

# LAMPIRAN

## Lapiran 1. KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Responden Penelitian

Di tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, saya:

Nama : Gita Somantri

Nim : 20150410023

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Aspek *Islamic branding* dan Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Wardah oleh Konsumen. (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Angkatan 2015-2017)”.

Maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi daftar pernyataan yang saya ajukan. Ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I merupakan bantuan yang sangat bernilai bagi saya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Gita Somantri



### SCREENING QUESTION

Untuk keperluan kelayakan data dari penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menceklis (√) pernyataan berikut ini:

1. Apakah anda pernah menggunakan produk kosmetik Wardah?\* :  
 Pernah                       Tidak Pernah
2. Apakah anda pernah membeli produk kosmetik Wardah lebih dari 1x ?  
 Ya                                   Tidak
3. Berapa lama anda menggunakan produk kosmetik Wardah:  
.....

\*) Jika “pernah” anda dapat melanjutkan kuesioner, jika “tidak pernah” anda tidak perlu melanjutkan kuesioner, terima kasih.

### CARA PENGISIAN KUESIONER

Setiap pernyataan terdiri dari lima alternatif jawaban, pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Sdr/I paling tepat, dengan memberikan tanda ceklis (√) pada kolom yang telah disediakan dengan pilihan jawaban yang telah tersedia.

### DAFTAR PERNYATAAN

#### Keterangan :

SS : Sangat Setuju    S : Setuju    N : Netral    TS: Tidak Setuju    STS :  
Sangat Tidak Setuju

<i>Perilaku Konsumen</i>						
No.	Daftar Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah anda selalu mengikuti trend gaya berpakaian yang paling terbaru					
2.	Apakah produk yang anda beli selalu produk yang premium (diatas rata-rata)					
3.	Apakah anda selalu konsultasi kepada keluarga anda sebelum membeli sebuah produk					
4.	Apakah anda jika melihat produk yang paling anda sukai, maka produk itu akan anda beli					
5.	Apakah anda selalu melihat produk yang dipakai orang lain sebagai referensi produk yang akan anda beli di kemudian hari					
6.	Apakah anda selalu membeli produk yang memuaskan diri anda					
7.	Apakah anda selalu membeli produk hanya pada saat anda senang saja					
8.	Apakah anda akan protes terhadap produsen jika produk yang anda beli tidak sesuai dengan apa yang diharapkan					

**Keterangan :**

SS : Sangat Setuju    S : Setuju    N : Netral    TS: Tidak Setuju    STS :  
Sangat Tidak Setuju

<i>Islamic branding</i>						
No.	Daftar Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Penduduk Indonesia adalah negara yang islami karena penduduknya yang mayoritas muslim					
2.	Produk dan Jasa (Kosmetik, Bank, Keuangan, dll) Islam di Indonesia mencerminkan Indonesia yang Islami					
3.	Indonesia yang Islami dan Modern dibuktikan dengan Masyarakat Muslim Indonesia yang modern					
4.	Indonesia yang Islami dibuktikan dengan Merek-merek perusahaan Islami di Indonesia.					
5.	Disuatu negara yang Islami terdapat banyak organisasi masyarakat yang Islami.					
6.	Kosmetik Wardah berasal dari negara Indonesia yang mayoritas populasinya Muslim, oleh karena itu Kosmetik Wardah adalah produk yang islami					
7.	Kosmetik Wardah Mayoritas sahamnya dimiliki oleh orang Muslim, oleh karena itu Kometik Wardah mencerminkan perusahaan Islam					

**Keterangan :**

TT : Tidak Tau (Sangat Rendah)      KT : Kurang Tau (rendah)      N : Netral  
 (Ragu-ragu)      T : Tau (cukup tinggi)      ST : Sangat Tau (tinggi)

<b>Perilaku Religiusitas (Pengetahuan Iman dan Ibadah)</b>						
No.	Pernyataan	TT	KT	N	T	ST
1.	Pengetahuan anda tentang sifat-sifat Allah (asmaul husna) dan Keberadaan-Nya					
2.	Pengetahuan anda tentang tugas 10 malaikat Allah yang wajib diketahui dan nama-namanya					
3.	Pengetahuan anda tentang nabi-nabi Allah yang wajib diketahui (jumlah 25 Nabi)					
4.	Pengetahuan anda tentang semua kitab Allah yang wajib diketahui (jumlah 4 kitab)					
5.	Pengetahuan anda tentang takdir ketentuan Allah dan maknanya bagi umat islam					
6.	Pengetahuan anda tentang <i>yaumul akhir</i> (hari akhir) dan maknanya bagi umat islam					
7.	Pengetahuan anda tentang bacaan syahadat dan maknanya					
8.	Pengetahuan anda tentang tata cara shalat wajib 5 waktu					
9.	Pengetahuan anda tentang tata cara berpuasa di bulan suci Ramadhan dan maknanya bagi umat islam					
10.	Pengetahuan anda tentang cara membayar zakat dan hukumnya bagi umat islam					
11.	Pengetahuan anda tentang tata cara ibadah haji dan hukumnya bagi umat islam					
12.	Pengetahuan anda tentang tata cara membaca Al-Quran					

**Keterangan :**

SS : Sangat Setuju S : Setuju N : Netral TS: Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

<b>Perilaku Religius (Sikap Iman &amp; Ibadah)</b>						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
13.	Saya yakin akan keberadaan Allah SWT sebagai Sang Pencipta yang memiliki sifat-sifat Maha Sempurna					
14.	Saya yakin akan keberadaan para malaikat Allah SWT dan tugasnya masing-masing					
15.	Saya yakin ke-25 Nabi adalah utusan Allah SWT					
16.	Saya yakin bahwa ke-4 Kitab (Taurat, Zabur, Injil dan Al-Quran) adalah Firman Allah SWT					
17.	Saya yakin bahwa segala sesuatu yang terjadi pada diri saya dan orang lain di dunia ini adalah takdir Allah SWT					
18.	Saya yakin pada hari akhir bahwa nanti seluruh umat manusia akan dibangkitkan dari kubur lalu akan dimintakan pertanggung jawaban atas perbuatannya selama di dunia					
19.	Saya yakin tiada Tuhan selain Allah dan Nabi Muhammad SAW adalah utusan Allah SWT					
20.	Saya yakin dengan mengerjakan shalat wajib 5 waktu saya akan diberi kemudahan dalam menjalani kehidupan ini					
21.	Saya yakin dengan berpuasa dibulan Ramadhan dapat meningkatkan amal baik saya dan pengendalian diri saya					
22.	Saya yakin dengan berzakat, rezeki saya akan bertambah dan terhindar dari murka Allah SWT					
23.	Saya meyakini ritual ibadah haji ke baitullah					



	sebagai simbol perjuangan hidup dimana wuquf di Arafah adalah gambaran tentang padang Mahsyar, tempat seluruh umat manusia dibangkitkan kembali dari kematian					
24.	Saya yakin bahwa Al-Quran adalah sumber petunjuk yang paling benar untuk diikuti dan diamalkan seluruh umat manusia tidak hanya orang muslim					

**Keterangan :**

TP : Tidak Pernah    HTP: Hampir tidak pernah    N: Netral/ ragu-ragu/ tidak tau    P/CS: Pernah beberapa kali/ Cukup Sering    S : Sering/ Selalu

<b>Perilaku Religius (Praktek Iman &amp; Ibadah)</b>						
No.	Pernyataan	TP	HTP	N	P/CS	S
25.	Kebiasaan anda melakukan zikir menyebut nama-nama Allah setelah selesai shalat wajib					
26.	Kebiasaan anda bershalawat Nabi Muhammad SAW setiap harinya					
27.	Kebiasaan anda untuk berusaha memelihara panca indera (mata, telinga, mulut, tangan, kaki) dari hal-hal yang tidak baik dan di larang oleh Allah SWT					
28.	Kebiasaan anda untuk berusaha meneladani akhlak Nabi Muhammad SAW dalam kehidupan sehari-hari					
29.	Kebiasaan anda untuk berusaha membaca Al-Quran setiap harinya					
30.	Kebiasaan anda berusaha berbuat baik guna mendapatkan pahala dan ridha Allah SWT					
31.	Kebiasaan anda membaca basmallah sebelum memulai suatu pekerjaan untuk mendapatkan					

	pahala dari Allah SWT					
32.	Kebiasaan anda untuk mengerjakan shalat wajib 5 waktu, sesuai perintah dari Allah SWT					
33.	Kebiasaan anda untuk berpuasa di bulan Ramadhan					
34.	Kebiasaan anda untuk bersedekah/ membayar zakat (bagi yang wajib)					
35.	Kebiasaan dan usaha anda untuk menabung demi beribadah haji/umrah ke baitullah					
36.	Kebiasaan anda untuk berusaha mengamalkan apa-apa yang diperintahkan Allah dalam Al-Quran selama ini					

Lapiran 2. HASIL SKORING JAWABAN RESPONDEN  
ISLAMIC BRANDING



No.	ISLAMIC BRANDING (X1)							Total
	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	
38	4	4	4	3	4	2	2	23
39	5	4	4	4	4	4	4	29
40	5	4	4	4	4	4	5	30
41	3	4	4	4	4	4	4	27
42	3	4	4	4	3	3	4	25
43	5	3	3	3	4	3	3	24
44	3	3	3	3	3	3	3	21
45	1	4	4	4	4	4	4	25
46	4	2	2	3	4	3	4	22
47	5	4	3	3	4	3	4	26
48	5	3	4	3	5	1	5	26
49	5	4	4	4	4	3	4	28
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	5	1	4	2	4	4	2	22
52	3	2	2	2	2	3	2	16
53	5	3	3	3	3	3	4	24
54	4	3	4	3	4	3	4	25
55	4	4	4	3	3	3	4	25
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	4	4	3	3	4	4	26
58	4	3	4	4	3	3	4	25
59	4	4	4	4	5	4	4	29
60	4	2	3	2	4	3	3	21
61	4	4	4	4	4	4	4	28
62	4	3	3	3	4	3	4	24
63	4	3	2	4	4	4	4	25
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	5	4	5	2	4	3	4	27
66	5	4	4	4	4	4	4	29
67	4	3	4	2	3	3	2	21
68	5	4	4	4	4	4	4	29
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	4	4	3	3	4	4	4	26
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	3	3	4	3	3	3	3	22
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	5	3	3	4	4	3	5	27

No.	ISLAMIC BRANDING (X1)							Total
	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	
75	2	2	2	3	3	3	3	18
76	3	3	4	3	3	4	4	24
77	5	4	4	3	4	4	4	28
78	4	3	4	4	4	4	3	26
79	3	4	2	2	3	4	3	21
80	4	4	3	2	3	3	4	23
81	4	3	3	3	2	2	4	21
82	4	3	4	3	3	4	4	25
83	3	4	4	4	4	4	4	27
84	5	4	4	4	4	4	4	29
85	5	4	4	4	4	3	4	28
86	3	3	4	4	4	3	3	24
87	5	4	4	4	4	3	4	28
88	4	3	4	4	4	4	4	27
89	4	4	3	4	4	4	3	26
90	5	3	4	4	4	4	4	28
91	4	2	2	2	3	2	3	18
92	5	4	4	3	4	3	4	27
93	5	3	4	4	4	3	4	27
94	4	5	5	5	5	5	5	34
95	5	3	4	4	4	4	5	29
96	4	3	3	3	3	3	3	22
97	5	4	5	4	5	5	5	33
98	3	3	4	3	4	3	4	24
99	4	3	4	3	4	4	4	26
100	4	3	3	4	4	3	3	24



No.	RELIGIUSITAS (X2)											
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12
36	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3
39	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
40	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
41	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
42	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
45	4	4	4	5	4	5	5	5	4	2	4	4
46	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
51	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
53	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4
58	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4
59	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
60	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
65	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4
70	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
71	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
72	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4









No.	RELIGIUSITAS (X2)												
	R13	R14	R15	R16	R17	R18	R19	R20	R21	R22	R23	R24	R25
79	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
85	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
86	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4
87	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
88	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
98	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
99	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4

## RELIGIUSITAS (Lanjutan)

No.	RELIGIUSITAS (X2)											Total
	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	
1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	153
2	3	4	4	4	5	5	4	5	3	3	5	152
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	172
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	164
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	170
6	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	89
7	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	154
8	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	123
9	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	170
10	2	4	3	5	4	5	5	5	4	2	4	160

No.	RELIGIUSITAS (X2)											Total
	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	
11	2	4	4	2	4	4	4	5	4	2	4	144
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	179
13	4	4	3	3	4	4	5	5	5	2	5	166
14	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	170
15	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	160
16	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	163
17	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	89
18	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	141
19	4	4	4	5	5	4	5	5	5	2	4	162
20	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	150
21	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	160
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	174
23	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	173
24	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	171
25	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	152
26	4	3	4	4	4	5	4	5	5	1	4	144
27	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	166
28	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	175
29	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	89
30	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	164
31	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	165
32	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	153
33	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	165
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	163
35	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	151
36	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	173
37	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	173
38	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	142
39	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	161
40	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	173
41	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	167
42	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	164
43	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	5	143
44	4	4	4	5	4	4	5	5	4	1	4	142
45	2	4	4	4	5	5	5	5	1	1	4	152
46	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	170
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	179

No.	RELIGIUSITAS (X2)											Total
	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	177
49	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	173
50	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	165
51	4	4	4	5	4	4	5	5	5	1	3	153
52	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	143
53	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	159
54	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	172
55	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	161
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	164
57	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2	4	157
58	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	167
59	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	168
60	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	141
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	165
62	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	4	160
63	4	3	4	4	4	4	5	5	3	3	4	143
64	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	168
65	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	168
66	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	157
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	152
68	5	4	4	5	5	5	5	5	1	4	5	161
69	4	3	4	4	5	4	5	5	5	3	4	159
70	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	168
71	4	4	3	3	4	5	4	5	5	3	3	149
72	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	5	154
73	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	162
74	5	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	171
75	4	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	148
76	4	4	4	4	3	3	5	5	4	3	4	161
77	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	163
78	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	153
79	3	3	4	3	4	4	4	5	3	2	4	147
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	180
81	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	169
82	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	174
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	169
84	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	168

No.	RELIGIUSITAS (X2)											Total
	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	
85	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	157
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	162
87	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	168
88	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	146
89	3	3	3	4	4	4	5	5	5	3	3	152
90	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	164
91	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	166
92	4	3	3	2	4	3	3	4	4	2	4	147
93	3	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	155
94	3	3	4	4	5	5	5	5	5	3	4	160
95	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	159
96	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	157
97	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	167
98	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	162
99	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	157
100	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	158

## KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)

No.	KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)								Total
	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	
1	2	1	3	3	2	3	3	3	20
2	3	3	2	4	4	5	3	3	27
3	5	4	4	4	5	5	5	5	37
4	4	4	3	4	4	5	3	3	30
5	3	3	5	3	5	5	5	4	33
6	3	2	2	4	4	3	2	1	21
7	5	5	4	4	5	5	5	5	38
8	3	3	3	4	3	4	3	3	26
9	3	2	2	3	4	4	2	2	22
10	1	4	5	2	3	4	1	3	23
11	3	3	2	5	4	4	2	3	26
12	1	1	1	2	1	5	1	5	17
13	2	2	1	2	4	4	2	2	19
14	3	4	5	5	4	5	2	3	31
15	3	3	2	4	4	4	3	3	26
16	2	2	2	2	2	5	2	4	21
17	2	3	3	2	2	2	3	3	20
18	3	4	4	5	4	5	2	4	31
19	2	2	4	5	5	4	4	3	29
20	3	3	4	4	4	4	3	3	28
21	2	3	3	2	2	2	2	3	19
22	4	3	2	4	4	5	2	4	28
23	3	2	2	2	2	3	2	2	18
24	5	3	3	5	4	4	2	4	30
25	3	3	4	4	4	4	2	2	26
26	5	4	4	5	5	5	4	4	36
27	3	4	2	5	5	5	5	3	32
28	3	3	4	4	3	3	2	4	26
29	5	4	4	5	5	5	4	4	36
30	3	2	2	3	4	4	2	3	23
31	4	4	4	4	4	5	3	4	32
32	3	3	4	4	2	4	1	4	25
33	3	2	3	3	4	4	3	3	25
34	3	4	2	4	4	3	4	3	27
35	4	4	4	3	3	4	2	3	27





No.	KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)								Total
	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	
73	3	3	2	3	3	3	3	3	23
74	1	4	1	3	2	4	4	3	22
75	3	2	4	4	2	4	2	2	23
76	2	2	2	4	3	4	3	4	24
77	3	3	4	3	3	4	2	3	25
78	4	2	2	4	4	4	2	3	25
79	3	3	2	4	3	4	3	2	24
80	3	3	4	3	4	5	4	3	29
81	3	3	4	3	4	5	3	5	30
82	4	3	2	3	4	3	3	3	25
83	3	4	4	2	5	4	2	3	27
84	3	3	4	3	3	5	2	4	27
85	3	4	3	4	3	3	5	3	28
86	3	3	5	4	3	4	2	4	28
87	3	3	4	3	3	4	2	3	25
88	3	3	3	3	4	4	2	4	26
89	4	3	3	3	4	4	4	3	28
90	3	3	3	4	3	4	2	3	25
91	2	2	2	3	4	4	1	4	22
92	4	2	2	4	4	4	3	4	27
93	3	3	2	4	4	5	2	4	27
94	4	3	2	4	4	5	4	4	30
95	4	3	4	5	4	4	3	4	31
96	3	3	3	3	3	4	3	4	26
97	3	2	3	3	3	3	3	3	23
98	3	3	4	4	4	5	2	3	28
99	3	2	3	4	4	3	3	5	27
100	3	3	4	3	3	4	3	3	26

Laporan 3. HASIL DATA STATISTIK SPSS  
 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas  
 Uji Validitas *Islamic Branding*

**Correlations**

	IB.1	IB.2	IB.3	IB.4	IB.5	IB.6	IB.7	IB.8	IB
IB. 1 Pearson Correlation	1	.479**	,308	.679**	.711**	.530**	.453*	,358	.786**
Sig. (2-tailed)		,007	,098	,000	,000	,003	,012	,052	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IB. 2 Pearson Correlation	.479**	1	,098	.665**	.483**	.546**	.398*	,249	.664**
Sig. (2-tailed)	,007		,607	,000	,007	,002	,030	,185	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IB. 3 Pearson Correlation	,308	,098	1	.473**	.372*	,277	,342	,128	.513**
Sig. (2-tailed)	,098	,607		,008	,043	,139	,064	,500	,004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IB. 4 Pearson Correlation	.679**	.665**	.473**	1	.713**	.700**	.604**	,354	.894**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,008		,000	,000	,000	,055	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IB. 5 Pearson Correlation	.711**	.483**	.372*	.713**	1	.642**	.508**	,305	.810**
Sig. (2-tailed)	,000	,007	,043	,000		,000	,004	,101	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IB. 6 Pearson Correlation	.530**	.546**	,277	.700**	.642**	1	.488**	.386*	.768**
Sig. (2-tailed)	,003	,002	,139	,000	,000		,006	,035	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	IB.1	IB.2	IB.3	IB.4	IB.5	IB.6	IB.7	IB.8	IB

IB. 7	Pearson Correlation	.453*	.398*	.342	.604**	.508**	.488**	1	.688**	.778**
	Sig. (2-tailed)	,012	,030	,064	,000	,004	,006		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IB. 8	Pearson Correlation	,358	,249	,128	,354	,305	.386*	.688**	1	.602**
	Sig. (2-tailed)	,052	,185	,500	,055	,101	,035	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IB	Pearson Correlation	.786**	.664**	.513**	.894**	.810**	.768**	.778**	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,004	,000	,000	,000	,000	,000	
	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).

#### Uji Validitas Religiusitas

#### Correlations

		Total
R.1	Pearson Correlation	,296
	Sig. (2-tailed)	,112
	N	30
R.2	Pearson Correlation	,270
	Sig. (2-tailed)	,149
	N	30
R.3	Pearson Correlation	,241
	Sig. (2-tailed)	,200
	N	30
R.4	Pearson Correlation	,255
	Sig. (2-tailed)	,173
	N	30

		Total
R.5	Pearson	
	Correlation	,314
	Sig. (2-tailed)	,091
	N	30
R.6	Pearson	
	Correlation	,146
	Sig. (2-tailed)	,440
	N	30
R.7	Pearson	
	Correlation	.835**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.8	Pearson	
	Correlation	.791**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.9	Pearson	
	Correlation	.618**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.10	Pearson	
	Correlation	.863**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.11	Pearson	
	Correlation	.788**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.12	Pearson	
	Correlation	.723**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.13	Pearson	
	Correlation	.714**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.14	Pearson	
	Correlation	.894**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

		Total
R.15	Pearson Correlation	.873**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.16	Pearson Correlation	.839**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.17	Pearson Correlation	.657**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.18	Pearson Correlation	.780**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.19	Pearson Correlation	.887**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.20	Pearson Correlation	.908**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.21	Pearson Correlation	.913**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.22	Pearson Correlation	.908**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.23	Pearson Correlation	.850**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.24	Pearson Correlation	.889**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

		Total
R.25	Pearson Correlation	.904**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.26	Pearson Correlation	.918**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.27	Pearson Correlation	.890**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.28	Pearson Correlation	.878**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.29	Pearson Correlation	.838**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.30	Pearson Correlation	.905**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.31	Pearson Correlation	.903**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.32	Pearson Correlation	.607**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.33	Pearson Correlation	.755**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.34	Pearson Correlation	.651**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

		Total
R.35	Pearson Correlation	.719**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.36	Pearson Correlation	.830**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.37	Pearson Correlation	.833**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.38	Pearson Correlation	.899**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.39	Pearson Correlation	.890**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.40	Pearson Correlation	.815**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R.41	Pearson Correlation	.387*
	Sig. (2-tailed)	,035
	N	30
R.42	Pearson Correlation	.876**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
R	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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

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





		KK. 1	KK. 2	KK. 3	KK. 4	KK. 5	KK. 6	KK. 7	KK. 8	KK
KK. 7	Pearson Correlation	.518 **	.453 *	.338	.386 *	.632 **	.330	1	.341	.725 **
	Sig. (2- tailed)	,003	,012	,068	,035	,000	,075		,066	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK. 8	Pearson Correlation	,344	,351	,275	,152	,078	.507 **	.341	1	.519 **
	Sig. (2- tailed)	,063	,057	,141	,424	,681	,004	,066		,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK	Pearson Correlation	.782 **	.787 **	.589 **	.745 **	.818 **	.637 **	.725 **	.519 **	1
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,003	
	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).

#### Uji Reliabilitas

##### Uji Reliabilitas *Islamic Branding*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,873	8

##### Uji Reliabilitas Religiusitas

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,985	36

## Uji Reliabilitas Keputusan Konsumen

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	8

**Hasil Uji Regresi Sederhana**

## Variables Entered/Removed(a)

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Islamic Branding(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Keputusan Konsumen

## Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,075(a)	,006	-,004	4,17273

a Predictors: (Constant), Islamic Branding

## ANOVA(a)

Mode		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,699	1	9,699	,557	,457(a)
	Residual	1706,341	98	17,412		
	Total	1716,040	99			

a Predictors: (Constant), Islamic Branding

b Dependent Variable: Keputusan Konsumen

## Coefficients(a)

Mode 1		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	24,123	2,735		8,820	,000
	Islamic Branding	,069	,092	,075	,746	,457

a Dependent Variable: Keputusan Konsumen

### Hasil Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis*)

## Variables Entered/Removed(b)

Mode 1	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Islamic Branding*Religiusitas, Religiusitas, Islamic Branding(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Perilaku Konsumen

## Model Summary

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,346(a)	,120	,092	3,96641

a Predictors: (Constant), Islamic Branding\*Religiusitas, Religiusitas, Islamic Branding

## ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205,732	3	68,577	4,359	,006(a)
	Residual	1510,308	96	15,732		
	Total	1716,040	99			

a Predictors: (Constant), Islamic Branding\*Religiusitas, Religiusitas, Islamic Branding

b Dependent Variable: Perilaku Konsumen

## Coefficients(b)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-48,989	21,293		-2,301	,024
	Islamic Branding	2,431	,725	2,658	3,353	,001
	Religiusitas	,446	,128	1,965	3,478	,001
	Islamic Branding*Religiusitas	-,014	,004	-3,553	-3,320	,001

a Dependent Variable: Perilaku Konsumen



# UMY

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA

Unggul & Islami

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

- Program Studi Manajemen (Terakreditasi A, 2013)
- Program Studi Akuntansi (Terakreditasi A, 2015)
- Program Studi IESP (Terakreditasi A, 2016)

**JUMLAH MAHASISWA AKTIF  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

PROGRAM STUDI	2015	2016	2017	Jumlah
Manajemen	302	277	444	1023
Akuntansi	273	286	331	890
Ekonomi Pembangunan	320	283	271	874
	Jumlah Total			2.787



**ADDRESS**

Kampus Terpadu UMY  
Jl. Lingkar Selatan • Tamantirto • Kasihan • Bantul  
Yogyakarta 55183  
Indonesia

**CONTACT**

Phone : +62 274 387656 ext.117  
Fax : +62 274 387646  
Email : info.feb@umy.ac.id  
Web : www.umy.ac.id

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Skripsi atas:

Nama : GITA SOMANTRI  
NIM : 20150410023  
Prodi : Manajemen  
Judul : ASPEK ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH OLEH KONSUMEN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
Dosen Pembimbing : Dr. Susanto, M.S.

**Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan indeks similaritasnya sebesar 19%.**

Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui  
Ka. Ur. Pengelolahan



Laela Niswatin, S.I.Pust

Yogyakarta, 22-12-2018  
yang melaksanakan pengecekan



Ikram Al-Zein, S.Kom.I