

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT DIVERSIFICATION*,
PRICE, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION KONSUMEN KOSMETIK EMINA**

(Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan)



SALMA QONITA TSABATIYYA

NIM: 1905421025

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2023



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

SALMA QONITA TSABATIYYA. Analisis Pengaruh *Product Diversification*, *Price*, dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan). Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *product diversification*, *price*, dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan secara parsial dan simultan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif dengan hubungan kausal. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Pengolahan data dibantu dengan *software* SPSS 26. Hasil penelitian ini memenuhi syarat distribusi normal, yaitu $\text{Sig. } 0.105 > 0.05$. Berdasarkan model persamaan regresi $Y = -5.681 + 0.697 X1 + 0.552 X2 + 0.292 X3$, penelitian ini layak digunakan. Hasil uji korelasi parsial, *product diversification* berpengaruh sebesar 46,51% terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina, *price* berpengaruh sebesar 53,72% terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina, dan *perceived value* berpengaruh sebesar 49,42% terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina. Hasil nilai koefisien determinasi (R^2) adalah *product diversification*, *price*, dan *perceived value* berpengaruh terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan sebesar 63,9% dan 36,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hasil hipotesis adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *product diversification*, *price*, dan *perceived value* terhadap variabel *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina.

Kata kunci: *Product Diversification*, *Price*, *Perceived Value*, *Repurchase Intention*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

SALMA QONITA TSABATIYYA. *Analysis of the Influence of Product Diversification, Price, and Perceived Value on Repurchase Intention in Consumers of Emina Cosmetics (Case Study on Generation Z Women in South Jakarta)*. Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta 2023.

This study aims to determine and analyze the effect of product diversification, price, and perceived value on the repurchase intention of consumers of Emina cosmetics for generation Z women in South Jakarta partially and simultaneously. This research is included in quantitative research with associative methods with causal relationships. Sampling using non-probability sampling technique with purposive sampling method. The sample of this research is 100 (one hundred) respondents calculated using the Slovin formula. Data processing is assisted by SPSS 26 software. The results of this study meet the normal distribution requirements, with the result Sig. 0.105 > 0.05. Based on the regression equation model $Y = -5.681 + 0.697 X1 + 0.552 X2 + 0.292 X3$, this research is feasible. Partial correlation test results, product diversification has an impact of 46.51% on repurchase intention of Emina cosmetics consumers, price has an impact of 53.72% on repurchase intention of Emina cosmetics consumers, and perceived value has an impact of 49.42% on repurchase intention of Emina cosmetics consumers. The results of the coefficient of determination (R^2) are product diversification, price, and perceived value has an impact on repurchase intention of consumers of Emina cosmetics for generation Z women in South Jakarta by 63.9% and 36.1% are influenced by other variables not examined in this study. The results of the hypothesis are H_0 is rejected and H_a is accepted, which is a significant positive effect between the variables product diversification, price, and perceived value on the repurchase intention variable of Emina cosmetic consumers.

Keywords: *Product Diversification, Price, Perceived Value, Repurchase Intention*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Salma Qonita Tsabatiyya
NIM : 1905421025
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Pengaruh *Product Diversification*, *Price*,
dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Kosmetik Emina
(Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan)

Pembimbing I

Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si
NIP 195811201989032001

Depok, 28 Agustus... 2023
Pembimbing II

Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd
NIP 198310222015042001

Mengetahui Ketua Jurusan
Administrasi Niaga



Dr. Is Marnam, M.Si
NIP 19650311989032001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

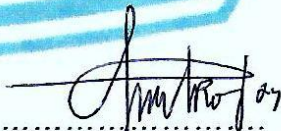

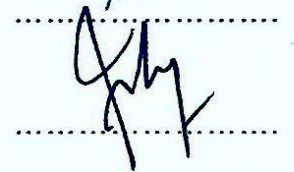
Nama : Salma Qonita Tsabatiyya
NIM : 1905421025
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Pengaruh *Product Diversification*, *Price*,
dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Kosmetik Emina
(Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sain Terapan (S.ST) pada Program Studi S1(T) Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 14 Agustus 2023
Waktu : 08.00 – 09.00 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Fortuna Zain Hamid, S.E. M.Si
NIP 195811201989032001
Penguji 1 : Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H
NIP 196209301992032001
Penguji 2 : Riza Hadikusuma, M.Pd
NIP 197404032001121002


.....

.....

.....



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Sains Terapan, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 28 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Salma Qonita Tsabatiyya

NIM 1905421025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan bimbingan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “*Analisis Pengaruh Product Diversification, Price, dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Konsumen Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan)*” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini tentu melibatkan banyak pihak yang telah membantu, mendukung, dan membimbing peneliti, oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Eng., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta,
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta,
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan,
4. Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan bantuan, serta saran dalam penyelesaian tugas akhir sehingga dapat terselesaikan dengan baik,
5. Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan bantuan, serta saran dalam penyelesaian tugas akhir sehingga dapat terselesaikan dengan baik,
6. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat untuk kehidupan kedepannya,
7. Seluruh Staf Administrasi Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah membantu dalam hal pengurusan administrasi,
8. Kedua orang tua beserta keluarga, yaitu Bapak Yoven Harnafi, Ibu Ega Widi Aryati, abang Muhammad Syamil Abdussalam, dan adik Muhammad



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Syafiqurrahman, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan mendampingi hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu,

9. Kepada para sahabat, yaitu Fitri Rachmanisa, Hilmy Fadhilah, dan Anggia Ramadhani, yang selalu menemani, mendukung, dan telah mengisi hari-hari di setiap kesempatan sejak awal perkuliahan hingga saat ini,
10. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penyusunan tugas akhir.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Depok, 25 Agustus 2023

Peneliti

Salma Qonita Tsabatiyya

NIM 1905421025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORETIK	14
2.1 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	14
2.1.1 <i>Product Diversification</i>	20
2.1.2 <i>Price</i>	22
2.2 Perilaku Konsumen	28
2.2.1 <i>Perceived Value</i>	31
2.2.2 <i>Repurchase Intention</i>	33
2.3 Hasil Penelitian/Jurnal Relevan	35
2.4 Deskripsi Konseptual	42
2.5 Perumusan Hipotesis	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.1.1 Waktu Penelitian	45



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.1.2	Tempat Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian	46
3.2.1	Populasi dan Sampel	47
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.3	Teknik Pengolahan Data	51
3.2.4	Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Hasil Uji Instrumen	58
4.1.1	Hasil Uji Validitas <i>Pre Test</i>	58
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre Test</i>	69
4.2	Karakteristik Responden	72
4.3	Hasil Rekapitulasi Data	84
4.4	Hasil Analisis Data	105
4.5	Pembahasan	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		122
5.1	Kesimpulan	122
5.2	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN		136



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh Produk <i>Shopping Goods</i>	2
Tabel 1.2 Daftar Jenis Produk Kosmetik Merek Lokal.....	5
Tabel 1.3 Daftar <i>Range</i> Harga Kosmetik Merek Lokal	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian/Jurnal yang Relevan	35
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Data Populasi Penduduk Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan	47
Tabel 3.3 Penduduk Wanita di Setiap Kecamatan di Jakarta Selatan.....	49
Tabel 3.4 Pembagian Jumlah Responden Pada Setiap Kecamatan di Jakarta Selatan.....	50
Tabel 3.5 Skala Likert.....	51
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Diversification</i> (X1)	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i> (X2).....	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> (X3).....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	62
Tabel 4.5 Kuesioner Penelitian Variabel <i>Produce Diversification</i> (X1)	64
Tabel 4.6 Kuesioner Penelitian Variabel <i>Price</i> (X2).....	65
Tabel 4.7 Kuesioner Penelitian Variabel <i>Perceived Value</i> (X3).....	66
Tabel 4.8 Kuesioner Penelitian Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Diversification</i> (X1).....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Price</i> (X2).....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Perceived Value</i> (X3)	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	71
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Product Diversification</i> .	85
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Price</i>	88
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Value</i>	93
Tabel 4.16 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Repurchase Intention</i>	99
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	106
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	108
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	110



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	112
Tabel 4.21 Hasil Uji Korelasi Parsial.....	113
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi Parsial T	114
Tabel 4.23 Hasil Uji Simultan (F).....	116



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kosmetik Lokal yang Terbanyak Digunakan oleh Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1.2 Pengeluaran Bulanan Wanita Berdasarkan Generasi di Indonesia	8
Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Generasi dan Kabupaten/Kota di DKI Jakarta	9
Gambar 2.1 Siklus Hidup Produk	19
Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	73
Gambar 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	74
Gambar 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Gambar 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan.....	76
Gambar 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan	77
Gambar 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Produk Kosmetik Emina yang Digunakan	78
Gambar 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian Produk Kosmetik Emina dalam Tiga Bulan Terakhir	79
Gambar 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Sekali Belanja Produk Kosmetik Emina	80
Gambar 4.10 Tabulasi Silang Responden Berdasarkan Usia, Pekerjaan, Pendidikan Terakhir, dan Pendapatan Per-Bulan.....	81
Gambar 4.11 Grafik Histogram.....	106
Gambar 4.12 Grafik P-Plot	107
Gambar 4.13 Grafik Scatterplot.....	109

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terdapat beragam industri yang hadir di dunia ini untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan hidup manusia, salah satunya adalah industri FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*). Industri FMCG adalah industri yang memproduksi produk pokok atau kebutuhan sehari-hari yang berbiaya relatif rendah untuk digunakan langsung oleh konsumen dan tidak untuk dijual kembali. Industri FMCG memiliki perputaran penjualan yang sangat cepat, sehingga produk FMCG dapat dikatakan produk yang memiliki umur produk yang relatif singkat atau tidak tahan lama karena permintaan konsumsi yang tinggi (Sari, 2017:4-5). Contoh dari produk-produk FMCG adalah kosmetik, minuman ringan, produk perawatan tubuh, barang kelontong, peralatan mandi, sabun, pasta gigi, pisau cukur, dan detergen, serta yang *non-durable* seperti gelas, lampu, baterai, produk berbahan kertas, dan barang-barang plastik.

FMCG memiliki pengklasifikasian produk konsumen yang terbagi menjadi 4 (empat), yaitu *convenience products*, *shopping products*, *speciality products*, dan *unsought products* (Sari, 2017:4). Berdasarkan hasil pengklasifikasian tersebut, kosmetik termasuk dalam *shopping products* (produk belanja). Produk yang termasuk dalam klasifikasi *shopping products* merupakan produk yang dibeli dengan segala pertimbangan atas dasar kecocokan, kualitas, harga, dan gaya suatu produk terhadap selera konsumen (Kotler dan Keller, 2016:391). Konsumen yang membeli produk dari klasifikasi *shopping products*, sebelumnya akan melakukan perbandingan produk dengan cermat terlebih dahulu dengan pertimbangan dari segi kriteria kesesuaian, kualitas, harga, dan usaha pembelian (Sari, 2017:4).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1.1
Contoh Produk *Shopping Goods*

Alat Elektronik	Alat Rumah Tangga	Perawatan Tubuh
Ponsel	Karpet	Sabun mandi
Mesin cuci	Vas	Parfum
Kulkas	Bantal	Kosmetik
TV	Kursi	Sabun wajah
AC	Meja	Sampo
Kipas angin	Lemari	<i>Body lotion</i>
<i>Microwave</i>	Teflon	Obat kumur
<i>Vacuum cleaner</i>	Panci	<i>Dental floss</i>
<i>Blender</i>	Pisau	<i>Sun screen</i>

Sumber: Data diolah, 2023

Beberapa tahun belakangan ini, penggunaan produk kosmetik dan *skincare* mulai menjadi tren di kalangan masyarakat Indonesia. Walaupun dilanda pandemi COVID-19, industri kecantikan di Indonesia masih tetap dapat bertahan dan laris manis. Plt. Direktur Jenderal Industri Kimia, Farmasi, dan Tekstil Kementerian Perindustrian, Ignatius Warsito menyebutkan bahwa industri kosmetik mengalami pertumbuhan sebesar 2,10% di tengah wabah pandemi COVID-19. Industri kosmetik berkontribusi terhadap PDB nasional sebesar 1,78% pada kuartal II 2022. Berdasarkan pernyataan BPOM RI dari CNBC Indonesia, industri kosmetika mengalami peningkatan jumlah perusahaan kosmetik hingga 20,6%, yakni sebanyak 819 industri bertambah menjadi 913 industri, terhitung dari tahun 2021 hingga Juli 2022. Katadata (2021) juga menyatakan bahwa Indonesia diperkirakan akan menjadi pasar kosmetik terbesar kelima di dunia pada 10-15 tahun mendatang.

Persaingan bisnis industri kecantikan di Indonesia, antara merek internasional (contoh: NARS Cosmetics, Benefit Cosmetics, Maybelline, L'Oreal, dan masih banyak lainnya) dengan industri kecantikan lokal (contoh: Emina, Wardah, Make Over, Somethinc, Purbasari, dan masih banyak lainnya) sangatlah kompetitif, namun berdasarkan hasil survei Populix, 54% konsumen kosmetik di Indonesia

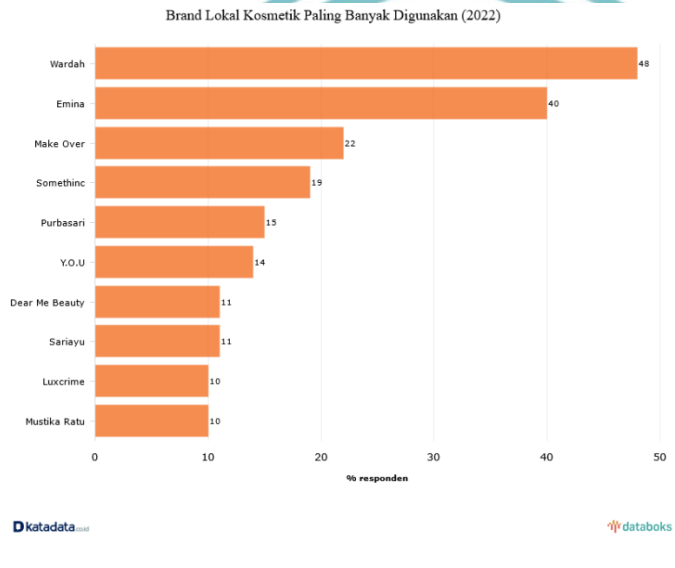


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lebih memilih merek lokal, sedangkan yang memilih merek internasional hanyalah 11% dan 35% lainnya tidak memiliki preferensi terhadap asal merek kosmetik. Adapun 10 merek kosmetik lokal yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (pada tahun 2022) terlihat pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 Kosmetik Lokal yang Terbanyak Digunakan oleh Masyarakat Indonesia

Sumber: Katadata, 2022

Seperti yang terlihat pada gambar 1.1, Emina menduduki peringkat ke-2 sebagai kosmetik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Emina merupakan salah satu *brand* yang dimiliki oleh PT Paragon Technology and Innovation. Perusahaan yang menaungi merek Emina tersebut merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri kecantikan Indonesia dengan tujuan menciptakan kebaikan yang lebih besar bagi masyarakat melalui inovasi. Emina resmi diluncurkan pada Maret 2015. *Brand* Emina yang memiliki target anak remaja ini identik dengan kesan *fun* dan *playful*, sesuai dengan *tagline*-nya yaitu *Born to be Loved*. Terdapat beberapa prestasi yang telah diraih oleh Emina, yang pertama adalah Guardian Top Stars 2019 Kategori Kosmetik, yaitu sebagai merek kosmetik terfavorit, *primer* terfavorit, *cushion* terfavorit, *lip cream* terfavorit, serta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

lip tint terfavorit. Pada akhir 2021 yang lalu dalam Tokopedia *Beauty Awards* 2021, Emina berhasil meraih prestasi dalam kategori *Best Blusher* dengan produk Emina *Cheek Lit Cream Blush*. Emina juga mendapatkan penghargaan pada MMA (*Mobile Marketing Association*) Global Awards 2022 dengan 2 (dua) kategori, yaitu kategori *Spatial Technology (Bronze Winner)* dan kategori *Integrated E-Commerce Innovation (Silver Winner)*. Berdasarkan data penjualan Emina periode 1-15 September 2022 yang dirilis oleh Kompas (2022), total penjualan Emina di *e-commerce* Shopee tembus sebesar Rp1.5 Miliar dengan produk terlaris *lip tint* Emina *Glossy Stain* dengan penjualan sekitar 2 ribu produk.

Emina memiliki kategori produk *make up* dan *skincare*, namun pada penelitian ini peneliti fokus untuk meneliti produk *make up* atau kosmetik Emina. Terdapat elemen-elemen yang mencakup beberapa variabel dalam bauran pemasaran produk, salah satunya adalah keragaman atau diversifikasi produk (Kotler dan Keller, 2016:47-49) yang mana jenis produk merupakan salah satu unsur yang termasuk dalam variabel keragaman produk (Kotler dalam Alimin dkk., 2022:65-67). Dapat dilihat dalam tabel 1.2, terdapat daftar jenis-jenis produk kosmetik lokal peringkat 5 teratas yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 yang mana dari 22 jenis produk kosmetik, Emina telah memiliki 19 jenis produk kosmetik yang mencakup produk *eyeshadow, eyebrows, eyeliner, cushion, foundation, compact powder, loose powder, mascara, highlighter, blush on, concealer, lipstick, lip balm, lip cream, lip tint, lip gloss, make up set / bundles, face primer, dan BB Cream*. Hal tersebut membuktikan bahwa Emina memiliki jenis produk kosmetik yang cukup banyak namun tidak menutup kemungkinan adanya persaingan dari kompetitor yang terus berinovasi dalam menciptakan jenis-jenis produk kosmetik baru. Adanya persaingan produk kosmetik antar merek menjadikan Emina terus berusaha untuk unggul dalam menciptakan beragam jenis produk kosmetik agar dapat memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen dengan baik.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1.2
Daftar Jenis Produk Kosmetik Merek Lokal

Jenis Produk Kosmetik	Merek				
	Wardah	Emina	MakeOver	Somethinc	Purbasari
<i>Eyeshadow</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Eyebrows</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Eyeliner</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Cushion</i>	ada	ada	ada	ada	tidak ada
<i>Foundation</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Compact Powder</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Loose Powder</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Contour / Bronzer</i>	ada	tidak ada	ada	ada	ada
<i>Mascara</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Highlighter</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Blush On</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Concealer</i>	ada	ada	ada	ada	tidak ada
<i>Face Palette</i>	ada	tidak ada	ada	ada	tidak ada
<i>Lipstick</i>	ada	ada	ada	tidak ada	ada
<i>Lip Balm</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Lip Cream</i>	ada	ada	ada	ada	ada
<i>Lip Tint</i>	ada	ada	tidak ada	ada	ada
<i>Lip Gloss</i>	tidak ada	ada	ada	ada	tidak ada
<i>Setting Spray</i>	ada	tidak ada	ada	ada	tidak ada
<i>Make Up Set / Bundles</i>	ada	ada	ada	ada	tidak ada
<i>Face Primer</i>	ada	ada	ada	tidak ada	tidak ada
<i>BB / CC / DD Cream</i>	ada	ada	tidak ada	tidak ada	ada

Sumber: Toko Resmi di *e-commerce* Shopee, data diolah 2023

Pada tabel 1.3, terdapat daftar *range* harga produk yang diambil berdasarkan 5 merek kosmetik lokal yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan jenis produk kosmetik yang paling sering digunakan di Indonesia. Berdasarkan hasil survei Jakpat (2021), produk kosmetik yang paling sering digunakan di Indonesia adalah produk bibir dengan tingkat persentase sebesar 97%, yang disusul selanjutnya produk muka sebesar 93%, kemudian produk mata sebesar 88%, serta produk alis sebesar 86%. Adapun produk *make up* bibir mencakup *lipstick*, *lip balm*, *lip cream*, *lip tint*, dan *lip gloss*. Lalu produk muka mencakup *foundation*, *compact powder*, *BB / CC cream*, *blush on*, *loose powder*, *concealer*,



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

cushion, highlighter, setting spray, face primer, bronzer, dan contour. Untuk produk make up mata mencakup mascara, eyeliner, eyeshadow, eyeshadow primer dan untuk produk make up alis mencakup brow pencil, brow mascara, brow powder, brow gel, brow pomade, serta brow primer.

Tabel 1.3

Daftar Range Harga Kosmetik Merek Lokal

No.	Kategori : Make Up Bibir	
1	Wardah	Rp28.000 s.d. Rp130.000
2	Emina	Rp30.500 s.d. Rp59.000
3	MakeOver	Rp55.000 s.d. Rp137.000
4	Somethinc	Rp59.000 s.d. Rp79.000
5	Purbasari	Rp35.000 s.d. Rp54.900
No.	Kategori : Make Up Wajah	
1	Wardah	Rp29.500 s.d. Rp205.000
2	Emina	Rp25.000 s.d. Rp93.500
3	MakeOver	Rp71.000 s.d. Rp355.000
4	Somethinc	Rp59.000 s.d. Rp185.900
5	Purbasari	Rp13.950 s.d. Rp75.000
No.	Kategori : Make Up Mata	
1	Wardah	Rp43.500 s.d. Rp362.000
2	Emina	Rp40.000 s.d. Rp67.000
3	MakeOver	Rp95.000 s.d. Rp221.000
4	Somethinc	Rp69.000 s.d. Rp245.500
5	Purbasari	Rp33.900 s.d. Rp75.900
No.	Kategori : Make Up Alis	
1	Wardah	Rp44.000 s.d. Rp105.000
2	Emina	Rp35.000 s.d. Rp87.500
3	MakeOver	Rp72.000 s.d. Rp129.000
4	Somethinc	Rp50.000 s.d. Rp145.000
5	Purbasari	Rp25.000 s.d. Rp46.500

Sumber: Toko Resmi di *e-commerce* Shopee, data diolah 2023

Seperti yang dijelaskan oleh Kotler & Keller (2016:47-49), *price* atau harga merupakan salah satu elemen dari *marketing mix* dengan beberapa variabel, yaitu daftar harga, diskon, tunjangan, periode pembayaran, dan jangka waktu kredit. Pada tabel 1.3 terlihat bahwa setiap perusahaan kosmetik berkompetisi dalam



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

memberikan harga produk yang dapat terjangkau oleh konsumen. Pada saat konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan memerhatikan harga produk terlebih dahulu, baru kemudian konsumen akan menyesuaikan dengan kemampuan membeli dan mempertimbangkan pembelian produk tersebut. Penting bagi perusahaan untuk memonitor harga kompetitor agar dapat menetapkan harga yang sesuai dan tepat sehingga konsumen dapat terdorong dalam melakukan *repurchase intention* pada perusahaan yang sama (Maharani, 2021:2-3). Konsumen menjadikan harga produk menjadi ukuran kepuasannya, sehingga apabila suatu produk dapat melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk, sekalipun harga produk itu mahal. Sebaliknya, apabila konsumen menilai kepuasan terhadap suatu produknya rendah, maka konsumen lebih memilih untuk tidak membeli barang tersebut (Setiawan dan Safitri, 2019:226). Tentu dalam keberlangsungan hidup suatu perusahaan, harga merupakan elemen penting karena sebagai sumber pendapatan perusahaan. Harga dari sebuah produk atau layanan yang dimiliki oleh perusahaan juga merupakan salah satu bentuk hal yang dapat mengkomunikasikan posisi nilai atas produk atau layanan tersebut. Adanya realita ekonomi membuat konsumen mulai mengevaluasi kembali atas produk atau layanan yang telah dibayar, sehingga perusahaan harus meninjau ulang strategi penetapan harga produk atau layanannya (Kotler dan Keller, 2016:483).

Harga yang dibayar untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan yang dibutuhkan merupakan pengorbanan konsumen. Pastinya, konsumen telah mencari dan mengumpulkan informasi-informasi mengenai produk atau jasa yang dibutuhkannya serta membandingkan produk antar merek sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian sebuah produk atau jasa (Purboyo dkk, 2021:3-4) agar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen sebanding dengan manfaat produk atau jasa tersebut, yang kemudian dikatakan sebagai *perceived value* (Tjiptono, 2019 dalam Umara dkk., 2021:50). *Perceived value* atau persepsi nilai terbentuk atas beberapa tahapan, seperti seleksi, organisasi, dan interpretasi (Setiadi, 2015:102-107). Kotler (2016) membagi *perceived value* menjadi 4 dimensi yang mencakup dari segi emosional, sosial, kualitas, hingga harga. Apabila

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perusahaan bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang sesuai dengan persepsi konsumen tersebut, maka posisi perusahaan akan lebih kuat dibandingkan kompetitor lain dalam jangka panjang (Harnett, dalam Aisyah dan Suhaeni, 2019:2).

Setelah konsumen melakukan pembelian produk, maka konsumen akan melakukan evaluasi pasca pembelian. Evaluasi tersebut mencakup kesesuaian atau ketidakesuaiannya suatu produk terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, serta terpenuhi atau tidak terpenuhinya harapan konsumen setelah membeli produk tersebut. *Repurchase intention* konsumen akan timbul jika kebutuhan dan harapan konsumen terpenuhi bahkan kemungkinan konsumen akan ingat dan melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang namun apabila kebutuhan dan harapan konsumen tidak terpenuhi, maka konsumen tidak akan membeli ulang produk tersebut (Purboyo dkk., 2021:3-4). Dengan kata lain, konsumen akan melakukan *repurchase intention* terhadap suatu produk yang sama atau yang baru setelah memperhitungkan pengalaman pembelian sebelumnya (Hicks, et al. dalam Aisyah dan Suhaeni, 2019:3)

PENGELUARAN BULANAN GEN X, Y, DAN Z			
	GEN X	GEN Y	GEN Z
Pengeluaran Fashion	IDR 1.000.000 - IDR 2.000.000	IDR 500.000 - IDR 999.999	IDR 200.001 - IDR 499.999
Pengeluaran kecantikan	IDR 500.000 - IDR 999.999	>IDR 2.000.000	IDR 1.000.000 - IDR 2.999.999
Kisaran pemasukan	>IDR 20.000.000	>IDR 6.000.000 - IDR 10.000.000	>IDR 500.000 - IDR 2.000.000

Gambar 1.2 Pengeluaran Bulanan Wanita Berdasarkan Generasi di Indonesia

Sumber: ZAP *beauty index*, 2020

Dalam gambar 1.2, ZAP *beauty index* 2020 merilis data bahwa hampir seluruh pengeluaran wanita dari generasi Z dibelanjakan untuk produk kecantikan, yaitu dengan *range* pengeluaran sebesar Rp1,000,000,- s.d. Rp2,999,999,-. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), generasi Z merupakan penduduk yang lahir pada tahun



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1997-2012 atau apabila dihitung berdasarkan usia per tahun 2023, generasi Z adalah penduduk berusia 11-26 tahun. Seperti yang terlihat pada gambar 1.3, jumlah penduduk terbanyak ke-2 di Jakarta Selatan adalah generasi Z dengan jumlah sebanyak 565,953 jiwa dan apabila dilihat secara keseluruhan di DKI Jakarta, jumlah penduduk generasi Z di Jakarta Selatan menempati peringkat ke-3 sebagai penduduk generasi Z terbanyak di DKI Jakarta (Sensus Penduduk BPS, 2020).

Kab/Kota	2020					
	Keterangan					
	Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa)					
	Post Generasi Z	Generasi Z	Milenial	Generasi X	Baby-Boomer	Pre-Boomer
Kep Seribu	3 823	8 033	7 497	5 559	2 346	236
Jakarta Selatan	238 381	565 953	583 253	547 666	252 975	32 178
Jakarta Timur	349 312	792 092	806 603	712 837	33 191	34 391
Jakarta Pusat	108 802	263 444	277 599	253 013	133 067	18 744
Jakarta Barat	276 335	621 776	665 783	569 611	264 046	32 227
Jakarta Utara	211 063	45 796	488 123	407 955	186 574	21 466
DKI Jakarta	1 187 716	2 297 094	2 828 858	2 496 641	872 199	139 242

Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Generasi dan Kabupaten/Kota di DKI Jakarta

Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta, 2020

Terdapat berbagai macam penelitian terdahulu mengenai variabel-variabel yang memengaruhi *repurchase intention*. Jurnal yang relevan milik Lestari dan Novitaningtyas (2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa variasi atau diversifikasi produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat beli ulang (*repurchase intention*) konsumen. Didapatkan pula hasil penelitian bahwa harga (*price*) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang yang dimediasi dengan variabel kepuasan konsumen (Changi dan Padmalia, 2020). Lalu, menurut jurnal yang relevan oleh Umara dkk. (2021), persepsi nilai pasca pembelian dapat memengaruhi minat beli ulang konsumen secara positif yang dimediasi dengan variabel kepuasan konsumen. Untuk mengetahui hasil penelitian terbaru, maka penelitian ini dilakukan dengan mengombinasikan beberapa variabel independen



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dari beberapa penelitian terdahulu dan menggunakan objek penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis produk kosmetik Emina mengenai perihal apakah *repurchase intention* konsumen produk kosmetik Emina dipengaruhi *product diversification*, *price*, dan *perceived value* kosmetik Emina. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh *Product Diversification*, *Price*, dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan)**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a. Apakah dengan adanya diversifikasi jenis-jenis produk kosmetik Emina dapat memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen?
- b. Apakah diversifikasi produk kosmetik Emina menimbulkan *repurchase intention* pada konsumen?
- c. Apakah harga kosmetik Emina sebanding dengan nilai guna produk yang dibeli oleh konsumen?
- d. Apakah dengan harga kosmetik Emina tersebut menimbulkan *repurchase intention* pada konsumen?
- e. Apakah konsumen memiliki persepsi nilai yang baik terhadap produk-produk kosmetik Emina?
- f. Apakah persepsi nilai terhadap produk kosmetik Emina dapat menimbulkan *repurchase intention* pada konsumen?
- g. Apakah produk kosmetik Emina memiliki posisi yang unggul di mata konsumen dibandingkan kompetitor?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pembatasan Masalah

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti melakukan pembatasan masalah karena adanya pertimbangan atas keterbatasan penelitian serta agar penelitian dapat lebih terarah dan lebih fokus, yaitu:

- a. Penelitian berfokus dalam menganalisis pengaruh *product diversification*, *price*, dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina.
- b. Penelitian dilakukan pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan yang merupakan konsumen kosmetik Emina yang dilaksanakan pada tahun 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh *product diversification* secara parsial terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan?
- b. Bagaimana pengaruh *price* secara parsial terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan?
- c. Bagaimana pengaruh *perceived value* secara parsial terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan?
- d. Bagaimana pengaruh *product diversification*, *price*, dan *perceived value* secara simultan terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *product diversification* secara parsial terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *price* secara parsial terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *perceived value* secara parsial terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *product diversification*, *price*, dan *perceived value* secara simultan terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan.

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, terdapat beberapa manfaat di antaranya:

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai salah satu opsi pembaca dalam menambah pengetahuan.
 - 2) Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai salah satu opsi referensi pembaca dalam melakukan penelitian mengenai bidang *marketing* dan perilaku konsumen di masa yang akan datang.
- b. Manfaat Praktis
 - 1) Bagi instansi akademik maupun mahasiswa dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai tambahan informasi dan salah satu acuan bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang yang berkaitan dengan pengaruh *product diversification*, *price*, dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* serta dalam bidang *marketing* dan perilaku konsumen.
 - 2) Bagi perusahaan PT Paragon Technology and Innovation (produk Emina) dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai salah satu masukan dan bahan

pertimbangan dalam mengevaluasi dan meningkatkan strategi yang berkaitan dengan *product diversification*, *price*, dan *perceived value* terhadap *repurchase intention*.

- 3) Bagi masyarakat dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai salah satu sumber bahan bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai informasi *marketing* dan perilaku konsumen.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh *product diversification*, *price*, dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan, kesimpulan yang diambil adalah sebagai berikut:

- a. *Product diversification* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 46,51% terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan secara parsial. Makna dari hasil tersebut adalah *product diversification* kosmetik Emina berkontribusi sebesar 46,51% terhadap keputusan konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan dalam melakukan *repurchase intention* kosmetik Emina. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial T (uji statistik T) untuk variabel *product diversification* (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 4.287 dengan nilai signifikansi sebesar $\text{Sig. } 0.000 < 0.05$. Lalu untuk nilai t tabel didapatkan sebesar 1.98498. Dapat diambil keputusan berdasarkan hasil uji signifikansi parsial T yaitu t hitung lebih besar dari t tabel dengan arah koefisien yang bersifat positif secara parsial dan menghasilkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel *product diversification* (X1) terhadap variabel *repurchase intention* (Y) konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan. Apabila semakin banyak variasi produk kosmetik Emina, maka konsumen akan semakin berminat untuk melakukan *repurchase intention* terhadap produk kosmetik Emina. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden untuk variabel *product diversification* (X1), yang memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 88,00% adalah pernyataan nomor 4 (X1_4), yaitu pernyataan “jenis produk-produk kosmetik Emina memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan merek kosmetik lain” yang terdiri dari 56 responden memilih sangat setuju, 41 responden memilih setuju, 2 responden memilih tidak



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

setuju, dan 1 responden memilih sangat tidak setuju. Arti dari hasil rekapitulasi pernyataan nomor 4 (X1_4) adalah sudah sesuai dengan harapan konsumen kosmetik Emina karena konsumen sangat setuju bahwa produk kosmetik Emina memiliki ciri khas tersendiri apabila dibandingkan dengan produk kosmetik kompetitor, sehingga harapan kedepannya, *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation dapat mempertahankan untuk mengembangkan produk kosmetik yang unik dan memiliki ciri khasnya tersendiri. Untuk hasil rekapitulasi jawaban responden yang memiliki nilai terendah sebesar 74,25% adalah pernyataan dengan nomor 9 (X1_9), yaitu pernyataan “pilihan warna (*shade*) produk-produk kosmetik Emina lebih beragam dibandingkan dengan merek kosmetik lain” yang terdiri dari 25 responden memilih sangat setuju, 52 responden memilih setuju, 18 responden memilih tidak setuju, dan 5 responden memilih sangat tidak setuju. Arti dari hasil rekapitulasi tersebut adalah belum sesuai dengan harapan konsumen kosmetik Emina karena konsumen merasa bahwa terdapat merek produk kosmetik lain yang memiliki keberagaman produk yang lebih banyak dibandingkan kosmetik Emina, sehingga harapan kedepannya, *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation dapat menciptakan produk kosmetik yang lebih beragam agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

- b. *Price* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 53,72% terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan secara parsial. Makna dari hasil tersebut adalah *price* kosmetik Emina berkontribusi sebesar 53,72% terhadap keputusan konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan dalam melakukan *repurchase intention* kosmetik Emina. Hasil uji signifikansi parsial T (uji statistik T) untuk variabel *price* (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.779 dengan nilai signifikansi sebesar Sig. 0.007 < 0.05. Lalu untuk nilai t tabel didapatkan sebesar 1.98498. Dapat diambil keputusan berdasarkan hasil uji signifikansi parsial T yaitu t hitung lebih besar dari t tabel dengan arah koefisien yang bersifat positif secara parsial dan menghasilkan H0 ditolak dan H2 diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel *price* (X2) terhadap



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

variabel *repurchase intention* (Y) konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan dengan implikasi penelitian berupa membuat harga yang lebih bersaing. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden untuk variabel *price* (X2), yang memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 91,75% adalah pernyataan nomor 21 (X2_11), yaitu pernyataan “saya mampu membeli produk-produk kosmetik Emina” yang terdiri dari 68 responden memilih sangat setuju, 31 responden memilih setuju, 1 responden memilih tidak setuju, dan 0 responden memilih sangat tidak setuju. Arti dari hasil rekapitulasi pernyataan nomor 21 (X2_11) adalah sudah sesuai dengan harapan konsumen kosmetik Emina karena konsumen sangat setuju bahwa konsumen mampu membeli produk-produk kosmetik Emina, sehingga harapan kedepannya, *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation dapat mempertahankan harga produk kosmetik yang terjangkau oleh konsumen. Untuk hasil rekapitulasi jawaban responden yang memiliki nilai terendah sebesar 75,00% adalah pernyataan dengan nomor 16 (X2_6), yaitu pernyataan “saya tetap memilih produk kosmetik Emina walaupun terjadi kenaikan harga” yang terdiri dari 24 responden memilih sangat setuju, 54 responden memilih setuju, 20 responden memilih tidak setuju, dan 2 responden memilih sangat tidak setuju. Arti dari hasil rekapitulasi tersebut adalah belum sesuai dengan harapan konsumen kosmetik Emina karena konsumen merasa bahwa terdapat merek produk kosmetik lain yang lebih murah atau terjangkau dibandingkan kosmetik Emina, sehingga harapan kedepannya, *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation tetap menawarkan harga produk kosmetik yang tidak mengurangi daya beli konsumen.

- c. *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 49,42% terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan secara parsial. Makna dari hasil tersebut adalah *perceived value* kosmetik Emina berkontribusi sebesar 49,42% terhadap keputusan konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan dalam melakukan *repurchase intention* kosmetik Emina. Hasil uji signifikansi parsial T (uji statistik T) untuk variabel *perceived value* (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

2.318 dengan nilai signifikansi sebesar $0.023 < 0.05$. Lalu untuk nilai t tabel didapatkan sebesar 1.98498. Dapat diambil keputusan berdasarkan hasil uji signifikansi parsial T yaitu t hitung lebih besar dari t tabel dengan arah koefisien yang bersifat positif secara parsial dan menghasilkan H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel *perceived value* (X_3) terhadap variabel *repurchase intention* (Y) konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan. Hal tersebut bermakna bahwa nilai yang ditawarkan Emina melalui produk kosmetiknya dapat membangkitkan emosi dan derajat konsumen, memudahkan konsumen dalam menggunakan kosmetik karena mudah, praktis, dan cepat digunakan, serta kenyamanan penggunaan dan keamanan kualitas produk kosmetik Emina mampu mendorong kecenderungan konsumen untuk melakukan *repurchase intention* kosmetik Emina. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden untuk variabel *perceived value* (X_3), yang memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 93,00% adalah pernyataan nomor 41 (X_3_{16}), yaitu pernyataan “produk kosmetik Emina harganya ekonomis” yang terdiri dari 72 responden memilih sangat setuju, 28 responden memilih setuju, 0 responden memilih tidak setuju, dan 0 responden memilih sangat tidak setuju. Arti dari hasil rekapitulasi pernyataan nomor 41 (X_3_{16}) adalah sudah sesuai dengan harapan konsumen kosmetik Emina karena konsumen sangat setuju bahwa harga produk kosmetik Emina ekonomis sehingga dapat terjangkau oleh konsumen, sehingga harapan kedepannya, *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation dapat terus menawarkan produk kosmetik yang ekonomis. Untuk hasil rekapitulasi jawaban responden yang memiliki nilai terendah sebesar 78,00% adalah pernyataan dengan nomor 35 (X_3_{10}), yaitu pernyataan “produk kosmetik Emina menggambarkan karakter diri saya” yang terdiri dari 35 responden memilih sangat setuju, 44 responden memilih setuju, 19 responden memilih tidak setuju, dan 2 responden memilih sangat tidak setuju. Arti dari hasil rekapitulasi tersebut adalah belum sesuai dengan harapan konsumen kosmetik Emina karena konsumen merasa bahwa karakter dirinya kurang cocok atau kurang sesuai dengan kesan kosmetik Emina yang *fun* dan *playful*, sehingga

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

harapan kedepannya, *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation dapat mengembangkan produk kosmetik yang sesuai dengan minat dan kecenderungan karakter konsumen.

- d. *Product diversification*, *price*, dan *perceived value* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 63,9% terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan dan sisa 36,1% merupakan variabel independen lainnya yang turut mempengaruhi *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan yang tidak diteliti pada penelitian ini. Makna dari hasil tersebut adalah *product diversification*, *price*, dan *perceived value* kosmetik Emina secara bersama-sama berkontribusi sebesar 63,9% terhadap keputusan konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan dalam melakukan *repurchase intention* kosmetik Emina. Adapun hasil uji simultan (F) diperoleh nilai F hitung $56.603 > F$ tabel 2.70 memberikan hasil keputusan H_0 ditolak dan H_4 diterima dengan kesimpulan bahwa *product diversification* (X1), *price* (X2), dan *perceived value* (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap *repurchase intention* (Y) konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh *product diversification*, *price*, dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan, terdapat beberapa saran dari peneliti, yaitu:

- a. Dari hasil penelitian variabel *product diversification*, indikator pada *product diversification* yang perlu diperhatikan oleh *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation adalah dimensi kedalaman, yang meliputi banyaknya jumlah pilihan dari segi ukuran, bahan, ataupun warna yang dijual. Agar dapat memaksimalkan indikator dimensi kedalaman, Emina dapat menambah jumlah variasi pilihan produk kosmetik dengan ukuran, bahan, ataupun warna (*shade*) yang lebih beragam sehingga dapat lebih mendorong



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konsumen untuk melakukan *repurchase intention*. Selain itu, dalam indikator dimensi lebar yang mencakup banyaknya jumlah jenis produk yang dijual, Emina juga perlu mempertahankan atau bahkan menambah jumlah jenis produk yang dijual agar Emina dapat bersaing dengan merek produk kosmetik lain karena sudah banyak merek produk kosmetik lain yang memiliki jumlah jenis produk yang terbaru atau lebih lengkap sehingga nantinya dapat mendorong peningkatan *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina.

- b. Dari hasil penelitian variabel *price*, indikator pada *price* yang perlu diperhatikan oleh *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation adalah persaingan harga, yang mana Emina sebaiknya memperhatikan harga produk agar mampu bertahan dalam persaingan harga dengan kompetitor. Selain karena semakin banyaknya kompetitor produk kosmetik, terdapat harga yang lebih murah atau terjangkau yang ditawarkan oleh pesaing. Untuk menghadapi kompetitor, Emina dapat membuat strategi berupa memberikan diskon atau *voucher* pembelian untuk konsumen dengan jumlah minimal pembelian tertentu, atau dengan memberikan *merchandise* berupa bonus hadiah untuk konsumen dengan jumlah minimal pembelian atau tempat pembelian tertentu (misalnya hanya berlaku pada *offline store* wilayah yang ditentukan) maupun pada saat *launching* jenis produk atau warna (*shade*) baru agar harapannya dapat menarik konsumen dalam melakukan *repurchase intention*. Selain itu, Emina juga dapat mempertahankan indikator lainnya yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk serta keterjangkauan harga karena berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban, rata-rata jawaban konsumen adalah sangat setuju, sehingga harapannya Emina terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kosmetiknya serta terus dapat menawarkan produk kosmetik Emina dengan harga yang terjangkau oleh konsumen.
- c. Dari hasil penelitian variabel *perceived value*, indikator pada *perceived value* yang perlu diperhatikan oleh *brand* Emina dari PT Paragon Technology and Innovation adalah *social value*. Indikator *social value* melihat apakah kepercayaan diri konsumen dapat meningkat setelah menggunakan suatu produk. Emina hendaknya dapat lebih memerhatikan dan memahami kebutuhan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan kesan dan perasaan positif pada diri konsumen bahwa dengan menggunakan kosmetik Emina dapat meningkatkan kepercayaan diri konsumen, yang juga akan berdampak pada *repurchase intention* konsumen kosmetik Emina.

- d. Peneliti menyarankan peneliti berikutnya di masa yang akan datang untuk meneliti variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel *perceived quality*, promosi penjualan, *perceived price*, kualitas pelayanan, *brand image*, dan lainnya. Penelitian ini menggunakan subjek penelitian yang terbatas hanya pada wanita generasi Z di Jakarta Selatan, yang mana terbatas hanya pada rentang usia 11-26 tahun, maka peneliti berikutnya dapat meneliti konsumen kosmetik Emina pada generasi lain atau di atas rentang usia 26 tahun dan berdomisili di kabupaten/kota selain Jakarta Selatan mengenai *repurchase intention* kosmetik Emina, yang diharapkan nantinya juga bisa dijadikan sebagai sumbangan pemikiran pada peneliti-peneliti selanjutnya. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengoperasikan *software* bantuan yang berbeda seperti SmartPLS dan AMOS, selain yang digunakan pada penelitian ini yaitu SPSS 26 agar mendapatkan hasil yang lebih beragam.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Agung, Anak Agung Putu dan Anik Yuesti. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : AB Publisher
- Alimin, Erina dkk. 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Nusa Tenggara Barat : Seval Literindo Kreasi
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. 2017. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta : Rajawali Pers
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Kadar, Muhammad Gafur dkk. 2021. *Manajemen Strategik dan Kepemimpinan*. Yayasan Kita Menulis
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th Global Edition*. Essex : Pearson Education Limited
- Lind, Douglas A. dkk. 2014. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : Salemba Empat
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta : Penerbit Gava Media
- Purboyo, dkk. 2021. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. Bandung : Media Sains Indonesia
- Radjab, Enny dan Andi Jam'an. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar : Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Sari, Christina Ariadne Sekar. 2017. *Teknik Mengelola Produk dan Merek (Konsep dan Aplikasi pada Fast Moving Consumer Goods)*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sari, Ovi Hamidah dkk. 2021. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta Selatan : Penerbit Salemba Empat
- Setiadi, Nugroho. J. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana
- Solomon, Michael R. 2018. *Consumer Behavior*. Essex : Pearson Education Ltd.
- Yusuf, A. Musri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Jurnal:

- Agustina, Rahayu dan Leon Andretti Abdillah. 2021. "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bintang Cash & Credit Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)". Bina Darma Conference on Computer Science e-ISSN: 2685-2683 p-ISSN: 2685-2675
- Aisyah, Rika Isti dan Tintin Suhaeni. 2019. "Nilai yang Dirasakan dari Produk Sepatu dan Niat Pembelian Kembali Konsumen". Jurnal Riset Bisnis dan Investasi e-ISSN: 2684-706X Vol. 5 No. 2 : 1-9
- Aldiva, M. Taufiq Bupi. 2019. "Pengaruh Inovasi Produk dan Diversifikasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UD. Klindocare Duri". JOM FISIP Vol. 6 Edisi I Januari-Juni 2019 : 1-11
- Changi, George Reinhart dan Metta Padmalia. 2020. "Pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* Produk *Golden Flower*". PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 5 No. 3 : 242-251
- Lestari, Budi dan Ivo Novitaningtyas. 2021. "Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang". Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e-ISSN: 2745-7257 Vol. 2 No. 3 : 150-159
- Maharani, Nesa Dya. 2021. "Pengaruh *Store Atmosphere*, Variasi Produk, dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* pada *Economie Resto Merr Surabaya*". Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593 Vol. 10 No. 3 : 1-16
- Maulani, Ananda Inka dan Arlin Ferlina M.T. 2020. "Pengaruh *Perceived Value*, *E-Trust* dan *E-Lifestyle* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tokopedia di Kota Jakarta)". *E-Proceeding of Management* ISSN: 2355-9357 Vol. 7 No. 2 :6797-6804
- Muhajir, Mohc. Velian dan Tias Andarini Indarwati. 2021. "The Effect of *Corporat Social Responsibility (CSR)*, *Food Quality*, and *Perceived Value* on *Repurchase Intention Through Customer Satisfaction as Intervening Variables in The Pandemi Covid-19 Era (Study on "Chatime" Bubble Drink Products)*" *Journal of Business & Behavioural Entrepreneurship* Vol. 5 No. 1 : 60-77 <https://doi.org/10.21009/JOBBE.004.2.01>
- Nugraha, Rendika dan Lhoekspardi Dharmawan Wiguna. 2021. "The Influence of *Product Quality*, *Perceived Value*, *Price Fairness*, *EWOM*, and *Satisfaction Towards Repurchase Intention at Xing Fu Tang*". JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi) e-ISSN: 2502-5678 Vol. 7 No. 1 : 89-98



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Nugrahaeni, Monita dkk. 2021. “Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang”. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* Vol. 11 No. 2 : 230-243
<https://doi.org/10.12928/%20/fokus.v11i2.4651>

Setiawan, Egi dkk. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Rumah Makan Sederhana Cabang Bandung Pasteur)”. *Journal of Economic, Business, and Accounting* e-ISSN: 2597-5234 Vol. 5 no. 2 : 893-904

Setiawan, Wawan dan Koko Safitri. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* e-ISSN: 2621-5306 Vol. 3 No. 3 : 223-231 DOI: 10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231

Umara, Bayu dkk. 2021. “Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Nilai Pasca Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *Vending Machine* Blue Mart”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* e-ISSN: 2716-0238 Vol. 2 Issue 01 : 47-58 <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i01.148>

Wahyuni, Khurin In dan Muhammad Syamsudin. 2021. “Analisis Kepuasan Pasien Rawat Jalan Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Instalasi Farmasi”. *JIKES (Jurnal Ilmu Kesehatan)* ISSN: 2579-7913 Vol. 5 No. 1 : 26-32

Internet:

Angelia, Diva. 2022. “Apa Produk Kecantikan Paling Laris di Indonesia?”. (<https://goodstats.id/article/apa-produk-kecantikan-paling-laris-di-indonesia-RVGfm> diakses pada 8 Februari 2023)

Badan Pusat Statistik. “Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Provinsi DKI Jakarta, Tahun 2020”. (<https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/12/0> diakses pada 19 Mei 2023)

Badan Pusat Statistik. “Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020”. (<https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/1057/1/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html> diakses pada 18 Mei 2023)

Compas. 2022. “Data Penjualan Emina di E-Commerce Indonesia Periode 1-15 September 2022”. (<https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina-2/> diakses pada 18 Februari 2023)

Dewi Magazine. 2021. “Intip 23 Brand Lokal yang Raih Tokopedia Beauty Awards 2021”. (<https://www.dewimagazine.com/news-art/intip-23-brand-lokal-yang-raih-tokopedia-beauty-awards-2021> diakses pada 18 Februari 2023)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hasibuan, Linda. 2022. “Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi”. (<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi> diakses pada 6 Februari 2023)
- Kontan. 2019. “Guardian Top Stars 2019 Award, Inilah Deretan Merek Favorit Pelanggan”. (<https://pressrelease.kontan.co.id/release/guardian-top-stars-2019-award-inilah-deretan-merek-favorit-pelanggan?page=all> diakses pada 18 Februari 2023)
- KumparanBISNIS. 2022. “Kemenperin: Industri Kosmetik Sumbang PDB 1,78 Persen di Kuartal II 2022”. (<https://kumparan.com/kumparanbisnis/kemenperin-industri-kosmetik-sumbang-pdb-1-78-persen-di-kuartal-ii-2022-1z7P6ATCTMI> diakses pada 6 Februari 2023)
- Nissa, Rima Sekarani Imamun. 2023. “Semakin Inovatif, Paragon Raih Penghargaan Bergengsi di Penghujung 2022”. (<https://jogja.suara.com/read/2023/01/01/170500/semakin-inovatif-paragon-raih-penghargaan-bergengsi-di-penghujung-2022> diakses pada 18 Februari 2023)
- Pahlevi, Reza. 2022. “10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon”. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/03/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon> diakses pada 6 Februari 2023)
- Pahlevi, Reza. 2022. “Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal”. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/04/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal> diakses pada 6 Februari 2023)
- Pahlevi, Reza. 2022. “Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce”. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/02/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce> diakses pada 6 Februari 2023)
- PT Paragon Technology and Innovation (<https://www.paragon-innovation.com> diakses pada 18 Februari 2023)
- Rizaty, Monavia Ayu. 2021. “Pertumbuhan Pasar Kosmetik Global Terkontraksi 8% pada 2020”. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/05/pertumbuhan-pasar-kosmetik-global-terkontraksi-8-pada-2020> diakses pada 6 Februari 2023)
- Widianti, Nisita. 2019. “Perjalanan Emina Selama 4 Tahun Mewarnai Industri Kecantikan Tanah Air”. (<https://journal.sociolla.com/beauty/perjalanan-emina-selama-4-tahun> diakses pada 18 Februari 2023)
- ZAP. 2020. “ZAP Beauty Index 2020”. (<http://zapclinic.com/zapbeautyindex> diakses pada 18 Februari 2023)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KUESIONER PENELITIAN

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT DIVERSIFICATION*, *PRICE*, DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
KONSUMEN KOSMETIK EMINA**

(Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan)

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya Salma Qonita Tsabatiyya, mahasiswi tingkat akhir Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Administrasi Bisnis Terapan. Saat ini saya sedang melakukan pengumpulan data untuk kebutuhan penelitian skripsi mengenai “Analisis Pengaruh *Product Diversification*, *Price*, dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Wanita Generasi Z di Jakarta Selatan)”.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan adalah:

1. Konsumen produk kosmetik Emina
2. Menggunakan minimal 1 produk kosmetik Emina
3. Berdomisili di Jakarta Selatan
4. Wanita dari generasi Z (usia 11-26 tahun)

Apabila Saudari memenuhi kriteria tersebut, saya memohon kesediaannya untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Pengisian kuesioner berkisar 5-10 menit. Seluruh data dan informasi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Terdapat hadiah senilai Rp250,000,- berupa saldo GoPay/Dana/ShopeePay untuk 5 partisipan yang beruntung.

Atas perhatian dan partisipasi Saudari, saya ucapkan terima kasih.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. Identitas Responden

1. Nama :
2. No. Telepon :
(akan mendapatkan hadiah saldo GoPay/Dana/ShopeePay jika beruntung)
3. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
 (Apabila Anda laki-laki, silakan berhenti di sini. Terima kasih)
4. Usia :
 - a. 11-16 tahun
 - b. 17-21 tahun
 - c. 22-26 tahun
5. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK
 - d. D3
 - e. D4/S1
 - f. Lainnya...
6. Pekerjaan :
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Pegawai Negeri
 - d. Wirausaha
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya...
7. Pendapatan per-bulan :
 - a. < Rp500.000,-
 - b. Rp500.000,- s.d. Rp2.500.000,-
 - c. Rp2.500.001,- s.d. Rp4.500.000,-
 - d. > Rp4.500.001,-
8. Domisili Kecamatan di Jakarta Selatan :
 - a. Jagakarsa
 - b. Pasar Minggu
 - c. Cilandak
 - d. Pesanggrahan
 - e. Kebayoran Lama
 - f. Kebayoran Baru
 - g. Mampang Prapatan
 - h. Pancoran
 - i. Tebet
 - j. Setia Budi
9. Jenis Produk Kosmetik Emina yang Digunakan :
 - a. Eyeshadow
 - b. Eyebrows
 - c. Eyeliner
 - d. Cushion
 - e. Foundation
 - f. Compact Powder
 - g. Loose Powder
 - h. Mascara
 - i. Highlighter
 - j. Blush On
 - k. Concealer
 - l. Lipstick
 - m. Lipbalm
 - n. Lipcream
 - o. Liptint
 - p. Lipgloss
 - q. Make up set
 - r. Face Primer
 - s. BB Cream
10. Berapa buah produk kosmetik Emina yang Anda beli dalam 3 (tiga) bulan terakhir?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. < 2 buah
- b. 2 s.d. 4 buah
- c. 5 s.d.6 buah
- d. > 6 buah

11. Berapa pengeluaran Anda dalam sekali berbelanja produk kosmetik Emina?

- a. < Rp100.000,-
- b. Rp100.001,- s.d. Rp200.000,-
- c. Rp200.001,- s.d. Rp300.000,-
- d. > Rp300.001,-

b. Petunjuk Pengisian

Tidak ada jawaban benar atau salah, mohon isi seluruh pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang telah disediakan dengan jujur dan sesuai dengan keadaan sebenar-benarnya.

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan ketentuan:

- 4 = Sangat Setuju (SS)
3 = Setuju (S)
2 = Tidak Setuju (TS)
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Sebelum *Pre Test*

I. *Product Diversification (X1)*

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
Dimensi Lebar					
1.	Kosmetik Emina memiliki jenis produk yang beragam				
2.	Jenis produk-produk kosmetik Emina lebih beragam dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
3.	Keragaman pilihan jenis produk kosmetik Emina dapat memenuhi kebutuhan saya				
4.	Keragaman pilihan jenis produk kosmetik Emina dapat memenuhi keinginan saya				
5.	Jenis produk-produk kosmetik Emina memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
6.	Kosmetik Emina memiliki jenis produk yang lengkap				
7.	Saya puas dengan banyaknya pilihan jenis kosmetik Emina				
Dimensi Kedalaman					
8.	Produk-produk kosmetik Emina memiliki pilihan warna (<i>shade</i>) yang beragam				
9.	Pilihan warna (<i>shade</i>) produk-produk kosmetik Emina yang tersedia lebih menarik dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
10.	Produk-produk kosmetik Emina memiliki pilihan ukuran yang beragam				
11.	Keragaman pilihan warna (<i>shade</i>) produk-produk kosmetik Emina dapat memenuhi kebutuhan saya				
12.	Keragaman pilihan warna (<i>shade</i>) produk-produk kosmetik Emina dapat memenuhi keinginan saya				
13.	Pilihan warna (<i>shade</i>) produk-produk kosmetik Emina lebih beragam dibandingkan dengan merek kosmetik lain				

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

14.	Pilihan ukuran produk-produk kosmetik Emina lebih beragam dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
-----	---	--	--	--	--

II. Price (X2)

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk					
15.	Harga produk kosmetik Emina sebanding dengan kualitas produknya				
16.	Saya tidak menyesal membeli produk kosmetik Emina				
17.	Kualitas produk kosmetik Emina sebanding dengan biaya yang saya keluarkan				
18.	Ukuran produk kosmetik Emina sesuai dengan harga yang ditawarkan				
19.	Bahan yang terkandung dalam produk kosmetik Emina sesuai dengan harga yang ditawarkan				
20.	Warna (<i>shade</i>) produk kosmetik Emina sesuai dengan harga yang ditawarkan				
21.	Harga produk kosmetik Emina sebanding dengan manfaat produknya				
Persaingan Harga					
22.	Harga produk kosmetik Emina lebih terjangkau dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
23.	Harga produk kosmetik Emina dapat bersaing dengan merek kosmetik lain				
24.	Saya tetap memilih produk kosmetik Emina walaupun terjadi kenaikan harga				
25.	Saya lebih tertarik dengan harga yang ditawarkan oleh produk kosmetik Emina				
26.	Saya menggunakan kosmetik Emina karena harganya terjangkau dibandingkan merek kosmetik lain				
27.	Harga diskon produk kosmetik Emina lebih menguntungkan dibandingkan merek kosmetik lain				
28.	Harga produk kosmetik Emina lebih bervariasi dibandingkan merek kosmetik lain				
Keterjangkauan Harga					
29.	Saya mampu membeli produk-produk kosmetik Emina				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

30.	Harga produk kosmetik Emina sangat terjangkau				
31.	Saya tidak keberatan dengan harga produk kosmetik Emina yang ditawarkan				
32.	Harga produk-produk kosmetik Emina dapat terjangkau oleh semua kalangan				
33.	Harga kosmetik Emina bervariasi				
34.	Saya menggunakan kosmetik Emina karena harga yang terjangkau				
35.	Harga produk kosmetik Emina sesuai dengan daya beli konsumen				

III. *Perceived Value (X3)*

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
<i>Emotional Value</i>					
36.	Produk kosmetik Emina mudah diaplikasikan				
37.	Produk kosmetik Emina cepat diaplikasikan				
38.	Produk kosmetik Emina praktis digunakan				
39.	Produk kosmetik Emina memudahkan saya dalam berdandan				
40.	Saya menyukai produk kosmetik Emina				
41.	Saya merasa senang ketika menggunakan kosmetik Emina				
42.	Saya merasakan banyak manfaat dalam menggunakan kosmetik Emina				
<i>Social Value</i>					
43.	Menggunakan produk kosmetik Emina memberi kesan yang baik pada diri saya				
44.	Saya lebih percaya diri setelah menggunakan kosmetik Emina				
45.	Menggunakan produk kosmetik Emina dapat meningkatkan status sosial saya				
46.	Orang lain memuji saya ketika saya menggunakan produk kosmetik Emina				
47.	Menggunakan produk kosmetik Emina mempermudah saya dalam menjaring hubungan sosial				
48.	Menggunakan produk kosmetik Emina dapat meningkatkan penilaian diri saya dari orang lain				
49.	Produk kosmetik Emina menggambarkan karakter diri saya				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<i>Quality or Performance</i>				
50.	Produk kosmetik Emina tahan lama saat digunakan (<i>long lasting</i>)			
51.	Saya merasakan manfaat setelah menggunakan produk-produk kosmetik Emina			
52.	Produk kosmetik Emina kualitasnya telah terjamin			
53.	Produk kosmetik Emina aman digunakan			
54.	Produk kosmetik Emina nyaman digunakan			
55.	Produk kosmetik Emina merupakan produk yang berkualitas			
56.	Kualitas produk kosmetik Emina sesuai dengan harapan saya			
<i>Value of Money</i>				
57.	Produk kosmetik Emina harganya ekonomis			
58.	Produk kosmetik Emina memiliki harga yang sesuai dengan daya beli konsumen			
59.	Produk kosmetik Emina sepadan antara harga dengan kualitas produknya			
60.	Produk kosmetik Emina sepadan antara harga dengan ukuran produknya			
61.	Harga produk kosmetik Emina sesuai dengan fasilitas atau fitur yang diberikan			
62.	Harga produk kosmetik Emina dapat terjangkau			
63.	Saya tidak keberatan membeli produk kosmetik Emina sesuai dengan harga yang ditawarkan			

IV. *Repurchase Intention (Y)*

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
Minat Transaksional					
64.	Saya berminat untuk membeli kembali produk kosmetik Emina di kemudian hari				
65.	Saya berminat untuk membeli jenis produk terbaru dari kosmetik Emina di kemudian hari				
66.	Saya memilih produk kosmetik Emina dalam memenuhi kebutuhan saya				
67.	Saya memilih produk kosmetik Emina dalam memenuhi keinginan saya				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

68.	Saya berminat untuk membeli kembali produk kosmetik Emina karena pilihannya beragam				
69.	Saya berminat untuk membeli kembali produk kosmetik Emina karena harganya ekonomis				
70.	Saya berminat untuk membeli kembali produk kosmetik Emina karena berkualitas				
Minat Referensial					
71.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada keluarga saya karena pilihan produknya beragam				
72.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada keluarga saya karena harganya ekonomis				
73.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada keluarga saya karena produknya berkualitas				
74.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada teman saya karena pilihan produknya beragam				
75.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada teman saya karena harganya ekonomis				
76.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada teman saya karena produknya berkualitas				
77.	Saya suka menceritakan pengalaman positif setelah menggunakan produk kosmetik Emina kepada orang lain				
Minat Preferensial					
78.	Pilihan pertama saya dalam membeli produk kosmetik adalah merek Emina				
79.	Saya cenderung menggunakan produk kosmetik Emina dibandingkan merek kosmetik lain				
80.	Bagi saya, produk-produk kosmetik Emina adalah yang terbaik				
81.	Saat berdandan, saya selalu menggunakan kosmetik Emina				
82.	Saya tidak akan beralih ke merek kosmetik lain				
83.	Saya lebih berminat membeli produk kosmetik Emina dibandingkan merek kosmetik lain				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

84.	Saya memprioritaskan untuk membeli kosmetik Emina dibandingkan merek kosmetik lain				
Minat Eksploratif					
85.	Saya berusaha mencari banyak informasi tentang produk kosmetik Emina				
86.	Saya berusaha mencari banyak informasi tentang jenis produk terbaru dari kosmetik Emina				
87.	Saya selalu mencari informasi produk kosmetik Emina yang saya minati				
88.	Saya menyesuaikan antara informasi produk kosmetik Emina dengan kebutuhan saya				
89.	Saya menyesuaikan antara informasi produk kosmetik Emina dengan keinginan saya				
90.	Penting bagi saya untuk mencari informasi produk kosmetik Emina yang ingin saya beli				
91.	Saya suka mencari tahu lebih lanjut tentang kandungan kosmetik Emina				

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Data Tabulasi Uji Instrumen

i. Data Tabulasi Uji Instrumen Variabel *Product Diversification* (X1)

N	<i>Product Diversification</i> (X1)														Total
	DIMENSI LEBAR							DIMENSI KEDALAMAN							
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	X1_13	X1_14	
1	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	41
2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	52
3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	48
4	4	1	2	2	2	4	3	2	2	3	2	1	1	1	30
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	52
8	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
9	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	49
10	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	49
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	43
12	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	2	2	38
13	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	36
14	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	41
15	3	2	3	3	4	3	3	3	2	4	2	2	2	2	38
16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
18	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	50
19	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	45
20	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	46
21	4	3	4	4	2	3	4	2	2	3	3	3	1	2	40
22	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	51
23	4	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	32
24	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	54
25	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	2	42
26	3	3	2	2	4	3	3	2	4	2	3	3	2	2	38
27	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	39
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	54
29	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

ii. Data Tabulasi Uji Instrumen Variabel *Price (X2)*

N	<i>Price (X2)</i>																					Total
	KESESUAIAN HARGA DENGAN KUALITAS							PERSAINGAN HARGA							KETERJANGKAUAN HARGA							
	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	X2_14	X2_15	X2_16	X2_17	X2_18	X2_19	X2_20	X2_21	
1	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	56
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	81
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	76
4	3	2	2	4	4	2	3	1	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	65
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	81
8	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
9	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	74
10	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	80
11	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	67
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	74
13	4	3	3	4	4	2	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	70
14	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
15	4	4	4	3	3	2	4	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	65
16	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	69
17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	80
18	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	73
19	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	72
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
21	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	68
22	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	76
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	58
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
25	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	73
26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	70
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
29	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	76
30	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	79

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

iii. Data Tabulasi Uji Instrumen Variabel *Perceived Value* (X3)

N	Perceived Value (X3)																												Total
	EMOTIONAL VALUE							SOCIAL VALUE						QUALITY OR PERFORMANCE						VALUE OF MONEY									
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	X3_11	X3_12	X3_13	X3_14	X3_15	X3_16	X3_17	X3_18	X3_19	X3_20	X3_21	X3_22	X3_23	X3_24	X3_25	X3_26	X3_27	X3_28	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	78	
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	106	
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	104	
4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	90	
5	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	112	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107	
8	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
9	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	
10	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100		
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	85	
12	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	83	
13	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	83	
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	82	
15	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	88	
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	106	
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	105	
19	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	95	
20	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	112	
21	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	96	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	102	
23	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	74	
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107	
25	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	94	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	103	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	103	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	
29	2	4	4	4	3	3	4	4	3	1	1	1	1	1	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	84	
30	3	2	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



iv. Data Tabulasi Uji Instrumen Variabel *Repurchase Intention* (Y)

N	Repurchase Intention (Y)																												Total
	MINAT TRANSAKSIONAL							MINAT REFERENSIAL							MINAT PREFERENSIAL							MINAT EKSPLORATIF							
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	Y_20	Y_21	Y_22	Y_23	Y_24	Y_25	Y_26	Y_27	Y_28	
1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	70
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	106
3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	98
4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	4	76	
5	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	112	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	110
7	4	4	3	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	99
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	82
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	105
10	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	1	2	2	4	3	4	4	4	4	4	94
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	84
12	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	75	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	76
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	78
15	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	90
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	80
17	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	112
18	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	100
19	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	94
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	101
21	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	95
22	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	98
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	55
24	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	112
25	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	96
26	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	1	1	3	1	3	3	4	4	4	4	91	
27	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	77	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	108	
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	63	
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	106	



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Data Hasil Uji Validitas

i. Data Uji Validitas Variabel *Product Diversification* (X1)

Correlations			Correlations		
		Total			Total
X1_1	Pearson Correlation	0,291	X1_8	Pearson Correlation	.886**
	Sig. (2-tailed)	0,119		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X1_2	Pearson Correlation	.613**	X1_9	Pearson Correlation	.753**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X1_3	Pearson Correlation	.830**	X1_10	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X1_4	Pearson Correlation	.786**	X1_11	Pearson Correlation	.905**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X1_5	Pearson Correlation	.569**	X1_12	Pearson Correlation	.876**
	Sig. (2-tailed)	0,001		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X1_6	Pearson Correlation	.515**	X1_13	Pearson Correlation	.853**
	Sig. (2-tailed)	0,004		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X1_7	Pearson Correlation	.767**	X1_14	Pearson Correlation	.923**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ii. Data Uji Validitas Variabel *Price* (X2)

Correlations		
		Total
X2_1	Pearson Correlation	.535**
	Sig. (2-tailed)	0,002
	N	30
X2_2	Pearson Correlation	.577**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2_3	Pearson Correlation	.724**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_4	Pearson Correlation	.721**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_5	Pearson Correlation	.563**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2_6	Pearson Correlation	.653**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_7	Pearson Correlation	.592**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2_8	Pearson Correlation	.415*
	Sig. (2-tailed)	0,023
	N	30
X2_9	Pearson Correlation	.395*
	Sig. (2-tailed)	0,031
	N	30
X2_10	Pearson Correlation	.643**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_11	Pearson Correlation	.749**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_12	Pearson Correlation	.807**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_13	Pearson Correlation	.666**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_14	Pearson Correlation	.635**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30

Correlations		
		Total
X2_15	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_16	Pearson Correlation	.625**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_17	Pearson Correlation	.725**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_18	Pearson Correlation	.761**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2_19	Pearson Correlation	.579**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2_20	Pearson Correlation	.576**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2_21	Pearson Correlation	.615**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30



iii. Data Uji Validitas Variabel *Perceived Value* (X3)

Correlations			Correlations		
		Total			Total
X3_1	Pearson Correlation	.824**	X3_15	Pearson Correlation	.478**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,008
	N	30		N	30
X3_2	Pearson Correlation	.593**	X3_16	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	0,001		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_3	Pearson Correlation	.777**	X3_17	Pearson Correlation	.775**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_4	Pearson Correlation	.770**	X3_18	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30		N	30
X3_5	Pearson Correlation	.825**	X3_19	Pearson Correlation	.501**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30		N	30
X3_6	Pearson Correlation	.823**	X3_20	Pearson Correlation	.820**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_7	Pearson Correlation	.566**	X3_21	Pearson Correlation	.851**
	Sig. (2-tailed)	0,001		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_8	Pearson Correlation	.752**	X3_22	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_9	Pearson Correlation	.719**	X3_23	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_10	Pearson Correlation	.544**	X3_24	Pearson Correlation	.689**
	Sig. (2-tailed)	0,002		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_11	Pearson Correlation	.779**	X3_25	Pearson Correlation	.689**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_12	Pearson Correlation	.642**	X3_26	Pearson Correlation	.706**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_13	Pearson Correlation	.728**	X3_27	Pearson Correlation	.689**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X3_14	Pearson Correlation	.688**	X3_28	Pearson Correlation	.622**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



iv. Data Uji Validitas Variabel *Repurchase Intention* (Y)

Correlations			Correlations		
		Total			Total
Y_1	Pearson Correlation	.775**	Y_15	Pearson Correlation	.503**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30		N	30
Y_2	Pearson Correlation	.787**	Y_16	Pearson Correlation	.881**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_3	Pearson Correlation	.798**	Y_17	Pearson Correlation	.878**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_4	Pearson Correlation	.744**	Y_18	Pearson Correlation	.737**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_5	Pearson Correlation	.792**	Y_19	Pearson Correlation	.621**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_6	Pearson Correlation	.795**	Y_20	Pearson Correlation	.791**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_7	Pearson Correlation	.878**	Y_21	Pearson Correlation	.748**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_8	Pearson Correlation	.767**	Y_22	Pearson Correlation	.770**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_9	Pearson Correlation	.802**	Y_23	Pearson Correlation	.821**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_10	Pearson Correlation	.767**	Y_24	Pearson Correlation	.785**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_11	Pearson Correlation	.888**	Y_25	Pearson Correlation	.827**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_12	Pearson Correlation	.883**	Y_26	Pearson Correlation	.781**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_13	Pearson Correlation	.756**	Y_27	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y_14	Pearson Correlation	.867**	Y_28	Pearson Correlation	.690**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 4 Data Hasil Uji Reliabilitas

- i. Data Uji Reliabilitas Variabel *Product Diversification* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,938	14

- ii. Data Uji Reliabilitas Variabel *Price* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,921	21

- iii. Data Uji Reliabilitas Variabel *Perceived Value* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,957	28

- iv. Data Uji Reliabilitas Variabel *Repurchase Intention* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,973	28

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Tabel R Uji Validitas

df = (N-2)	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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Kuesioner Penelitian Setelah Pre Test

I. Product Diversification (X1)

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
Dimensi Lebar					
1.	Jenis produk-produk kosmetik Emina lebih beragam dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
2.	Keragaman pilihan jenis produk kosmetik Emina dapat memenuhi kebutuhan saya				
3.	Keragaman pilihan jenis produk kosmetik Emina dapat memenuhi keinginan saya				
4.	Jenis produk-produk kosmetik Emina memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
5.	Saya puas dengan banyaknya pilihan jenis kosmetik Emina				
Dimensi Kedalaman					
6.	Produk-produk kosmetik Emina memiliki pilihan warna (<i>shade</i>) yang beragam				
7.	Keragaman pilihan warna (<i>shade</i>) produk-produk kosmetik Emina dapat memenuhi kebutuhan saya				
8.	Keragaman pilihan warna (<i>shade</i>) produk-produk kosmetik Emina dapat memenuhi keinginan saya				
9.	Pilihan warna (<i>shade</i>) produk-produk kosmetik Emina lebih beragam dibandingkan dengan merek kosmetik lain				
10.	Pilihan ukuran produk-produk kosmetik Emina lebih beragam dibandingkan dengan merek kosmetik lain				

II. Price (X2)

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk					
11.	Saya tidak menyesal membeli produk kosmetik Emina				
12.	Kualitas produk kosmetik Emina sebanding dengan biaya yang saya keluarkan				
13.	Ukuran produk kosmetik Emina sesuai dengan harga yang ditawarkan				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

14.	Warna (<i>shade</i>) produk kosmetik Emina sesuai dengan harga yang ditawarkan				
15.	Harga produk kosmetik Emina sebanding dengan manfaat produknya				
Persaingan Harga					
16.	Saya tetap memilih produk kosmetik Emina walaupun terjadi kenaikan harga				
17.	Saya lebih tertarik dengan harga yang ditawarkan oleh produk kosmetik Emina				
18.	Saya menggunakan kosmetik Emina karena harganya terjangkau dibandingkan merek kosmetik lain				
19.	Harga diskon produk kosmetik Emina lebih menguntungkan dibandingkan merek kosmetik lain				
20.	Harga produk kosmetik Emina lebih bervariasi dibandingkan merek kosmetik lain				
Keterjangkauan Harga					
21.	Saya mampu membeli produk-produk kosmetik Emina				
22.	Harga produk kosmetik Emina sangat terjangkau				
23.	Saya tidak keberatan dengan harga produk kosmetik Emina yang ditawarkan				
24.	Harga produk-produk kosmetik Emina dapat terjangkau oleh semua kalangan				
25.	Harga produk kosmetik Emina sesuai dengan daya beli konsumen				

III. *Perceived Value* (X3)

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
<i>Emotional Value</i>					
26.	Produk kosmetik Emina mudah diaplikasikan				
27.	Produk kosmetik Emina praktis digunakan				
28.	Produk kosmetik Emina memudahkan saya dalam berdandan				
29.	Saya menyukai produk kosmetik Emina				
30.	Saya merasa senang ketika menggunakan kosmetik Emina				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<i>Social Value</i>				
31.	Menggunakan produk kosmetik Emina memberi kesan yang baik pada diri saya			
32.	Saya lebih percaya diri setelah menggunakan kosmetik Emina			
33.	Orang lain memuji saya ketika saya menggunakan produk kosmetik Emina			
34.	Menggunakan produk kosmetik Emina dapat meningkatkan penilaian diri saya dari orang lain			
35.	Produk kosmetik Emina menggambarkan karakter diri saya			
<i>Quality or Performance</i>				
36.	Saya merasakan manfaat setelah menggunakan produk-produk kosmetik Emina			
37.	Produk kosmetik Emina kualitasnya telah terjamin			
38.	Produk kosmetik Emina aman digunakan			
39.	Produk kosmetik Emina merupakan produk yang berkualitas			
40.	Kualitas produk kosmetik Emina sesuai dengan harapan saya			
<i>Value of Money</i>				
41.	Produk kosmetik Emina harganya ekonomis			
42.	Produk kosmetik Emina memiliki harga yang sesuai dengan daya beli konsumen			
43.	Produk kosmetik Emina sepadan antara harga dengan ukuran produknya			
44.	Harga produk kosmetik Emina sesuai dengan fasilitas atau fitur yang diberikan			
45.	Harga produk kosmetik Emina dapat terjangkau			

IV. *Repurchase Intention (Y)*

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
<i>Minat Transaksional</i>					
46.	Saya berminat untuk membeli jenis produk terbaru dari kosmetik Emina di kemudian hari				
47.	Saya memilih produk kosmetik Emina dalam memenuhi kebutuhan saya				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

48.	Saya berminat untuk membeli kembali produk kosmetik Emina karena pilihannya beragam				
49.	Saya berminat untuk membeli kembali produk kosmetik Emina karena harganya ekonomis				
50.	Saya berminat untuk membeli kembali produk kosmetik Emina karena berkualitas				
Minat Referensial					
51.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada keluarga saya karena harganya ekonomis				
52.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada keluarga saya karena produknya berkualitas				
53.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada teman saya karena pilihan produknya beragam				
54.	Saya merekomendasikan produk-produk kosmetik Emina kepada teman saya karena harganya ekonomis				
55.	Saya suka menceritakan pengalaman positif setelah menggunakan produk kosmetik Emina kepada orang lain				
Minat Preferensial					
56.	Saya cenderung menggunakan produk kosmetik Emina dibandingkan merek kosmetik lain				
57.	Bagi saya, produk-produk kosmetik Emina adalah yang terbaik				
58.	Saat berdandan, saya selalu menggunakan kosmetik Emina				
59.	Saya lebih berminat membeli produk kosmetik Emina dibandingkan merek kosmetik lain				
60.	Saya memprioritaskan untuk membeli kosmetik Emina dibandingkan merek kosmetik lain				
Minat Eksploratif					
61.	Saya berusaha mencari banyak informasi tentang produk kosmetik Emina				
62.	Saya berusaha mencari banyak informasi tentang jenis produk terbaru dari kosmetik Emina				

63.	Saya selalu mencari informasi produk kosmetik Emina yang saya minati				
64.	Saya menyesuaikan antara informasi produk kosmetik Emina dengan kebutuhan saya				
65.	Saya menyesuaikan antara informasi produk kosmetik Emina dengan keinginan saya				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 7 Data Tabulasi Penelitian Final

i. Data Tabulasi Penelitian Final Variabel *Product Diversification* (X1)

N	PRODUCT DIVERSIFICATION (X1)										TOTAL SKOR
	DIMENSI LEBAR					DIMENSI KEDALAMAN					
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	
1	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	31
2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	27
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
4	2	2	2	4	2	4	3	3	1	1	24
5	3	4	4	3	4	2	3	2	1	3	29
6	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	25
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	33
12	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	36
13	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	36
14	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
15	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
16	2	3	3	4	4	3	4	4	2	2	31
17	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34
18	3	3	2	4	2	1	2	2	1	2	22
19	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	37
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	27
22	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	34
23	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	33
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
27	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	27
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
29	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	34
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
32	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
33	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34
34	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	34
35	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
36	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	37
37	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	35
38	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
39	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
40	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

41	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	33
42	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	37
43	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	29
44	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
45	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	33
46	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	33
47	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	33
48	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	24
49	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
50	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	28
51	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	34
52	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	33
53	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	29
54	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	26
55	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	25
56	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	33
57	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
58	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33
59	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
60	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	34
61	4	4	4	3	4	2	2	3	4	3	33
62	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	30
63	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	35
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
65	2	3	3	4	2	1	4	2	3	3	27
66	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
67	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	32
70	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	36
71	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	30
72	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
73	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	30
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	33
77	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
78	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
80	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
81	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	34
82	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
83	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	24
84	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
85	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
86	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	33
87	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	36
88	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	34



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

89	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	29
90	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
91	4	4	4	1	4	4	4	4	1	1	31
92	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
93	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
94	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	33
95	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
97	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	35
100	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

21	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53
22	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	54
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	58	
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
26	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	48	
27	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	47	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
29	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	56	
30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	54	
31	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	48	
32	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	51	
33	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	54	
34	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	55	
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	44	
36	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	57	
37	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	49	
38	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	48	
39	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	55	
40	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	49	
41	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	49	
42	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	
43	4	4	3	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	4	50	
44	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	58	
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
46	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	47	
47	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	54	
48	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	53	
49	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	44	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

50	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	44
51	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	53
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	58
53	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	46
54	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	51
55	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	4	3	4	3	4	46
56	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	48
57	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	48
58	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	54
59	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	46
60	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	51
61	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58
62	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	51
63	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	53
64	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
65	2	3	2	3	4	3	2	2	3	4	3	3	4	4	3	45
66	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	56
67	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	56
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
69	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
70	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	52
71	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	57
72	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	50
73	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	56
74	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
75	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	50
76	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	52
77	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	44

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

78	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	53
79	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	3	3	3	43
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
81	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	53
82	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
83	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	41
84	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	56
85	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53
86	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	53
87	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	56
88	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	50
89	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	50
90	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	55
91	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	52
92	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	51
93	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
94	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	53
95	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	57
96	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	49
97	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	56
98	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	51
99	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	52
100	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	55

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

iii. Data Tabulasi Penelitian Final Variabel *Perceived Value* (X3)

N	PERCEIVED VALUE (X3)																				TOTAL SKOR
	EMOTIONAL VALUE					SOCIAL VALUE					QUALITY OR PERFORMANCE					VALUE OF MONEY					
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	X3_11	X3_12	X3_13	X3_14	X3_15	X3_16	X3_17	X3_18	X3_19	X3_20	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	78
2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	53
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
4	4	4	4	2	1	2	3	1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	3	3	3	2	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	56
6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
7	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78
9	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	62
10	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	67
11	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	65
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
15	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	67
16	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	3	65
17	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	66
18	4	4	4	4	4	4	3	4	1	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	71
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
20	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
21	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	70
22	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	68
23	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
26	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	71
27	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	63
28	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	75
29	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	70
30	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

31	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	63
32	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	66
33	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	68
34	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	72
35	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
36	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	75
37	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	70
38	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	70
39	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
40	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	66
41	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	66	
42	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	76
43	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
45	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
46	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	70	
47	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	74	
48	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	61	
50	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	61	
51	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	65	
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	
53	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	63	
54	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	54	
55	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	66	
56	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
57	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	62	
58	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	
59	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	62	
60	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	71	
61	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	
62	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	65	
63	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70	
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	61	
65	4	4	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	2	3	4	61	
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

67	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	68
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
70	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	69
71	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	72
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	65
73	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	64
76	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	69
77	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	58
78	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	66
79	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	57
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
81	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
82	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
83	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	59
84	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	76
85	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	73
87	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	74
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	64
89	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	60
90	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
91	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	4	64
92	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	71
93	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
94	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	66
95	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	70
96	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	68
97	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	77
98	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	74
99	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	70
100	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	71



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



iv. Data Tabulasi Penelitian Final Variabel *Repurchase Intention* (Y)

N	VARIABEL <i>REPURCHASE INTENTION</i> (Y)																				TOTAL SKOR
	MINAT TRANSAKSIONAL					MINAT REFERENSIAL					MINAT PREFERENSIAL					MINAT EKSPLORATIF					
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	Y_20	
1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	72
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	4	4	55
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
4	3	1	3	4	4	4	4	1	3	2	1	1	1	1	2	1	3	3	3	3	48
5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	58
6	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	50
7	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	69
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	77
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	56
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	53
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	55
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69
13	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
15	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	71
16	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	54
17	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
18	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	1	4	2	2	2	3	2	2	4	3	59
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	77
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	79
21	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	2	1	2	2	3	3	3	3	3	61
22	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	69
23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	71
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
26	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
27	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	60

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	78
29	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	72
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	57
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	58
32	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	60
33	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	72
34	3	2	3	4	3	4	3	2	4	2	2	3	1	2	2	3	4	4	4	4	3	58
35	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	54
36	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	71
37	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	70
38	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	70
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
40	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
41	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	59
42	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	74
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	67
45	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	66
46	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	66
47	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	70	
48	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	56
49	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	52
50	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	53	
51	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	67	
52	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	75	
53	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	71	
54	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	58	
55	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	60	
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	54	
57	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	63	
58	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	70	
59	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

60	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	71
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	76
62	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	65
63	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	69
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
65	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	69
66	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	72
67	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
69	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
70	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	66
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	78
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	58
73	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	66
74	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	77
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
76	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	4	4	63
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	58
78	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	71
79	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	44
80	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	67
81	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	68
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
83	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	57
84	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	73
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
86	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	76
87	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	75
88	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	66
89	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	62
90	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	71
91	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

92	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	68
93	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
94	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	58
95	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	71
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	75
98	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	68
99	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	67
100	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

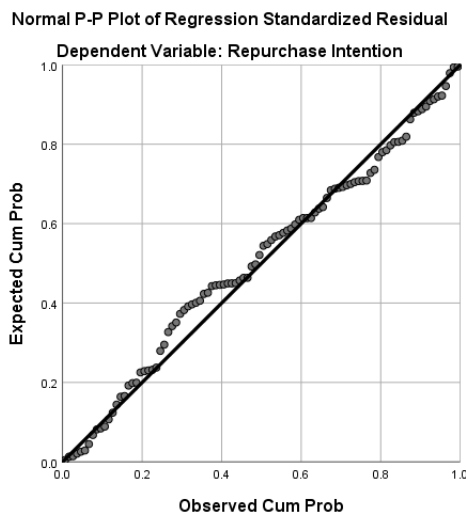
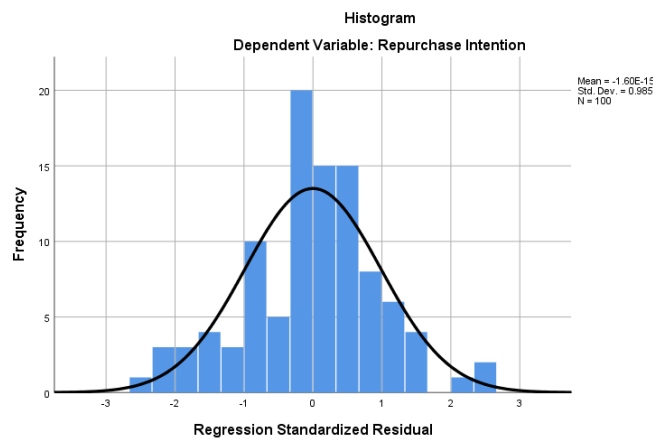
Lampiran 8 Data *Output* Uji Asumsi Klasik (SPSS)

i. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	506.065.166
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.059
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.105 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



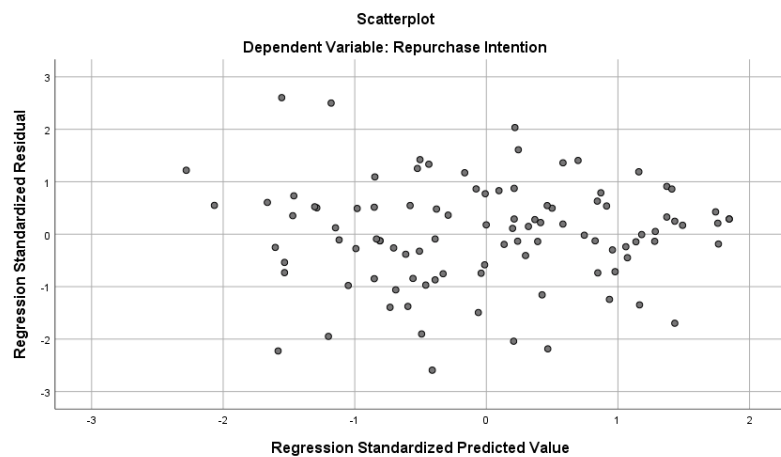


ii. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	-5.861	5.729		-1.023	.309		
1 Product Diversification	.697	.163	.341	4.287	.000	.594	1.684
Price	.552	.199	.315	2.779	.007	.294	3.404
Perceived Value	.292	.126	.250	2.318	.023	.325	3.079

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

iii. Uji Heteroskedastisitas



NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 9 Data Output Uji Hipotesis (SPSS)

i. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	-5.861	5.729		-1.023	.309		
1 Product Diversification	.697	.163	.341	4.287	.000	.594	1.684
Price	.552	.199	.315	2.779	.007	.294	3.404
Perceived Value	.292	.126	.250	2.318	.023	.325	3.079

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

ii. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.639	.628	5.139

a. Predictors: (Constant), Perceived Value, Product Diversification, Price

Correlations

		Product Diversification	Price	Perceived Value	Repurchase Intention
Product Diversification	Pearson Correlation	1	.628**	.575**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Price	Pearson Correlation	.628**	1	.818**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Perceived Value	Pearson Correlation	.575**	.818**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Repurchase Intention	Pearson Correlation	.682**	.733**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



iii. Uji Signifikansi Parsial T (Uji Statistik T)

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	-5.861	5.729		-1.023	.309			
1 Product Diversification	.697	.163	.341	4.287	.000	.594	1.684	
Price	.552	.199	.315	2.779	.007	.294	3.404	
Perceived Value	.292	.126	.250	2.318	.023	.325	3.079	

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

iv. Uji Simultan (F)

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.484.781	3	1.494.927	56.603	.000^b
1 Residual	2.535.409	96	26.411		
Total	7.020.190	99			

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

b. Predictors: (Constant), Perceived Value, Product Diversification, Price

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 10 Tabel T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 11 Tabel F

$\alpha =$ 0,05 $df_2 = (n$ $- k - 1)$	$df_1 = (k-1)$							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44 8	199,500	215.70 7	224,583	230,162	233.98 6	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Salma Qonita Tsabatiyya

+6281284805989 | salmaqonitay@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/salmaqonitay/>
South Jakarta, Indonesia 12260

A graduate of Business Administration (BAsc) from Politeknik Negeri Jakarta with a GPA of 3.60 / 4.00. Her adaptive, communicative, and proactive personality proved invaluable during her organizational experiences and her internship in the sales and marketing department, a specialty in digital marketing, of a logistic transportation services company.

She is a creative, disciplined, and target-driven person, capable of working efficiently both independently and as part of a team to handle any task. To enhance her skills, she pursued her personal growth by taking on multiple projects and launching her small enterprise. She is well-versed in Microsoft Office, Google Suite, and Canva. She also has a grasp of basic SEO, Google Analytics, Facebook Ads, and Google Play Console. Her areas of interest include marketing, customer behavior, administration, and secretarial work, all of which she has studied extensively during her college education. To further enhance her skills, she has completed certified competence training in Selling Operational Marketing Staff by BNSP, a certified online course in The Fundamentals of Digital Marketing by Google Digital Garage, and a Digital Marketing mini-course by Revou.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta	Depok, Indonesia
<i>Bachelor of Applied Science (BAsc), Business Administration. GPA: 3.60</i>	2019 - 2023
<ul style="list-style-type: none"> 2nd Place in Business Filing Competition at Business Administration Festival (BAF), Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta (2021). 	
SMAN 90 Jakarta	South Jakarta, Indonesia
<i>Social Science.</i>	2016 - 2019

SKILLS

Hard Skill: Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), Google Suite (Google Docs, Google Sheets, Google Slides), Canva, Typing Skills, Business Correspondence, Archival Management, Content Writing, Copywriting, SEO, Google Analytics, Facebook Ads, Google Play Console

Soft Skill: Eager to learn new skills, attention to detail, adaptability, discipline, analytics, creativity, organizing, planning, leadership, ability to work as individually or a team, communication, problem-solving, time management

Language: Indonesian (Native), English (Limited Working Proficiency), Korean (Elementary Proficiency), Japanese (Elementary Proficiency)

WORK EXPERIENCES

Wahana Express (PT Wahana Prestasi Logistik)	South Tangerang, Indonesia
<i>Digital Marketing Intern</i>	August 2022 - January 2023
<ul style="list-style-type: none"> Created 10 articles for the company website and Sahabat Wahana application content with an average of 2.500+ readers/post Successfully accomplished to create of a framework of content website page project with the IT team for job vacancies on the Wahana Express website to facilitate applicants Supported digital marketing team in organizing the tasks with Excel to increase work effectiveness and efficiency Scheduled the digital marketing team's content plan Managed Wahana Express website content for articles and job vacancies Created monthly newsletter for Wahana Express agent partners Planned and created email blasts for Sahabat Wahana application users' email Handled to plan and create content for the agent retention team Compiled and visualized data reports for the digital marketing team's weekly progress Summarized and reported the digital marketing team's weekly progress to C-Level Organized budgeting and activation of Facebook Ads Supported corporate relations team and corporate conversion team in managing data and archives 	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tropical

Co-Founder and Social Media Marketing

- Developed small business in optical services
- Analyzed market segmenting and product identification
- Supervised and handled Instagram business account to build brand awareness and reach the audiences through Instagram feeds, reels, and stories
- Managed and scheduled Instagram content plan
- Designed a logo and brand name concept

Depok, Indonesia (Remote)
March 2022 - September 2022

ORGANIZATIONAL EXPERIENCES

Business Festival 2021, Politeknik Negeri Jakarta

Depok, Indonesia

Secretary 1

October 2021 - January 2022

- Organized and maintained files and databases of documents with Excel and Google Suite to organize the letters efficiently in a confidential manner
- Handled to manage administrative tasks in arranging meetings, organized documents, and supported the Business Festival opening and closing event with a total of up to 270 attendees.
- Corresponded 110+ letters in 4 months including invitation letters, permit letters, minutes of meetings, etc.
- Created the proposal, accountability reports, and the article about BFEST 2021
- Oversaw and supported all administrative project duties and ensured that document flow was operating smoothly

Pemilihan Raya Administrasi Niaga

Depok, Indonesia

Staff of Event Department

August 2021 - January 2022

- Arranged candidate debate test
- Planned rundown for candidate debate test
- Responsible for coordinating with the panelists and invited guests

LDK Fikri, Politeknik Negeri Jakarta

Depok, Indonesia

Staff of Departemen Keilmuan

2019-2020

- Managed the finance of the Scientific Department
- Managed the finance in the Grand Launching PNJ Mengaji x Kaisar program
- Organized Fikri Mengajar, the agenda for community service on Beji, Depok
- Organized PNJ Mengaji, the agenda for Politeknik Negeri Jakarta Muslim student

ACHIEVEMENTS AND COURSES

- **Test of English for International Communication (TOEIC) | July 2023**
Educational Testing Service (ETS) prediction score 660 (Link: <https://bit.ly/SalmaTOEIC>)
- **Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) | September 2022**
Selling Operational Marketing Staff (Link: <https://bit.ly/SertiKomBNSP>)
- **Business Administration Festival (BAF), Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta | July, 2021**
2nd Place in Business Filing Competition (Link: <https://bit.ly/BusinessFilingCompetition>)
- **Tempat Belajar | February 2022**
Learning Festival, Social Media Marketing (Link: <https://bit.ly/TempatBelajarCourse>)
- **RevoU | February 2022**
Mini-Course Digital Marketing (Credential ID: <https://certificates.revou.co/salma-qonita-certificate-completion-dmmc22.pdf>)
- **Google Digital Garage | January 2022**
The Fundamental of Digital Marketing (Credential ID: BV4 BKQ WDV, Link: <https://learndigital.withgoogle.com/link/1qsdpcdm9s>)