

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC

Responden

Yang terhormat,

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir. Saya Olivia Ayu Wulandari, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Hubungan Masyarakat, Universitas Esa Unggul Jakarta bermaksud melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Skintific”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang tertera sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Informasi yang Saudara/i akan terjamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian serta tidak akan digunakan untuk kepentingan lain. Bantuan dari Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya, dan apa adanya sangat berarti bagi penelitian ini. Demikian, atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

PETUNJUK PENGISIAN

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Pernyataan		SS	S	TS	STS
Variabel X (Marketing Public Relations)					
Publication					
1.	Saya mendapatkan informasi yang jelas pada saat melihat website skintific				
2.	Skintific melakukan promosi penjualan produk di instagram, website secara langsung				
3.	Informasi skintific selalu update di website				
Identity Media					
4.	Skintific adalah produk kecantikan				
5.	Penggunaan logo perusahaan dapat membuat saya mengetahui bahwa media diatas merupakan identitas asli Skintific				
Event					
6.	Skintific mengapresiasi kepada para pelanggan setia, dengan memberikan giveaway atau hadiah berupa produk, membuat saya tertarik untuk membeli produk Skintific				
7.	Brand produk Skintific sering mengikuti event skincare, membuat saya tertarik untuk membeli produk Skintific				
News					
8.	Berita di sosial media dapat membuat saya tertarik untuk membeli produk brand Skintific				
9.	Banyaknya berita di sosial media dapat membuat saya tertarik untuk membeli produk Skintific				
Speeches					
10.	Penjelasan brand skintific pada instagram dan website terkait penggunaan produk membuat saya memahami terkait penggunaan produk yang berlaku pada saat pemakaian produk tersebut				

11.	Saya mengetahui adanya larangan pada saat menggunakan produk skintific				
Public Service Activity					
12.	Brand skintific selalu memberikan penjelasan terkait penggunaan produk				
13.	Brand Skintific sering kampanye kesadaran tentang perawatan kulit, edukasi tentang rutinitas perawatan kulit yang baik				
Sponsorship					
14.	Saya tertarik membeli produk skintific pada saat sale				

Pernyataan		SS	S	TS	STS
Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)					
Adanya Pembelian Ulang					
1.	Saya merasakan pembelian ulang produk skintific				
2.	Skintific melakukan promosi penjualan produk di instagram, website secara langsung sehingga saya tertarik untuk membeli ulang				
3.	Informasi tentang promo di website dan media online lainnya menjadikan saya tertarik untuk membeli ulang				
Pembelian dengan kuantitas lebih banyak					
4.	Produk sale skintific selalu banyak sehingga saya dapat membeli lebih dari satu				
Adanya frekuensi kunjungan lebih sering					
5.	Saya selalu berkunjung di tenant skintific lebih sering				
6.	Saya selalu berkunjung di online shop skintific lebih sering				
Pemberian rekomendasi kepada orang lain					

7.	Saya memberikan rekomendasi terhadap teman terdekat				
8.	Saya menginformasikan di media sosial kepada pengikut saya untuk membeli produk skintific				

Rekapitulasi Variabel X

XP1	XP2	XP3	XP4	XP5	XP6	XP7	XP8	XP9	XP10	XP11	XP12	XP13	XP14
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3

Rekapitulasi Variabel Y

YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3
3	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	3
3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	3	3	2	2	3
4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	3	4	4	3
4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3

4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3
4	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	2	2	3	3	4	2	3
4	4	3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	4	3	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3
3	4	4	2	4	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3
3	4	4	2	4	4	4	3

Correlations

		XP1	XP2	XP3	XP4	XP5	XP6	XP7
XP1	Pearson Correlation	1	,218	,554**	-,267	,120	-,082	
	Sig. (2-tailed)		,247	,001	,153	,527	,667	
	N	30	30	30	30	30	30	
XP2	Pearson Correlation	,218	1	,386*	,136	,339	,111	
	Sig. (2-tailed)	,247		,035	,473	,067	,559	
	N	30	30	30	30	30	30	
XP3	Pearson Correlation	,554**	,386*	1	,073	,106	,059	
	Sig. (2-tailed)	,001	,035		,702	,578	,755	
	N	30	30	30	30	30	30	
XP4	Pearson Correlation	-,267	,136	,073	1	,346	,408*	
	Sig. (2-tailed)	,153	,473	,702		,061	,025	1
	N	30	30	30	30	30	30	
XP5	Pearson Correlation	,120	,339	,106	,346	1	,226	
	Sig. (2-tailed)	,527	,067	,578	,061		,230	
	N	30	30	30	30	30	30	
XP6	Pearson Correlation	-,082	,111	,059	,408*	,226	1	
	Sig. (2-tailed)	,667	,559	,755	,025	,230		
	N	30	30	30	30	30	30	
XP7	Pearson Correlation	,218	,028	,238	,000	,198	,111	
	Sig. (2-tailed)	,247	,884	,206	1,000	,295	,559	
	N	30	30	30	30	30	30	
XP8	Pearson Correlation	,330	,082	,554**	,401*	-,157	,327	
	Sig. (2-tailed)	,075	,667	,001	,028	,407	,077	
	N	30	30	30	30	30	30	
XP9	Pearson Correlation	,205	,327	,321	,267	,157	,218	
	Sig. (2-tailed)	,276	,077	,084	,153	,407	,247	
	N	30	30	30	30	30	30	
XP10	Pearson Correlation	,279	-,027	-,015	-,202	-,033	-,110	

	Sig. (2-tailed)	,136	,885	,939	,285	,864	,563
	N	30	30	30	30	30	30
XP11	Pearson Correlation	,082	,444*	,089	,000	,339	,111
	Sig. (2-tailed)	,667	,014	,640	1,000	,067	,559
	N	30	30	30	30	30	30
XP12	Pearson Correlation	,134	-,272	,364*	-,067	-,069	-,136
	Sig. (2-tailed)	,481	,146	,048	,726	,716	,473
	N	30	30	30	30	30	30
XP13	Pearson Correlation	-,055	,028	,238	,136	-,085	,111
	Sig. (2-tailed)	,775	,884	,206	,473	,656	,559
	N	30	30	30	30	30	30
XP14	Pearson Correlation	,094	,144	,000	,000	,391*	,144
	Sig. (2-tailed)	,619	,447	1,000	1,000	,032	,447
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,455*	,471**	,635**	,363*	,460*	,404*
	Sig. (2-tailed)	,012	,009	,000	,049	,011	,027
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6
YP1	Pearson Correlation	1	,375*	,131	,148	-,120	-,122
	Sig. (2-tailed)		,041	,491	,434	,527	,520
	N	30	30	30	30	30	30
YP2	Pearson Correlation	,375*	1	,561**	,384*	,139	,338
	Sig. (2-tailed)	,041		,001	,036	,465	,067
	N	30	30	30	30	30	30
YP3	Pearson Correlation	,131	,561**	1	,628**	,473**	,442*
	Sig. (2-tailed)	,491	,001		,000	,008	,014
	N	30	30	30	30	30	30
YP4	Pearson Correlation	,148	,384*	,628**	1	,536**	,502**
	Sig. (2-tailed)	,434	,036	,000		,002	,005
	N	30	30	30	30	30	30
YP5	Pearson Correlation	-,120	,139	,473**	,536**	1	,595**
	Sig. (2-tailed)	,527	,465	,008	,002		,001
	N	30	30	30	30	30	30
YP6	Pearson Correlation	-,122	,338	,442*	,502**	,595**	1
	Sig. (2-tailed)	,520	,067	,014	,005	,001	
	N	30	30	30	30	30	30
YP7	Pearson Correlation	-,075	,484**	,617**	,699**	,652**	,617**
	Sig. (2-tailed)	,694	,007	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
YP8	Pearson Correlation	,396*	,230	,246	,414*	,296	,365*
	Sig. (2-tailed)	,030	,221	,190	,023	,113	,047
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,309	,664**	,773**	,802**	,668**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,097	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XP1	45,3000	8,355	,310	,666
XP2	45,4333	8,323	,331	,664
XP3	45,1333	7,913	,531	,638

XP4	45,3333	8,644	,208	,681
XP5	45,2000	8,372	,321	,665
XP6	45,2333	8,530	,256	,674
XP7	45,4333	8,737	,183	,684
XP8	45,3000	8,286	,335	,663
XP9	45,3667	7,895	,480	,642
XP10	45,4000	9,076	,064	,699
XP11	45,4333	7,909	,487	,642
XP12	45,3333	8,644	,208	,681
XP13	45,4333	8,668	,207	,680
XP14	45,5000	8,397	,323	,665

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YP1	23,8667	7,499	,142	,853
YP2	23,8667	6,326	,531	,808
YP3	24,1333	5,982	,673	,787
YP4	24,1333	6,120	,726	,783
YP5	24,0333	6,447	,550	,805
YP6	24,1333	6,189	,587	,800
YP7	24,1000	5,817	,731	,778
YP8	24,2333	6,599	,467	,816

KARTU ABSENSI BIMBINGAN

KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA : Olivia Ayu Wuondari
 NIM/PEMINATAN : 20190502208 / Jikom - Humas.
 NO. TELP/EMAIL : 0857 1136 2307 / oliviaayuw@gmail.com
 JUDUL : Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap
 Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Scientific.
 DOSEN PEMBIMBING : Dr. Ummamah, S.Sos, M.Si

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	06/06 2023	III	Melakukan uji coba realibilitas uji 20 responden sebagai sample	
2	13/06 2023	III	Melakukan Sebar kuesioner sebanyak responden yang terkait (hasil revalidasi)	
3	25/06 2023	III	Mengajukan berapa banyak sample yang dipakai	
4	05/07 2023	III	Perimbangan responden yang dipakai 5% atau 10% tingkat error.	
5	14/07 2023	IV	Hasil uji regresi ada berapa banyak	
6	20/07 2023	V	Pembahasan tata letak Bab 4, 5 dan 6 disesuaikan (break down)	
7	24/07 2023	V	Bab 5 hasil deskripsi deskripsi diteliti dengan teori yang dipakai	
8	29/07 2023	V	Tambahan Penelitian terdahulu di Bab 5, diteliti satu saja	
9	01/08 2023	VI	Bab 6 dicet kembali Review, kesimpulan, saran.	
10	03/08 2023	Surreal	Jurnaling.	

Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan/pembimbingan

Mahasiswa

Olivia Ayu .W
(Mahasiswa)

Mengetahui,

(Ka. Peminatan)