Jl. Tarumanegara Air Ruay Gg.Bukit Sekip
No.Telp/Hp : 085268699282
E-mail : calvinasirasti01@gmail.com

Pendidikan Formal

1. 2012-2016 : Universitas Bangka Belitung
(Fakultas Ekonomi, program Studi Manajemen)
2. 2009-2012 : SMA NEGRI 1 Sungailiat
3. 2006-2009 : MTs NEGERI Sungailiat
4. 2000-2006 : SD MUHAMMADIYAH Sungailiat

Lampiran 2 Kuesioner

KUESIONER

A. Profil Responden

Berilah tanda silang (X) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda.

Nama :
NIM :
Semester :
Jurusan :

1. Berapa lama anda telah menggunakan produk Citra *hand & body lotion*?

- a. 1-2 tahun b. 3-4 tahun c. 5-6 tahun d. 6 tahun

A. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Sebelum mengisi kuisisioner ini, mohon untuk membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Beri tanda *check list* () pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* () pada kolom yang sesuai.
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon di jawab tanpa ada satupun yang terlewat.

B. Keterangan Jawaban

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. RR : Ragu-Ragu
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

CELEBRITY ENDORSER

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<i>Visibility</i>	5	4	3	2	1
1	Dewi Sandra sebagai bintang iklan produk Wardah sangat populer sehingga mudah menarik perhatian konsumen.					

2	Penyampaian informasi mengenai produk Wardah sangat efektif menggunakan Dewi Sandra sebagai bintang iklannya.					
<i>Credibility</i>						
3	Melalui iklan tersebut, saya memiliki pengetahuan akan produk kosmetik Wardah karena Dewi Sandra dapat menjelaskannya dengan baik.					
4	Dewi Sandra merupakan sosok selebriti yang dapat dipercaya dan dapat meyakinkan konsumen.					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Attraction</i>		5	4	3	2	1
5	Dewi Sandra memiliki daya tarik secara penampilan fisik dan saya menyukai kepribadiannya.					
6	Dalam iklan tersebut saya merasa memiliki beberapa kesamaan dengan Dewi Sandra (kesamaan dalam gaya hidup, kepribadian, dll)					
<i>Power</i>						
7	Dewi Sandra merupakan selebriti terkenal yang dipandang mampu memukau responden dalam setiap iklan, film, dan aktivitas entertain yang dibintanginya.					
8	Dewi Sandra merupakan sosok selebriti yang mampu menginspirasi konsumen					

	dengan karisma yang ada pada dirinya.					
--	---------------------------------------	--	--	--	--	--

KUALITAS PRODUK

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kinerja	5	4	3	2	1
1	Kosmetik Wardah mampu dalam bersaing dengan produk kosmetik lain					
2	Kosmetik Wardah sangat berkualitas					
	Keistimewaan Tambahan					
3	Kosmetik Wardah mempunyai varian menarik dan sesuai dengan kebutuhan kulit					
4	Kemasan kosmetik Wardah sangat menarik					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Keandalan	5	4	3	2	1
5	Produk kosmetik Wardah di buat tidak mudah rusak					
6	Kosmetik Wardah dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama					
	Kesesuaian dengan spesifikasi					
7	Varian warna, bentuk dan ukuran dari kosmetik Wardah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anda					
8	Saya merasa produk kosmetik Wardah sudah memenuhi standar ketentuan					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Daya Tahan						
9	Saya merasa produk kosmetik Wardah dapat bertahan sangat lama dalam pasar					
10	Kosmetik Wardah yang saya gunakan dapat bertahan lama					
Estetika						
11	Penampilan kosmetik Wardah sangat inovatif					
12	Kosmetik Wardah mempunyai desain yang khas dan bentuk yang menarik					

MINAT BELI

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Minat Transaksional		5	4	3	2	1
1	Karakteristik yang unik dari kosmetik Wardah mendorong saya untuk membeli produk Wardah					
2	Produk kosmetik Wardah sangat terkenal, karena itu saya berminat untuk membelinya					
Minat Referensial						
3	Saya akan merekomendasikan kosmetik Wardah kepada teman dan keluarga					
4	Saya akan menyarankan teman atau keluarga untuk membeli kosmetik Wardah karena kualitas baik dari produk Wardah					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Minat Preferensial	5	4	3	2	1
5	Saya yakin dengan kosmetik Wardah sehingga saya ingin membelinya					
6	Saya akan tetap membeli kosmetik Wardah jika diwaktu yang akan datang harga Wardah lebih mahal karena Wardah memiliki keunggulan dari kosmetik lain					
	Minat Eksploratif					
7	Saya akan terus mencari informasi tentang produk kosmetik terbaru dari Wardah					
8	Saya akan selalu mencari informasi kosmetik Wardah dan mendukung sifat-sifat positif dari produk itu					

STCE	N	241	241	241	241	241	241	241	241
	Pearson Correlation	,543**	,785**	,770*	,701**	,654**	,660**	,778**	,493*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241

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

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



Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Correlations

		KP2.1	KP2.2	KP2.3	KP2.4	KP2.5	KP2.6	KP2.7	KP2.8	KP2.9	KP2.10	KP2.11	KP2.12	STKP
KP2.1	Pearson Correlation	1	,285**	,265**	,022	,388**	,235**	,264**	,017	,090	,146*	,147*	,134*	,365**
	Sig. (1-tailed)		,000	,000	,368	,000	,000	,000	,397	,082	,012	,011	,019	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.2	Pearson Correlation	,285**	1	,690**	,352**	,289**	,409**	,390**	,168**	,259**	,324**	,235**	,309**	,600**
	Sig. (1-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,004	,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.3	Pearson Correlation	,265**	,690**	1	,494**	,420**	,421**	,382**	,229**	,337**	,377**	,314**	,388**	,686**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.4	Pearson Correlation	,022	,352**	,494**	1	,484**	,340**	,192**	,408**	,268**	,374**	,296**	,357**	,608**
	Sig. (1-tailed)	,368	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.5	Pearson Correlation	,388**	,289**	,420**	,484**	1	,628**	,481**	,313**	,337**	,398**	,350**	,382**	,718**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.6	Pearson Correlation	,235**	,409**	,421**	,340**	,628**	1	,717**	,466**	,400**	,468**	,343**	,404**	,762**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.7	Pearson Correlation	,264**	,390**	,382**	,192**	,481**	,717**	1	,543**	,480**	,422**	,394**	,414**	,734**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.8	Pearson Correlation	,017	,168**	,229**	,408**	,313**	,466**	,543**	1	,550**	,478**	,375**	,485**	,654**
	Sig. (1-tailed)	,397	,004	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.9	Pearson Correlation	,090	,259**	,337**	,268**	,337**	,400**	,480**	,550**	1	,545**	,421**	,534**	,657**
	Sig. (1-tailed)	,082	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.10	Pearson Correlation	,146*	,324**	,377**	,374**	,398**	,468**	,422**	,478**	,545**	1	,501**	,552**	,702**

	Sig. (1-tailed)	,012	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	
KP2.	Pearson													
	Correlation	,147*	,235**	,314**	,296**	,350**	,343**	,394**	,375**	,421**	,501**	1	,532**	,618**
11	Sig. (1-tailed)	,011	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
KP2.	Pearson													
	Correlation	,134*	,309**	,388**	,357**	,382**	,404**	,414**	,485**	,534**	,552**	,532**	1	,687**
12	Sig. (1-tailed)	,019	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
STK	Pearson													
	Correlation	,365**	,600**	,686**	,608**	,718**	,762**	,734**	,654**	,657**	,702**	,618**	,687**	1
P	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

