

Lampiran 1 SK Pembimbing



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
NOMOR 181 TAHUN 2024**

**TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON**

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Skripsi;

b. Mereka yang namanya disebut dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk melakukan bimbingan penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;

Mengingat : a. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Tinggi;

b. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;

c. Keputusan Presiden RI No. 11 tahun 1997 tentang pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN);

d. Keputusan Menteri Agama RI No. 32 Tahun 2009 tentang Statuta IAIN Syekh Nurjati Cirebon;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON NOMOR 181 TAHUN 2024 TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON.**

KESATU : Mengangkat Saudara :

1. **Dr. Layaman, S.E., M.Si.** Dosen Pembimbing I

2. **Mariyah Ulfah, M.E.Sy** Dosen Pembimbing II

Dalam penulisan skripsi saudara : **Hilda Nurul Ilma NIM. 1808204103** Jurusan/Prodi: Ekonomi Syariah, dengan Judul:

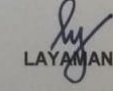
"ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABLE INTERVENING"

Bimbingan dilaksanakan selama 6 (enam) bulan Mulai tanggal **30 April 2024 s/d 30 Oktober 2024**

KEDUA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya jika dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Ditetapkan di Cirebon
Pada tanggal 30 April 2024

a.n DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM,
WAKIL DEKAN I,


LAYAMAN

Tembusan :

1. Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa;
4. Arsip.

Lampiran II Kartu Bimbingan Skripsi


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Alamat : Jl. Perjuangan By Pass Suryaragi Telp. (0231) 481264 Faks. (0231) 489926 Cirebon 45132
 Website : www.syekhnurjati.ac.id/febi

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
SEMESTER GASAL/GENAP TAHUN AKADEMIK

Nama : <u>Hilda Nurul Hana</u>	Pembimbing I : <u>Dr. Layanah, SE, M. Si</u>
NIM : <u>1808209103</u>	Pembimbing II : <u>Maryah Uipah, ME, Sy</u>
Fakultas/Jurusan : <u>FEBI / Ekonomi Syariah</u>	
Judul Skripsi : <u>Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening</u>	

Pembimbing I				Pembimbing II			
Per temuan	Tgl/Bln/Th	Materi Bimbingan	Paraf	Per temuan	Tgl/Bln/Th	Materi Bimbingan	Paraf
1	27/03/23	BAB I	<u>ly</u>	1	4/14/24	BAB I	<u>ly</u>
2	05/04/23	Revisi BAB I	<u>ly</u>	2	1/04/24	Revisi BAB I	<u>ly</u>
3	8/08/23	BAB II	<u>ly</u>	3	28/04/25	BAB II	<u>ly</u>
4	22/08/23	Revisi BAB II	<u>ly</u>	4	1/08/25	Revisi BAB II	<u>ly</u>
5	03/10/23	BAB III	<u>ly</u>	5	17/05/25	Revisi Penulisan Fd	<u>ly</u>
6	30/10/23	Revisi Bab III	<u>ly</u>	7	12/02/26	Revisi penulisan Abstrak	<u>ly</u>
7	12/02/24	BAB IV	<u>ly</u>	8	19/04/24	Revisi BAB IV	<u>ly</u>
8	19/02/24	Revisi Bab IV	<u>ly</u>	9	05/03/25	Bull Draft	<u>ly</u>
9	05/05/25	Revisi Abstrak	<u>ly</u>	10	18/06/05	Atas Analisa	<u>ly</u>
10	17/06/05	Atas Monevosal	<u>ly</u>				

Pembimbing I,
Dr. Layanah, SE, M. Si

Pembimbing II,
Maryah Uipah, ME, Sy

Mengetahui
 Ketua Jurusan EKONOMI SYARIAH
H. A. Orono Buchthomi, Lc., M. Ag

Catatan : Setiap pelaksanaan konsultasi dalam rangka penyusunan skripsi, kartu ini harap diisi dan ditandatangani oleh pembimbing

Lampiran III Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN ANALISA PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIBAL INTERVENING

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Salam Mahasiswa,

Sebelumnya perkenalkan nama saya Hilda Nurul Ilma, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Pada kesempatan kali ini, saya meminta dengan sangat kepada teman-teman mahasiswa/i Ekonomi Syariah UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini dibuat dalam rangka salah satu metode pengumpulan data pada penelitian yang saya lakukan, dengan itu partisipasi teman-teman dalam mengisi kuesioner ini sangat membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir diperkuliahan. Data yang dari teman-teman akan saya jamin kerahasiannya dan hanya digunakan untuk penelitian semata.

Adapun petunjuk pengisian kuesioner yaitu:

- a. Baca dan pahami setiap pertanyaan yang ada dengan teliti dan seksama
- b. Jawablah sesuai dengan pemikiran dan pengalaman anda
- c. Isilah jawaban dengan cara mengeklik salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan
- d. Pilihlah salah satu alternatif jawaban dengan ketentuan:

STS (1) : Apabila anda merasa Sangat Tidak Setuju

TS (2) : Apabila anda merasa Tidak Setuju

RR (3) : Apabila anda merasa Ragu-ragu / Netral

S (4) : Apabila anda merasa Setuju

SS (5) : Apabila anda merasa Sangat Setuju

Atas kesediaan teman-teman dalam meluangkan waktunya untuk membantu mengisikan kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

1. Email:

2. Nama:

3. Jenis Kelamin:

- o Laki-laki
- o Perempuan

4. Usia:

- o < 20 Tahun
- o 20-23 Tahun
- o >23 Tahun

5. Tahun masuk

- o 2019
- o 2020
- o 2021
- o 2022
- o 2023

6. saya sudah menggunakan produk scarlett whitening tersebut :

- o Saya menggunakan produk scarlett whitening kurang dari satu tahun
- o saya menggunakan produk scarlett whitening selama satu sampai dua tahun
- o saya menggunakan produk scarlett selama dua tahun lebih

7. pertanyaan sebagai berikut :

Variabel brand Ambassador (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik dengan produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlett karena di promosikan oleh artis terkenal					
2.	Saya tertarik dengan produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlett karena di					

	promosikan oleh seseorang yang cantik/tampan					
3.	Saya mempercayai produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet karena digunakan oleh idola saya					
4.	Saya menggunakan produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet karena dipromosikan oleh idola saya					
5.	Saya menggunakan produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet karena direkomendasikan oleh beberapa dokter kecantikan					
6.	Saya menggunakan produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet karena digunakan juga oleh artis terkenal					

Varibel Brand Image (Z)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menggunakan produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> merek scarlet karena sudah umum digunakan					
2.	Saya tertarik membeli produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet					
3.	Saya membeli produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet karena memiliki kegunaan yang bermacam-macam					
4.	Produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet merupakan produk yang berkualitas					
5.	Produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet memiliki harga dan kualitas yang sepadan					
6.	Produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet memiliki kemasan yang menarik					
7.	Produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet					

	memiliki aroma yang wangi					
--	---------------------------	--	--	--	--	--

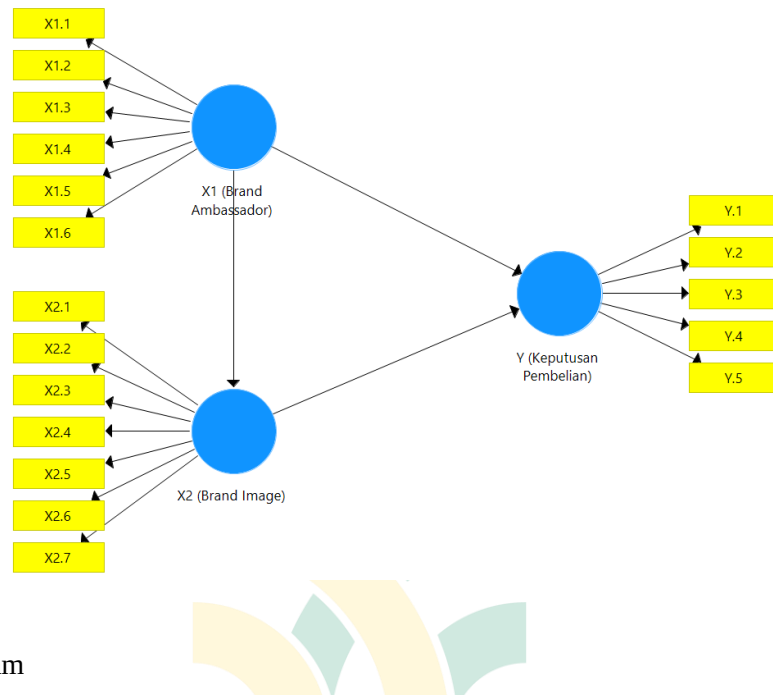
Variabel keputusan pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membutuhkan produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> yang cocok dengan kondisi kulit saya					
2.	Saya mengetahui bahwa produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet memiliki kelebihan di bandingkan merek lain					
3.	Saya sudah mencoba beberapa merek <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> lain akan tetapi merek scarlet adalah yang terbaik					
4.	Saya selalu melakukan pembelian produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet ketika kosmetik saya habis					
5.	Saya merasa puas dan cocok setelah menggunakan					

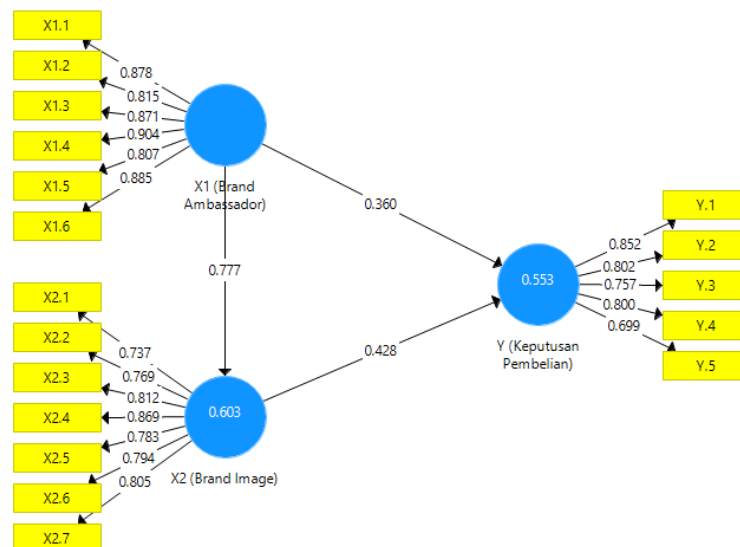
	produk <i>bodycare</i> dan <i>skincare</i> scarlet					
--	---	--	--	--	--	--

Lampiran IV Hasil Pengolahan Data

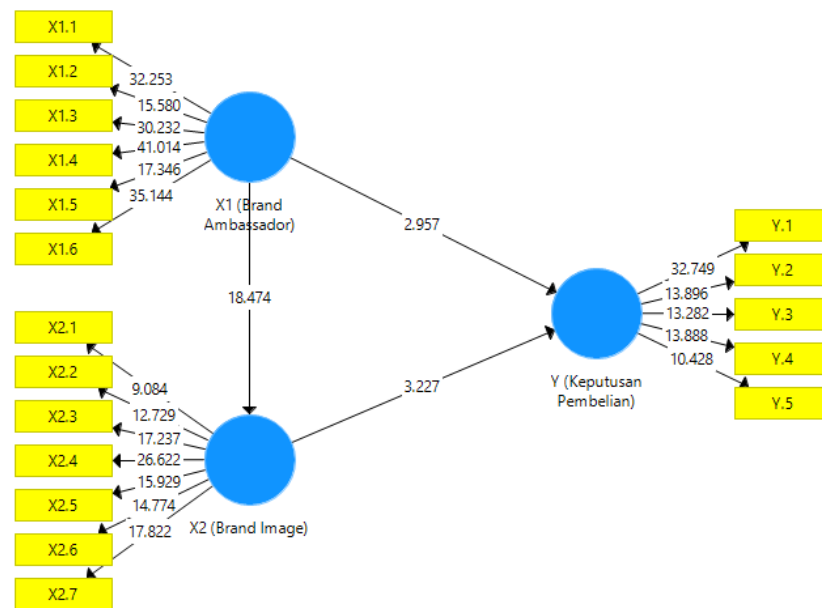
Diagram PLS



PLS Algorithm



Bootstrapping



Cross Loading

	X1 (Brand Ambassador)	X2 (Brand Image)	Y (Keputusan Pembelian)
X1.1	0,878	0,649	0,639
X1.2	0,815	0,612	0,501
X1.3	0,871	0,683	0,647
X1.4	0,904	0,685	0,611
X1.5	0,807	0,619	0,503
X1.6	0,885	0,750	0,654
X2.1	0,527	0,737	0,570
X2.2	0,608	0,769	0,652
X2.3	0,617	0,812	0,512
X2.4	0,664	0,869	0,522
X2.5	0,668	0,783	0,584
X2.6	0,590	0,794	0,451
X2.7	0,640	0,805	0,628
Y.1	0,681	0,596	0,852
Y.2	0,417	0,500	0,802
Y.3	0,572	0,538	0,757
Y.4	0,418	0,498	0,800
Y.5	0,558	0,608	0,699

Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1 (Brand Ambassador)	0,930	0,934	0,945	0,741
X2 (Brand Image)	0,904	0,905	0,924	0,635
Y (Keputusan Pembelian)	0,843	0,848	0,888	0,614

Fornell Lacker Criterion

	X1 (Brand Ambassador)	X2 (Brand Image)	Y (Keputusan Pembelian)
X1 (Brand Ambassador)	0,861		
X2 (Brand Image)	0,777	0,797	
Y (Keputusan Pembelian)	0,693	0,708	0,784

R Square

	R Square	R Square Adjusted
X2 (Brand Image)	0,603	0,599
Y (Keputusan Pembelian)	0,553	0,542

Original Sample

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 (Brand Ambassador) -> X2 (Brand Image)	0,777	0,780	0,042	18,511	0,000
X1 (Brand Ambassador) -> Y (Keputusan Pembelian)	0,360	0,374	0,124	2,916	0,004

X2 (Brand Image) -> Y (Keputusan Pembelian)	0,428	0,418	0,130	3,282	0,001
---	-------	-------	-------	-------	--------------

Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 (Brand Ambassador) - > X2 (Brand Image)					
X1 (Brand Ambassador) - > Y (Keputusan Pembelian)	0,333	0,324	0,096	3,460	0,001
X2 (Brand Image) -> Y (Keputusan Pembelian)					

F Square

	X1 (Brand Ambassador)	X2 (Brand Image)	Y (Keputusan Pembelian)
X1 (Brand Ambassador)		1,522	0,115
X2 (Brand Image)			0,162
Y (Keputusan Pembelian)			