

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi



YAYASAN PERGURUAN TINGGI KATOLIK "ADISUCIPTO" MALANG
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
PERPUSTAKAAN

Kantor : Jl. Bondowoso No. 2 Malang 65115 Telp. (0341) 553171, 583722 Fax. (0341) 571460, 590955

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

89/PERPUS/VII/2025

Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang menyatakan bahwa naskah karya ilmiah,

Nama : LEONIA VANESSA WIJAYA
Nim : 202111037
Prodi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Judul : PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GIRI PALMA KOTA MALANG

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online menggunakan *Turnitin Plagiarism Checker* dengan kriteria toleransi $\leq 30\%$, dan dinyatakan bebas dari plagiasi (rincian hasil plagiasi terlampir).

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 Juli 2025
Kepala Perpustakaan,

Angela Merry Suciati, S.E., M.A.
NHC 201602220070

Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian



YAYASAN PERGURUAN TINGGI KATOLIK "ADISUCIPTO" MALANG
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
STATUS TER-AKREDITASI
PROGRAM STUDI :

1. AKUNTANSI
2. MANAJEMEN

SK. No. : 1948/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2018
SK. No. : 1257/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2015

Kantor : Jl. BONDOWOSO No. 2 Malang 65115 Telp. (0341) 553171, Situs Web : widyakarya.ac.id, pemsu.ukw.ac.id • E-mail : widyakarya@widyakarya.ac.id

Nomor : 105/FEB/Q/VI/ 2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada : Yth. Pimpinan Siro Pager Abadi Malang
Di
Tempat

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai Tugas Akhir bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Widya Karya Malang maka Mahasiswa diwajibkan untuk melakukan penelitian di Instansi/Perusahaan baik negeri maupun swasta.

Untuk itu kami mohon ijin bagi mahasiswa kami berikut ini untuk melakukan penelitian di Perusahaan / Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Nama : Leonia Vanessa Wijaya
NIM : 202111037
Program Studi : Manajemen
Keperluan : Melakukan Kegiatan Penelitian Dengan Judul

"Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian Giri Palma di Kota Malang"

No. HP : 0895-3996-54865

Demikian surat permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Malang, 12 Juni 2025
Dekan FEB

Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIK : 201209210061

Tembusan : Yth. Ketua Prodi Manajemen

Lampiran 3 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GIRI PALMA DI KOTA MALANG

KepadaYth.

Pembeli produk Giri Palma di Kota Malang

Di tempat

Dengan hormat,

Saya Leonia Vanessa, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang mengharapkan kesediaan bapak, ibu, dan Saudara/I untuk mengisi kuesioner untuk kebutuhan penelitian saya. Atas perhatian dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih

Hormat saya

Leonia Vanessa

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Pertanyaan dibawah ini berupa pilihan, Anda dimohon untuk memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang paling sesuai berdasarkan pada pengalaman pribadi dengan memilih pada kolom jawaban yang telah disediakan.
2. Semua jawaban Anda tidak ada yang benar maupun salah. Oleh karena itu saya mohon Anda mengisi pernyataan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan jujur.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

☐ Laki-Laki

☐ Perempuan

Usia :

☐ 20 – 30 tahun

☐ 30 – 40 tahun

☐ 40 – 50 tahun

☐ 40 – 50 tahun

Pendidikan terakhir :

☐ SMA/SMK

☐ Diploma 3 (D3)

☐ Sarjana 1 (S1)

☐ Magister (S2)

☐ Doktor (S3)

☐ Lainnya

Pekerjaan :

☐ Pegawai Negeri Sipil (PNS)

☐ Pegawai Swasta

☐ Wirausaha/pengusaha

☐ Pensiunan

☐ Lainnya

Pendapatan :

- ☐ < Rp 1.000.000
- ☐ Rp 2.000.000 – Rp. 10.000.000
- ☐ Rp 11.000.000 – Rp. 29.000.000
- ☐ > Rp 30.000.000

Keterangan

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Brand Image (Citra Merek) (X1)

Citra Perusahaan (X1.1)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
X1.1.1	Logo Giri Palma mudah dikenali masyarakat					
X1.1.2	Karyawan Giri Palma memberikan informasi secara detail kepadasaya					
X1.1.3	Perusahaan dikenal masyarakat melalui iklan (Banner dan media sosial)					

Citra Pemakai (X1.2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
X1.2.1	Merek Giri Palma mencerminkan gaya hidup saya					
X1.2.2	Merek Giri Palma meningkatkan status sosial saya					

Citra Produk (X1.3)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
X1.3.1	Giri Palma mengeluarkan produk yang selalu <i>up to date</i> dari waktu ke waktu					
X1.3.2	Produk yang diproduksi Giri Palma memiliki bahan baku yang berkualitas sehingga produk tersebut dapat digunakandalam jangka waktu yang lama					
X1.3.3	Produk Giri Palma dapat memenuhi kebutuhan saya					

Brand Ambassador (X2)

Transparansi (X2.1)

NO	PERNYATAAN	ST S	T S	N	S	S S
X2.1.1	<i>Brand Ambassador</i> Giri Palma (Ivan Gunawan) mereview kelebihan dan kelemahan produk secara jujur					

Kesesuaian (X2.2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
X2.2.1	<i>Brand Ambassador</i> yang digunakan memiliki kepribadian atau nilai yang sejalan dengan Giri Palma					

Kredibilitas (X2.3)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
X2.3.1	<i>Brand Ambassador</i> memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi mengenai merek dengan jelas					
X2.3.2	Informasi yang disampaikan <i>Brand Ambassador</i> mengenai produk Giri Palma dapat dipercaya					

Daya tarik (X2.4)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
X2.4.1	<i>Brand Ambassador</i> adalah artis yang terkenal, sehingga memengaruhi minat beli saya					
X2.4.2	<i>Brand Ambassador</i> memiliki paras dan konten yang menarik pembeli					
X2.4.3	<i>Brand Ambassador</i> memengaruhi pengikut untuk mengikuti gaya hidupnya dengan brand tersebut					

Kekuatan (X2.5)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
X2.5.1	<i>Brand Ambassador</i> selalu mengingatkan pengikut tentang produk					
X2.5.2	<i>Brand Ambassador</i> memiliki kemampuan mempersuasi konsumen untuk membeli produk Giri Palma					

Keputusan Pembelian (Y)

Pilihan Produk (Y1)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Y1.1	Harga produk Giri Palma sesuai dengan daya beli saya					
Y1.2	Giri Palma memiliki beragam pilihan produk sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan saya					

Pilihan Merek (Y2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Y2.1	Saya membeli produk Giri Palma karena mereknya yang populer					

Pilihan Penyalur (Y3)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Y3.1	Saya membeli Produk Giri Palma karena dapat dibeli di <i>online</i> dan <i>offline store</i>					
Y3.2	Toko Giri Palma berada di wilayah yang strategis di Kota Malang					

Waktu Pembelian (Y4)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Y4.1	Saya membeli produk Giri Palma kapanpun yang saya mau secara <i>online</i>					
Y4.2	Saya dapat membeli produk Giri Palma di <i>Offline Store</i> yang buka setiap hari (08.00-21.00 WIB)					

Jumlah Pembelian (Y5)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Y5.1	Saya dapat membeli produk Giri Palma karena memiliki stok yang banyak					
Y5.2	Saya dapat membeli produk Giri Palma karena bisa dibeli secara bundling					
Y5.3	Saya dapat membeli produk Giri Palma dalam jumlah satuan					

Metode Pembayaran (Y6)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Y6.1	Pembayaran yang disediakan Giri Palma sangat mudah (kontan atau kredit)					
Y6.2	Pilihan pembayaran banyak membantu menyelesaikan pembayaran, seperti tunai & non tunai					

Correlations									
	Pernyataan	Pernyataan	Pernyataan	Pernyataan	Pernyataan	Pernyataan	Pernyataan	Pernyataan	Total
	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	X1
Pernyataan X1.1.1 Pearson Correlation	1	.519**	.513**	.357	.263	.495**	.476**	-.008	.707**
	Sig. (2-tailed)		.003	.004	.053	.160	.005	.008	.968
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan X1.1.2 Pearson Correlation	.519**	1	.627**	.560**	.429*	.192	.565**	.230	.804**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.001	.018	.308	.001	.221
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan X1.1.3 Pearson Correlation	.513**	.627**	1	.348	.299	.385*	.553**	.411*	.787**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.059	.109	.036	.002	.024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan X1.2.1 Pearson Correlation	.357	.560**	.348	1	.648**	.178	.314	.065	.715**
	Sig. (2-tailed)	.053	.001	.059		.000	.346	.091	.734
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

Pernyataan X1.2.2	Pearson Correlation	.263	.429*	.299	.648**	1	.136	.153	.210	.653**
	Sig. (2-tailed)	.160	.018	.109	.000		.472	.419	.266	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan X1.3.1	Pearson Correlation	.495**	.192	.385*	.178	.136	1	.236	-.263	.428*
	Sig. (2-tailed)	.005	.308	.036	.346	.472		.210	.160	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan X1.3.2	Pearson Correlation	.476**	.565**	.553**	.314	.153	.236	1	.443*	.674**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.002	.091	.419	.210		.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan X1.3.3	Pearson Correlation	-.008	.230	.411*	.065	.210	-.263	.443*	1	.372*
	Sig. (2-tailed)	.968	.221	.024	.734	.266	.160	.014		.043
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total X1	Pearson Correlation	.707**	.804**	.787**	.715**	.653**	.428*	.674**	.372*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.018	.000	.043	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	8

[illegible]

	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000		.001	.000	.007	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4.2	Pearson Correlation	.525**	.619**	.688**	.687**	.567**	1	.698**	.477**	.658**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.001		.000	.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4.3	Pearson Correlation	.690**	.609**	.802**	.793**	.597**	.698**	1	.693**	.650**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5.1	Pearson Correlation	.569**	.567**	.620**	.551**	.482**	.477**	.693**	1	.529**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.002	.007	.008	.000		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5.2	Pearson Correlation	.540**	.490**	.672**	.696**	.810**	.658**	.650**	.529**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX2	Pearson Correlation	.833**	.802**	.892**	.873**	.802**	.791**	.877**	.752**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	9

Keputusan Pembelian (Y)

[illegible]

Pernyataan Y3.1	Pearson Correlation	.312	.533**	.590**	1	.720**	.657**	.656**	.346	.551**	.656**	.640**	.709**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.093	.002	.001		.000	.000	.000	.061	.002	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan Y3.2	Pearson Correlation	.455*	.529**	.583**	.720**	1	.737**	.489**	.530**	.753**	.570**	.636**	.698**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.012	.003	.001	.000		.000	.006	.003	.000	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan Y4.1	Pearson Correlation	.411*	.424*	.710**	.657**	.737**	1	.468**	.758**	.743**	.688**	.508**	.621**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.024	.019	.000	.000	.000		.009	.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan Y4.2	Pearson Correlation	.268	.372*	.372*	.656**	.489**	.468**	1	.461*	.484**	.558**	.572**	.584**	.671**

[illegible]

Pernyataan Y6.1	Pearson Correlation	.313	.580**	.488**	.640**	.636**	.508**	.572**	.333	.427*	.677**	1	.798**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.092	.001	.006	.000	.000	.004	.001	.072	.019	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan Y6.2	Pearson Correlation	.423*	.600**	.551**	.709**	.698**	.621**	.584**	.442*	.541**	.791**	.798**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.002	.000	.000	.000	.001	.014	.002	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Y	Pearson Correlation	.609**	.741**	.768**	.803**	.846**	.846**	.671**	.700**	.785**	.752**	.761**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	12

Lampiran 5 : Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.530	7.316		-.073	.943		
<i>Brand Image</i>	.468	.372	.202	1.256	.220	.315	3.173
<i>Brand Ambassador</i>	.935	.212	.709	4.418	.000	.315	3.173

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan Skripsi

A. KARTU BIMBINGAN PEMBIMBING I

KARTU BIMBINGAN

Nama : Leonia Vanessa Wijaya
 NIM : 202111037
 Program Studi : Manajemen
 Judul Skripsi : "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian *Giri Palma* di Kota Malang"
 Periode Penyusunan Skripsi : Semester 7
 Pembimbing I : Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.

No	Tanggal Bimbingan	Revisi	Tanda Tangan Dosen Pembimbing I
1	17-10-2024	Pengajuan judul	
2	4-11-2024	Revisi judul & lokasi penelitian	
3	12-11-2024	Revisi judul	
4	29-11-2024	Acc judul	
5	23-01-2025	Revisi bab 1 & Review jurnal	
6	28-02-2025	Revisi bab 1	
7	17-03-2025	Ganti judul & revisi	
8	11-04-2025	Revisi bab 2	
9	18-04-2025	Revisi bab 1 & 2	
10	06-05-2025	Revisi latar belakang & def. ops	
11	20-05-2025	Revisi def. ops & format (tcc proposal)	
12	04-07-2025	Revisi Implikasi	
13	09-07-2025	Revisi Bab 4 & 5	

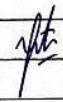
Mengetahui,
 Kaprodi Manajemen

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

A. KARTU BIMBINGAN PEMBIMBING I

KARTU BIMBINGAN

Nama : Leonia Vanessa Wijaya
NIM : 202111037
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Giri Palma di Kota Malang"
Periode Penyusunan Skripsi : Semester 7
Pembimbing I : Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.

No	Tanggal Bimbingan	Revisi	Tanda Tangan Dosen Pembimbing I
14	10-07-2025	Revisi Revisi Bab 4 (ACC)	

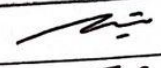
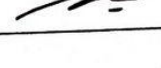
Mengetahui,
Kaprodi Manajemen

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

B. KARTU BIMBINGAN PEMBIMBING II

KARTU BIMBINGAN

Nama : Leonia Vanessa Wijaya
NIM : 202111037
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Giri Palma di Kota Malang"
Periode Penyusunan Skripsi : Semester 7
Pembimbing II : Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.

No	Tanggal Bimbingan	Revisi	Tanda Tangan Dosen Pembimbing II
1	8 Mei 2025	Revisi Bab 1-3	
2	15 Mei 2025	Revisi Bab 3	
3	20 Mei 2025	Acc proposal & revisi def.ops	
4	11 Juni 2025	Revisi Kuesioner	
5	10 Juli 2025	Revisi Bab 4	

Mengetahui,
Kaprodin Manajemen

Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.
NIDN. 0724018601

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Leonia Vanessa Wijaya

NIM : 202111037

Jurusan : Manajemen

menyatakan memberikan dan menyetujui Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya:

Judul : Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Giri Palma di Kota Malang

kepada Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkannya di internet (*Repository* UKWK, APTIK Digital Library, RAMA *Repository*, dll) atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan bersedia serta menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta/plagiarisme dalam karya ilmiah ini.

Malang, 21 Juli 2025



(Leonía Vanessa Wijaya)