

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Perusahaan E-commerce Tokopedia Terhadap Mahasiswa UNIKA Soegijapranata Semarang)

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Brigitta Margo, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan topik yaitu pengaruh *brand ambassador* dan *brand image* Tokopedia terhadap keputusan pembelian pada toko online (studi kasus pada e-commerce Tokopedia). Saat ini saya sedang membutuhkan responden untuk mengisi kuisioner skripsi saya. Adapun kriteria untuk responden penelitian ini yaitu :

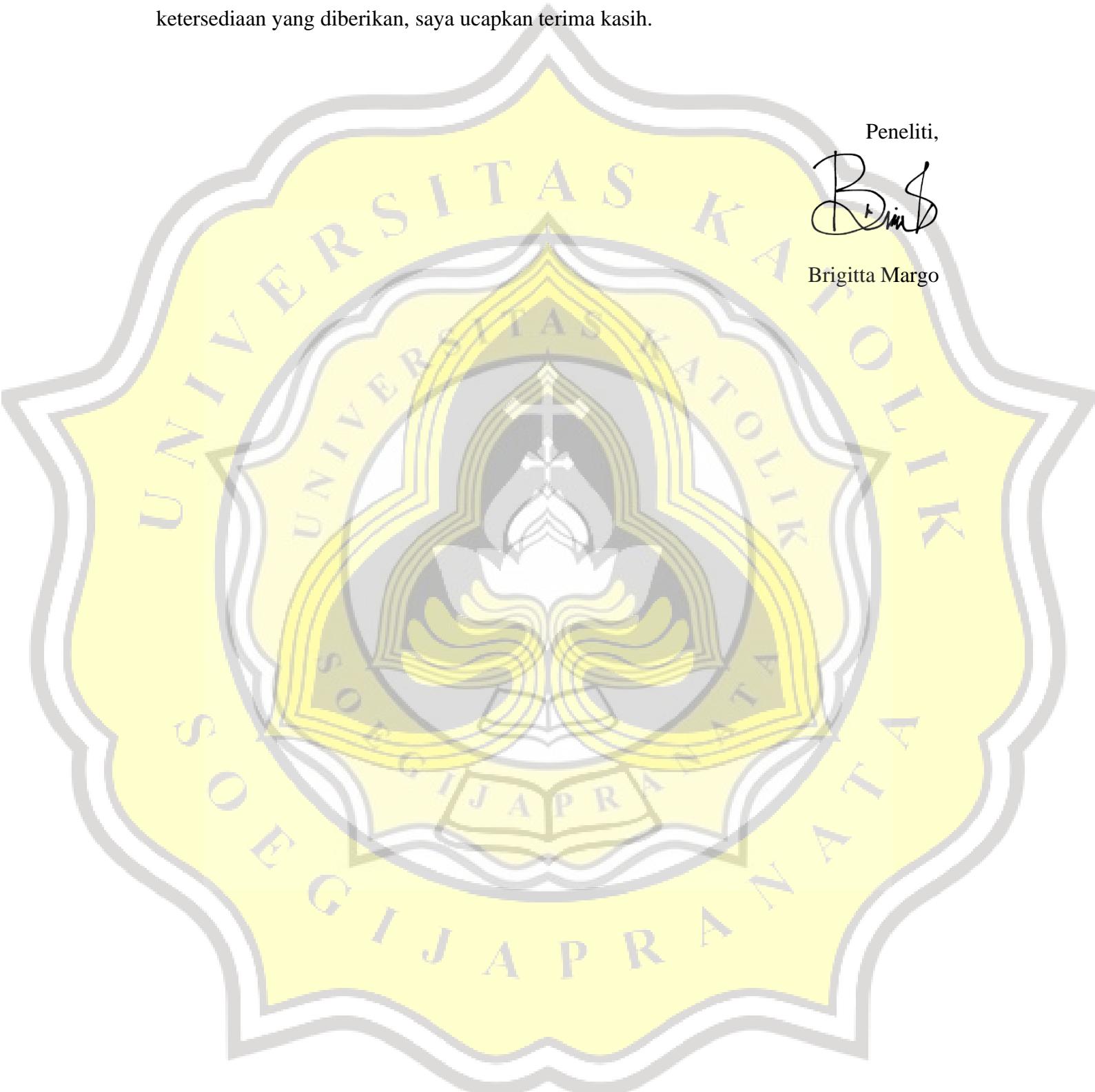
1. Berusia 16 – 30 tahun
2. Memiliki pengalaman belanja online dan menggunakan e-commerce Tokopedia
3. Melakukan pembelanjaan pada e-commerce Tokopedia minimal 3 kali dalam satu bulan
4. Melakukan pembelian minimal sebesar \geq Rp 10.000

Kuisisioner ini terdiri dari 4 bagaian, yaitu :

- I. Identitas responden
- II. Instrumen brand ambassador
- III. Instrumen brand image Tokopedia
- IV. Instrumen keputusan pembelian

Keempat bagian tersebut memiliki petunjuk masing-masing, harap untuk mencermati setiap petunjuk pengisian yang telah tertera sebelum mengisi. Penelitian ini hanya

sekedar kebutuhan akademis dan kerahasiaan identitas anda akan terjaga. Hasil penelitian akan ditulis dalam bentuk laporan penelitian. Saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner di bawah ini berdasarkan jawaban anda atas ketersediaan yang diberikan, saya ucapan terima kasih.



Peneliti,

B
Brigitta Margo

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom pilihan jawaban yang telah tersedia.

1. Saya telah membaca dan memahami penjelasan diatas dan bersedia mengisi kuisioner ini.
 - Ya
2. Dengan ini saya menyatakan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
 - Ya

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama
2. Usia
 - 16-20
 - 21-25
 - 25-30
3. Jenis Kelamin
 - Perempuan
 - Laki-laki
4. Fakultas
 - Arsitektur & Desain
 - Bahasa & Seni
 - Ekonomi & Bisnis
 - Hukum & Komunikasi
 - Teknologi Pangan
 - Ilmu Komputer
 - Kedokteran
 - Psikologi
 - Teknik
 - Ilmu &Teknologi Lingkungan

5. Dalam sebulan berapa kali melakukan pembelanjaan online :

- 3x
- 5x
- $\geq 10x$

6. Jumlah harga dalam sekali berbelanja :

- Rp. 10.000
- Rp 35.000
- \geq Rp. 50.000

7. Saat berbelanja online, barang yang dibeli digunakan untuk kebutuhan pribadi atau dijual kembali :

- Konsumsi pribadi
- Dijual kembali

8. Biasanya saat melakukan pembelian online membeli jenis barang apa saja (ditulis jenis barangnya) :

Menulis Jawaban :

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Jawablah masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian Anda. Pilihlah salah satu jawaban dari kolom alternatif jawaban yang sesuai dengan cara memberi tanda centang (✓) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan jawaban sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

NO	PERTANYAAN	1	2	3	4	5
BRAND AMBASSADOR						
1.	Dijadikannya BTS dan Blackpink sebagai <i>brand ambassador</i> menjadi kekuatan yang dapat menarik saya untuk mengunjungi dan berbelanja pada Tokopedia.					
2.	Citra yang baik dari BTS dan Blackpink sebagai <i>Brand ambassador</i> membuat saya yakin mengunjungi dan berbelanja pada Tokopedia.					
3.	BTS dan Blackpink memiliki citra yang dapat mewakili Tokopedia membuat saya yakin menggunakan Tokopedia.					
4.	Popularitas BTS dan Blackpink sebagai <i>brand ambassador</i> yang membuat saya tertarik pada Tokopedia.					
5.	Pesona bintang yang dimiliki BTS dan Blackpink yang membuat saya tertarik mengunjungi dan berbelanja pada Tokopedia.					

6.	Peran BTS dan Blackpink sebagai <i>brand ambassador</i> pada Tokopedia membuat saya lebih mudah mengenal dan mengingat <i>marketplace</i> tersebut.				
----	---	--	--	--	--

BRAND IMAGE

1.	Saya merasa Tokopedia memiliki ciri khas diantara <i>marketplace</i> lainnya.				
2.	Menurut saya Tokopedia memiliki kualitas yang lebih baik dibanding <i>marketplace</i> lainnya.				
3.	Dengan berbagai katagori barang yang ada saya merasa puas berbelanja pada Tokopedia.				
4.	Pelayanan yang diberikan untuk melakukan komunikasi antar penjual dan pembeli yang baik mempengaruhi saya untuk berbelanja pada Tokopedia.				
5.	Dengan adanya BTS dan Blackpink sebagai <i>brand ambassador</i> yang selalu ada dalam setiap promosi menjadi pemikiran saya terhadap Tokopedia.				
6.	Dengan adanya promosi setiap akhir bulan membuat saya ingin berbelanja pada Tokopedia.				

KEPUTUSAN PEMBELIAN

1.	Tokopedia dapat memenuhi keinginan saya sehingga dapat memuaskan kebutuhan saya.				
2.	BTS dan Blackpink, keluarga dan teman mempengaruhi saya untuk berbelanja pada Tokopedia.				
3.	Berbagai produk yang sudah terkenal dan terjamin keasliannya membuat saya ingin berbelanja pada Tokopedia.				
4.	Informasi yang diberikan oleh <i>brand ambassador</i> mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan pembelian.				
5.	Tokopedia merupakan salah satu <i>marketplace</i> yang sering saya gunakan.				

6.	Dengan tersedianya layanan yang memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran membuat saya mengambil keputusan pembelian.				
7.	Keamanan dan sudah terpercaya membuat saya mengambil keputusan pembelian pada Tokopedia.				
PERTANYAAN TERBUKA					
1.	Setelah masa kontrak <i>brand ambassador</i> BTS dan Blackpink selesai saya akan tetap berbelanja menggunakan <i>e-commerce</i> Tokopedia.				
2.	Saya akan merekomendasikan pemilihan <i>brand ambassador</i> untuk <i>e-commerce</i> Tokopedia.				

Lampiran 2 Kuesioner Google Form

Link Google Form : <https://forms.gle/fPqbPVh9SJYthEeA9>



Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online (Studi Kasus Pada E-Commerce Tokopedia Pada Mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang)

Perkenalkan saya Brigitta Margo, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan topik yaitu pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian pada toko online (studi kasus pada e-commerce Tokopedia pada Mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang). Saat ini saya sedang membutuhkan responden untuk mengisi kuisioner skripsi saya.

Adapun kriteria untuk responden penelitian ini yaitu :

1. Berusia 16 – 30 tahun
2. Memiliki pengalaman belanja online dan menggunakan e-commerce Tokopedia
3. Melakukan pembelanjaan pada e-commerce Tokopedia minimal 5 kali dalam satu bulan
4. Melakukan pembelian minimal sebesar ≥ Rp 10.000

Kuisioner ini terdiri dari 4 bagian, yaitu :

- I. Identitas responden
- II. Instrumen brand ambassador
- III. Instrumen brand image
- IV. Instrumen keputusan pembelian

Keempat bagian tersebut memiliki petunjuk masing-masing, harap untuk mencermati setiap petunjuk pengisian yang telah tertera sebelum mengisi.

Keempat bagian tersebut memiliki petunjuk masing-masing, harap untuk mencermati setiap petunjuk pengisian yang telah tertera sebelum mengisi. Penelitian ini hanya sekedar kebutuhan akademis dan kerahasiaan identitas anda akan terjaga. Hasil penelitian akan dituliskan dalam bentuk laporan penelitian.

Saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuisioner di bawah ini bila anda sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Jika ada saran dan pertanyaan dapat menuliskan pada bagian akhir kuisioner ini atau bisa menghubungi saya melalui email : brigitamargoo@gmail.com

Terima kasih banyak untuk waktu yang telah diluangkan dan partisipasi dalam mengisi kuisioner ini.

Salam,
Brigitta Margo

17d10073@student.unika.ac.id
(not shared) [Switch account](#)

* Required

Saya telah membaca dan memahami penjelasan diatas dan bersedia mengisi kuisioner ini *

Ya

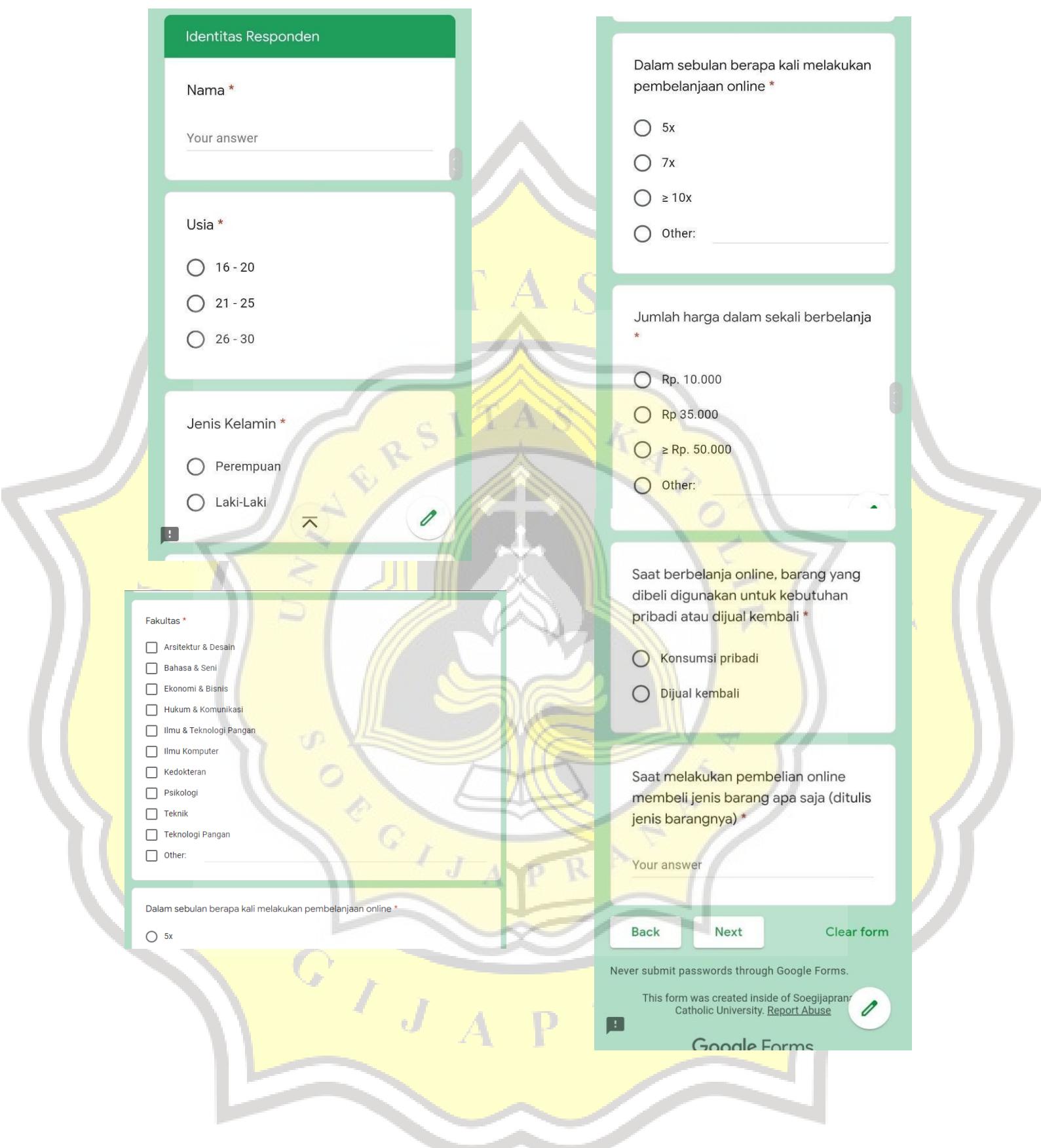
Dengan ini saya menyatakan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini *

Ya

Next **Clear form**

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Soegijapranata Catholic University. [Report Abuse](#)



Identitas Responden

Nama *

Your answer _____

Usia *

- 16 - 20
- 21 - 25
- 26 - 30

Jenis Kelamin *

- Perempuan
- Laki-Laki

Fakultas *

- Arsitektur & Desain
- Bahasa & Seni
- Ekonomi & Bisnis
- Hukum & Komunikasi
- Ilmu & Teknologi Pangan
- Ilmu Komputer
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknik
- Teknologi Pangan
- Other: _____

Dalam sebulan berapa kali melakukan pembelanjaan online *

- 5x
- 7x
- ≥ 10x
- Other: _____

Jumlah harga dalam sekali berbelanja *

- Rp. 10.000
- Rp 35.000
- ≥ Rp. 50.000
- Other: _____

Saat berbelanja online, barang yang dibeli digunakan untuk kebutuhan pribadi atau dijual kembali *

- Konsumsi pribadi
- Dijual kembali

Saat melakukan pembelian online membeli jenis barang apa saja (ditulis jenis barangnya) *

Your answer _____

Back **Next** **Clear form**

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Soegijapranata Catholic University. [Report Abuse](#) 

Google Forms

Brand Ambassador

Keterangan jawaban sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju



Dihadikannya BTS dan Blackpink sebagai brand ambassador menjadi kekuatan yang dapat menarik saya untuk mengunjungi dan berbelanja pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Citra yang baik dari BTS dan Blackpink sebagai Brand ambassador membuat saya yakin mengunjungi dan berbelanja pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

BTS dan Blackpink memiliki citra yang dapat mewakili Tokopedia membuat saya yakin menggunakan Tokopedia.
*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Popularitas BTS dan Blackpink sebagai brand ambassador yang membuat saya tertarik pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pesona bintang yang dimiliki BTS dan Blackpink yang membuat saya tertarik mengunjungi dan berbelanja pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Peran BTS dan Blackpink sebagai brand ambassador pada Tokopedia membuat saya lebih mudah mengenal dan mengingat marketplace tersebut.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

! Back

Next

Clear

Brand Image

Keterangan jawaban sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Saya merasa Tokopedia memiliki ciri khas diantara marketplace lainnya.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Sangat Setuju

Menurut saya Tokopedia memiliki kualitas yang lebih baik dibanding marketplace lainnya.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Sangat Setuju

Pelayanan yang diberikan untuk melakukan komunikasi antar penjual dan pembeli yang baik mempengaruhi saya untuk berbelanja pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Sangat Setuju

Dengan adanya BTS dan Blackpink sebagai brand ambassador yang

Dengan adanya BTS dan Blackpink sebagai brand ambassador yang selalu ada dalam setiap promosi menjadi pemikiran saya terhadap Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Sangat Setuju

Dengan adanya promosi setiap akhir bulan membuat saya ingin berbelanja pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Sangat Setuju

Back Next Clear

Keputusan Pembelian

Keterangan jawaban sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Tokopedia dapat memenuhi keinginan saya sehingga dapat memuaskan kebutuhan saya.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Sangat Setuju

Brand ambassador, keluarga dan teman mempengaruhi saya untuk berbelanja pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Berbagai produk yang sudah terkenal dan terjamin keasliannya membuat saya ingin berbelanja pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Informasi yang diberikan oleh brand ambassador mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan pembelian.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Tokopedia merupakan salah satu marketplace yang sering saya gunakan.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Dengan tersedianya layanan yang memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran membuat saya mengambil keputusan pembelian.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Keamanan dan sudah terpercaya membuat saya mengambil keputusan pembelian pada Tokopedia.*

memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran membuat saya mengambil keputusan pembelian.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Keamanan dan sudah terpercaya membuat saya mengambil keputusan pembelian pada Tokopedia.*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Back Next Clear form

Pertanyaan Terbuka

Mohon dijawab

Setelah masa kontrak brand ambassador BTS dan Blackpink selesai saya akan tetap berbelanja menggunakan e-commerce Tokopedia.*

- Ya
 Tidak

Saya akan merekomendasikan pemilihan brand ambassador untuk e-commerce Tokopedia.*

- Ya
 Tidak

Lampiran 3 Hasil Face Validity

Hasil Face Validity

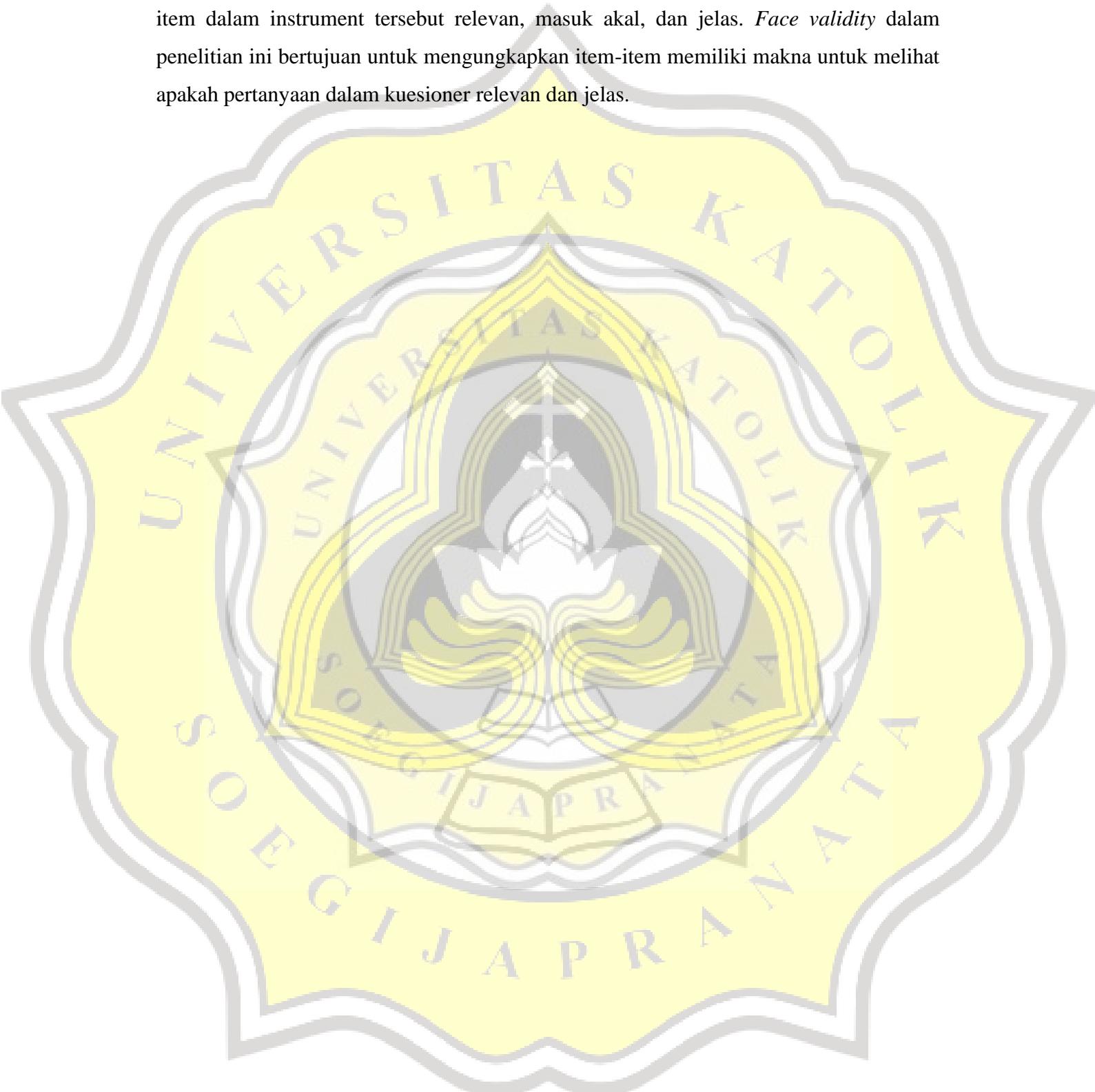
Dalam penelitian ini, pra survey diberikan kepada 31 responden untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi bahwa pertanyaan dalam keusioner tepat atau tidak, dan diperoleh hasil 31 item yang ditampilkan.

No	Item
1	Kuesioner sudah bagus tetapi mungkin pertanyaan bisa dikurangi sedikit biar tidak terlalu banyak
2	menurut saya BA sangat mempengaruhi nilai untuk sebuah e commerce tapi belum tentu berpengaruh terhadap keputusan dan loyalitas konsumen pada tokped
3	Sudah cukup baik.. Promosi yg diberikan juga sudah berbagai macam dan menarik
4	mungkin kriteria bisa lebih rinci lagi
5	Brand ambasador emang membuat beberapa target pasar tertarik. Tapi gak selalu brand ambassador yang selalu menarik konsumen. Untuk tokopedia memang bagus mereka menggunakan BA yang menarik.
6	Mungkin banyak kata yang susah dipahami jadi harus mengulang dalam membaca
7	Beberapa pertanyaan terlihat serupa. Mungkin bisa dikerucutkan pada hal lain atau dijelaskan lebih rinci apabila beda konteks.
8	Tidak ada
9	diberikan contoh nama brand ambassadornya karena tidak setiap responden tau brand ambassadornya
10	Pertanyaannya lebih bervariasi dan menarik, adain giveaway apapun gausah mahal2 biar menarik minat responden.

No	Item
11	semoga tokopedia menjadi lebih baik lagi agar penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi dengan mudah dan aman
12	Bagus
13	Tidak ada saran maupun keritik hanya pertanyaan mengenai kesehatan pembuat kuisioner ini ?
14	Semangattt agachaaannnn
15	pertanyaan setiap variable jika bisa jangan terlalu banyak
16	Oke bgtz sih. Mungkin bisa ditambah subjudul atau subtema di setiap bagian.
17	Tidak ada
18	Pertanyaan terlalu panjang
19	Sudah sangat bagus
20	Untuk pekerjaan sharusnya ada pilihan karyawan swasta
21	oke
22	ndak ada sih
23	Sudah bagus
24	Pertanyaan ada yang memiliki pengertian yang sama
25	Kembangkan daya jual produk dan tingkatkan, detail
26	Sudah baik
27	Kuesioner susah cukup bagus, sayangnya pernyataannya seperti mengulang ngulang. Tapi tetep Semangattttt
28	Pertanyaan banyak yang double2 tapi overall cukup baik
29	pertanyaan bisa dibuat lebih simple biar tidak baca berulang-ulang
30	sudah bagus dan baik
31	banyak pertanyaan yang berulang

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021.

Item tersebut selanjutnya diuji menggunakan *face validity*. Menurut Oluwatayo (2012) dalam Taherdoost (2018) *face validity* adalah uji untuk mengukuran penilaian subjektif peneliti mengenai penyajian dan relevansi alat ukur, untuk menentukan apakah item dalam instrument tersebut relevan, masuk akal, dan jelas. *Face validity* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan item-item memiliki makna untuk melihat apakah pertanyaan dalam kuesioner relevan dan jelas.



Lampiran 4 Data Responden

Usia	Jenis Kelamin	Fakultas	Dalam sebulan berapa kali melakukan pembelanjaan online	Jumlah Pengeluaran dalam sekali berbelanja	Saat berbelanja online, barang yang dibeli digunakan untuk kebutuhan pribadi atau dijual kembali
2	2	3	1	3	1
2	1	5	2	3	2
2	1	3	2	2	1
2	2	5	2	1	1
2	1	3	2	3	1
2	1	2	2	2	1
2	1	3	2	3	2
2	1	5	2	3	1
2	1	3	2	3	1
2	1	4	2	3	2
1	1	1	2	3	1
2	1	5	1	3	1
2	1	3	2	3	1
2	1	3	2	3	1
1	1	4	2	3	1
2	1	3	3	3	1
2	2	4	2	3	1
2	1	3	2	3	1
2	2	4	1	3	1
2	1	3	3	3	2
2	2	4	2	3	1
2	1	1	1	2	1
3	1	3	2	3	1
3	2	6	2	3	1
2	2	8	2	3	1
2	2	4	1	3	1
2	2	4	2	3	1
2	1	3	2	2	1
2	2	3	2	3	1
2	2	3	1	3	1
2	1	3	2	3	1
2	1	3	1	3	1
2	1	3	2	3	1

Usia	Jenis Kelamin	Fakultas	Dalam sebulan berapa kali melakukan pembelanjaan online	Jumlah Pengeluaran dalam sekali berbelanja	Saat berbelanja online, barang yang dibeli digunakan untuk kebutuhan pribadi atau dijual kembali
2	1	3	2	2	1
2	2	3	3	3	1
2	1	3	2	3	1
2	1	3	3	3	1
2	2	3	3	2	1
2	1	3	2	2	1
2	2	3	1	3	1
2	2	9	2	3	1
3	1	3	1	3	1
3	1	3	2	3	1
2	1	3	2	3	2
3	2	1	2	3	1
3	2	9	1	3	1
3	1	3	2	3	1
2	1	1	3	3	1
1	2	6	2	3	1
3	2	7	3	3	1
2	2	7	2	3	1
2	1	8	2	3	1
2	2	1	1	3	1
3	1	8	2	3	1
3	1	8	2	3	1
2	1	3	2	3	1
2	1	3	1	2	1
2	1	8	3	3	1
1	1	8	3	3	1
2	2	3	1	3	1
2	2	8	2	3	1
1	2	9	1	3	1
1	2	3	2	3	1
2	1	1	1	3	1
1	1	3	1	3	1
1	2	6	2	3	1
1	2	6	2	3	1
1	1	3	2	3	1
1	1	3	3	3	1

Usia	Jenis Kelamin	Fakultas	Dalam sebulan berapa kali melakukan pembelanjaan online	Jumlah Pengeluaran dalam sekali berbelanja	Saat berbelanja online, barang yang dibeli digunakan untuk kebutuhan pribadi atau dijual kembali
2	2	3	2	3	1
1	2	3	2	3	1
1	2	3	3	3	1
2	2	8	2	3	1
1	1	8	2	3	1
1	1	8	1	3	1
2	2	3	2	3	1
1	2	3	2	3	1
2	1	3	1	3	1
3	2	3	2	3	1
2	2	3	2	3	1
2	2	3	2	3	1
2	2	3	2	3	1
3	2	3	1	3	1
2	2	3	3	3	1
2	2	3	3	3	1
2	2	3	2	3	1
1	2	3	1	3	1
1	1	3	2	3	1
1	2	3	2	3	1
1	2	3	2	3	1
2	2	3	1	3	1
2	1	3	2	3	1
3	2	3	2	3	1
3	2	3	2	3	1
2	1	3	1	2	1
2	2	3	2	2	1
2	2	3	1	3	1

Lampiran 5 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia					
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	16- 20	20	20.0	20.0	20.0
	21- 25	66	66.0	66.0	86.0
	26- 30	14	14.0	14.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin					
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Perempuan	48	48.0	48.0	48.0
	Laki-Laki	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas					
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Arsitektur & Desain	6	6.0	6.0	6.0
	Bahasa & Seni	1	1.0	1.0	1.0
	Ekonomi & Bisnis	63	63.0	63.0	63.0
	Hukum & Komunikasi	7	7.0	7.0	7.0
	Teknologi Pangan	4	4.0	4.0	4.0
	Ilmu Komputer	4	4.0	4.0	4.0
	Kedokteran	2	2.0	2.0	2.0
	Psikologi	10	10.0	10.0	10.0
	Teknik	3	3.0	3.0	3.0
	Ilmu & Teknologi Lingkungan	0	0.0	0.0	0.0
	Total	100	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Dalam Sebulan Berapa Kali Melakukan Pembelanjaan

Dalam_Sebulan_Berapa_Kali_Melakukan_Pembelanjaan

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3x	26	26.0	26.0
	5x	60	60.0	86.0
	≥ 10x	14	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Harga Dalam Sekali Belanja

Jumlah_Pengeluaran_Dalam_Sekali_Belanja

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	Rp. 10.000	1	1.0	1.0
	Rp. 35.000	11	11.0	11.0
	≥ Rp. 50.000	88	88.0	88.0
Total	100	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Pembelian Secara Konsumsi Pribadi atau Dijual Kembali

Konsumsi_Pribadi_atau_Dijual_Kembali

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	Konsumsi Pribadi	95	95.0	95.0
	Dijual Kembali	5	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Brand Ambassador (X1)

Statistics							
	BA1	BA2	BA3	BA4	BA5	BA6	TOTAL
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	3.9200	3.9200	3.8200	3.9400	3.8000	4.0100	23.4100
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	24.0000
Std. Deviation	.83702	.92856	.99879	.95155	.99494	.95869	4.67768
Minimum	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	6.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00

BA1				
	Frequenc	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0
d	TIDAK SETUJU	5	5.0	6.0
	NETRAL	18	18.0	18.0
	SETUJU	53	53.0	53.0
	SANGAT SETUJU	23	23.0	23.0
	Total	100	100.0	100.0

BA2				
	Frequenc	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0
d	TIDAK SETUJU	6	6.0	6.0
	NETRAL	17	17.0	17.0
	SETUJU	48	48.0	48.0
	SANGAT SETUJU	27	27.0	27.0
	Total	100	100.0	100.0

BA3				
	Frequenc	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0
d	TIDAK SETUJU	6	6.0	6.0
	NETRAL	24	24.0	24.0
				33.0

SETUJU	40	40.0	40.0	73.0
SANGAT SETUJU	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

		BA4		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequenc	Percent		
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	6.0
	NETRAL	18	18.0	18.0	24.0
	SETUJU	48	48.0	48.0	72.0
	SANGAT SETUJU	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		BA5		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequenc	Percent		
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	8.0
	NETRAL	25	25.0	25.0	33.0
	SETUJU	42	42.0	42.0	75.0
	SANGAT SETUJU	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		BA6		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequenc	Percent		
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	6.0
	NETRAL	18	18.0	18.0	24.0
	SETUJU	42	42.0	42.0	66.0
	SANGAT SETUJU	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif Brand Image (X2)

Statistics							
	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	TOTAL
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	4.1400	4.0200	4.1600	4.1800	3.9200	4.0600	24.4800
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	25.0000
Std. Deviation	.73882	.85257	.76171	.71605	.98144	.90810	3.28597
Minimum	2.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	16.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00

BI1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	NETRAL	9	9.0	9.0	13.0
	SETUJU	56	56.0	56.0	69.0
	SANGAT SETUJU	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

BI2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	3.0
	NETRAL	23	23.0	23.0	26.0
	SETUJU	42	42.0	42.0	68.0
	SANGAT SETUJU	32	32.0	32.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

BI3

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	NETRAL	19	19.0	19.0	20.0
	SETUJU	43	43.0	43.0	63.0
	SANGAT SETUJU	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

BI4

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	NETRAL	18	18.0	18.0	18.0
	SETUJU	46	46.0	46.0	64.0
	SANGAT SETUJU	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

BI5

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	TIDAK SETUJU	5	5.0	5.0	8.0
	NETRAL	19	19.0	19.0	27.0
	SETUJU	43	43.0	43.0	70.0
	SANGAT SETUJU	30	30.0	30.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

BI6

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	5.0
	NETRAL	20	20.0	20.0	25.0
	SETUJU	38	38.0	38.0	63.0
	SANGAT SETUJU	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)**Statistics**

N	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	TOTAL
Valid	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.1600	4.1300	3.9800	3.9000	3.8900	4.1000	4.1500	28.3100
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	29.0000
Std. Deviation	.67749	.89505	.77824	.92660	1.00398	.81029	.75712	3.88391
Minimum	2.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00	19.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	35.00

KP1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0
	NETRAL	10	10.0	10.0
	SETUJU	58	58.0	58.0
	SANGAT SETUJU	30	30.0	30.0
	Total	100	100.0	100.0

KP2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0
	NETRAL	16	16.0	16.0
	SETUJU	39	39.0	39.0
	SANGAT SETUJU	40	40.0	40.0
	Total	100	100.0	100.0

KP3

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	NETRAL	25	25.0	25.0	27.0
	SETUJU	46	46.0	46.0	73.0
	SANGAT SETUJU	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP4

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	6	6.0	6.0	7.0
	NETRAL	24	24.0	24.0	31.0
	SETUJU	40	40.0	40.0	71.0
	SANGAT SETUJU	29	29.0	29.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KP5

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	TIDAK SETUJU	7	7.0	7.0	9.0
	NETRAL	23	23.0	23.0	32.0
	SETUJU	36	36.0	36.0	68.0
	SANGAT SETUJU	32	32.0	32.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KP6

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	NETRAL	22	22.0	22.0	23.0
	SETUJU	42	42.0	42.0	65.0
	SANGAT SETUJU	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP7

Valid		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	NETRAL	16	16.0	16.0	18.0
	SETUJU	47	47.0	47.0	65.0
	SANGAT SETUJU	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 7 Hasil Analisis Data

Analisis Uji Validitas Brand Ambassador

		Correlations						
		BA1	BA2	BA3	BA4	BA5	BA6	TOTAL
BA1	Pearson Correlation	1	.577**	.526**	.590**	.684**	.442**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BA2	Pearson Correlation	.577**	1	.605**	.669**	.715**	.500**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BA3	Pearson Correlation	.526**	.605**	1	.690**	.746**	.519**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BA4	Pearson Correlation	.590**	.669**	.690**	1	.713**	.632**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BA5	Pearson Correlation	.684**	.715**	.746**	.713**	1	.595**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BA6	Pearson Correlation	.442**	.500**	.519**	.632**	.595**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.762**	.822**	.833**	.870**	.903**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Analisis Uji Validitas Brand Image

		Correlations						
		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	TOTAL
BI1	Pearson Correlation	1	.557**	.373**	.334**	.238*	.409**	.713**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.017	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI2	Pearson Correlation	.557**	1	.275**	.242*	.255*	.312**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.015	.010	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI3	Pearson Correlation	.373**	.275**	1	.336**	.179	.395**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.001	.074	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI4	Pearson Correlation	.334**	.242*	.336**	1	.323**	.372**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.001	.015	.001		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI5	Pearson Correlation	.238*	.255*	.179	.323**	1	.334**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.017	.010	.074	.001		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
BI6	Pearson Correlation	.409**	.312**	.395**	.372**	.334**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.713**	.664**	.623**	.633**	.623**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Analisis Uji Validitas Keputusan Pembelian

Correlations

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	.332**	.351**	.299**	.501**	.431**	.386**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.332**	1	.337**	.406**	.308**	.163	.239*
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000	.002	.105	.017
	N	100	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.351**	.337**	1	.291**	.269**	.292**	.485**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.003	.007	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	.299**	.406**	.291**	1	.238*	.431**	.194
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.003		.017	.000	.053
	N	100	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	.501**	.308**	.269**	.238*	1	.597**	.447**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.007	.017		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KP6	Pearson Correlation	.431**	.163	.292**	.431**	.597**	1	.305**
	Sig. (2-tailed)	.000	.105	.003	.000	.000		.002
	N	100	100	100	100	100	100	100
KP7	Pearson Correlation	.386**	.239*	.485**	.194	.447**	.305**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.000	.053	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.687**	.613**	.634**	.632**	.739**	.696**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Analisis Uji Reliabilitas Brand Ambassador

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	6

Analisis Uji Reliabilitas Brand Image

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	7

Analisis Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	8

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.457	1.952		3.308	.001
	BRAND	.076	.071	.091	1.075	.285
	AMBASSADOR					
	BRAND IMAGE	.820	.100	.694	8.172	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil Analisis Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error				
1	(Constant)	6.457	1.952		3.308	.001
	BRAND AMBASSADOR	.076	.071	.091	1.075	.285
	BRAND IMAGE	.820	.100	.694	8.172	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil Analisis Uji F (Simultan)

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	848.626	2	424.313	63.835
	Residual	644.764	97	6.647	
	Total	1493.390	99		

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR

Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.568	.559	2.57819

a. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR

PAPER NAME

17.D1.0073.docx

WORD COUNT

9482 Words

CHARACTER COUNT

60114 Characters

PAGE COUNT

45 Pages

FILE SIZE

274.7KB

SUBMISSION DATE

Sep 9, 2022 10:35 AM GMT+7

REPORT DATE

Sep 9, 2022 10:37 AM GMT+7

● 18% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
 - Crossref database
 - 8% Submitted Works database
 - 4% Publications database
 - Crossref Posted Content database
- Excluded from Similarity Report
- Bibliographic material
 - Cited material
 - Manually excluded text blocks
 - Quoted material
 - Small Matches (Less than 10 words)

Summary

