

Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Reviananda Cesar Wibowo

K.2020.5.35387

KUESIONER

Jenis Kelamin : Perempuan/ Laki- laki

Usia : 15-20 Tahun, 20-25 Tahun, dan 25-30 tahun

Status : Pelajar, Mahasiswa, dan Sudah bekerja

Lama Mengonsumsi : 1-3 tahun, 3-5 tahun, dan lebih dari 5 tahun

Jawablah dengan mengisi pada salah satu jawaban yang sesuai dengan kondisi yang anda alami !

Keterangan jawaban :

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

N : Netral

Brand Ambassador (X1)						
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Kepopuleran Stray Kids dapat menarik perhatian penggemar.					
2.	Stray Kids memiliki citra yang baik sebagai brand ambassador Ultra Milk.					
3.	Stray Kids memiliki daya tarik dikarenakan kepopulerannya.					
4.	Stray Kids sebagai <i>brand ambassador</i> memiliki kemampuan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.					

Brand Personality (X2)						
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Ultra Milk berusaha untuk melakukan yang terbaik bagi pelanggan.					
2.	Saya selalu merasa senang dan bersemangat ketika berinteraksi dengan produk atau layanan dari Ultra Milk.					
3.	Ultra Milk memiliki kinerja atau performa yang unggul dibandingkan dengan pesaing.					
4.	Ultra Milk memiliki kecanggihan proses yang tinggi sehingga menghasilkan kualitas produk yang baik					
5.	Ultra Milk memiliki ketahanan yang tangguh dalam persaingan dengan produk serupa					

Brand Image (X3)						
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Ultra Milk memiliki keunggulan dibandingkan produk yang lain.					
2.	Ultra Milk memiliki kekuatan merk di benak konsumen					
3.	Ultra Milk memiliki karakteristik atau fitur yang unik dibandingkan dengan merek susu lain					

Keputusan Pembelian (Y)						
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya mantap membeli ultra milk setelah mengetahui informs produk mempertimbangkan manfaat, fitur, dan harga secara detail sebelum membuat keputusan pembelian					
2.	Saya memutuskan membeli Ultra Milk milk karena merk tersebut yang paling saya sukai					
3.	Saya membeli produk Ultra Milk sesuai dengan kebutuhan.					

4.	Saya membeli produk Ultra Milk karena mendapat rekomendasi dari orang lain.					
----	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2 : Tabel Tabulasi Responden

No. Responden	<i>Brand Ambassador (X1)</i>				<i>Brand Personality (X2)</i>				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	4	5	4	4	5	4	5	5	4
2	4	4	5	4	4	5	4	3	4
3	4	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	4	5	5	4	4
8	4	4	3	4	4	4	4	4	3
9	4	4	4	3	5	5	4	5	5
10	3	3	4	4	5	4	5	5	5
11	4	4	5	5	5	4	4	5	4
12	4	5	4	4	4	5	4	4	5
13	5	5	4	5	4	5	4	4	5
14	2	3	2	2	3	2	3	4	4
15	4	5	4	4	5	4	4	5	5
16	5	4	4	4	5	3	4	5	4
17	3	2	3	2	4	3	4	3	4
18	3	3	4	4	4	5	5	5	5
19	3	4	4	5	5	4	5	4	4
20	5	4	4	5	4	5	5	5	4
21	4	3	4	5	4	5	4	5	5
22	1	2	2	1	3	4	3	2	3
23	3	3	2	3	4	5	4	5	4
24	5	5	5	5	5	4	5	5	5
25	3	4	4	4	5	4	4	5	4
26	4	4	4	4	5	4	4	5	5
27	4	4	5	4	5	4	5	4	5
28	4	4	5	4	5	3	4	5	4
29	4	4	5	5	5	5	5	4	5
30	4	4	3	4	4	4	4	5	4
31	5	3	4	4	4	4	4	5	5
32	4	4	5	4	5	4	4	4	4
33	4	4	4	3	4	3	3	4	4
34	4	4	5	4	5	4	4	5	4
35	4	4	5	5	4	5	4	5	5
36	4	4	5	5	5	5	4	4	5

37	5	5	5	5	5	4	4	5	4
38	4	4	4	5	5	5	4	5	4
39	5	5	4	5	4	3	4	4	5
40	4	4	5	5	5	5	5	4	5
41	4	5	5	5	5	5	5	4	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	3	3	3	3	4	2	4	4	4
44	4	5	4	5	5	4	5	4	5
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	4	4	3	4	4	3	5	5
47	4	4	4	4	5	5	4	5	5
48	4	5	5	4	4	4	5	4	5
49	4	4	5	4	4	4	5	4	4
50	4	4	5	5	4	5	5	4	4
51	4	4	5	4	4	5	4	4	4
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	5	4	5	5	4	5	5	4	5
54	5	5	5	4	5	4	5	4	5
55	4	4	5	5	5	4	4	4	5
56	5	4	4	5	4	4	5	4	5
57	5	4	5	5	5	4	5	4	5
58	4	5	5	5	4	5	4	5	4
59	5	5	4	5	5	5	4	5	5
60	5	4	4	5	4	5	4	5	5
61	4	4	5	4	5	5	5	4	5
62	3	3	3	2	3	2	4	4	3
63	3	4	4	4	5	5	4	5	5
64	4	5	4	3	5	4	5	5	5
65	3	4	5	3	4	5	4	5	5
66	4	5	5	5	5	3	4	5	5
67	4	3	4	3	4	3	4	4	4
68	3	3	3	2	3	4	4	3	4
69	5	4	5	4	4	5	5	4	4
70	4	4	4	5	4	3	4	5	4
71	5	4	4	5	5	4	5	5	5
72	4	4	4	5	5	5	4	5	4
73	3	3	3	3	5	5	5	4	4
74	4	4	4	5	4	4	5	4	5
75	5	4	5	4	5	4	5	5	4

76	2	3	3	2	4	5	4	4	5
77	4	5	4	3	4	5	4	4	5
78	4	4	4	5	4	5	4	4	5
79	5	5	5	5	4	4	4	5	5
80	4	4	5	4	4	5	5	4	5
No. Responden	Brand Image (X3)			Keputusan Pembelian (Y)					
	X3.1	X3.2	X3.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
1	5	4	4	5	5	4	4		
2	4	3	3	4	4	5	2		
3	5	5	3	4	5	3	3		
4	4	5	4	4	4	4	4		
5	5	5	5	5	5	5	5		
6	4	4	4	5	4	4	4		
7	4	5	4	4	5	4	4		
8	4	3	4	4	3	3	4		
9	4	5	3	5	5	5	5		
10	4	5	4	4	5	3	3		
11	4	5	3	4	5	4	3		
12	5	5	4	4	5	4	4		
13	4	4	4	5	4	5	5		
14	2	4	2	5	5	5	4		
15	4	5	4	5	4	4	5		
16	4	4	4	4	3	3	4		
17	4	5	4	3	3	2	3		
18	5	5	4	4	5	4	3		
19	4	4	3	4	5	4	5		
20	4	5	4	5	5	4	5		
21	5	4	4	5	4	4	5		
22	3	3	2	3	4	4	5		
23	4	4	5	5	4	4	4		
24	5	5	4	5	5	5	5		
25	5	5	4	3	4	5	4		
26	4	5	4	5	5	3	5		
27	4	4	3	3	4	5	5		
28	4	5	4	4	4	4	2		
29	5	5	4	5	5	4	4		
30	4	5	5	4	5	4	3		
31	4	4	4	4	4	5	4		
32	3	5	4	4	5	4	4		

33	3	4	3	4	4	4	4
34	5	4	5	4	5	5	4
35	5	4	4	4	5	5	4
36	5	4	4	4	5	5	5
37	5	4	5	4	5	4	5
38	4	5	4	5	4	5	5
39	4	4	5	5	4	5	5
40	4	4	5	5	5	4	5
41	3	5	4	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5
43	3	3	3	4	3	5	5
44	4	4	5	4	5	5	4
45	4	4	4	4	4	4	4
46	4	5	3	5	4	5	4
47	4	4	5	4	5	5	5
48	5	4	5	4	5	4	5
49	5	5	4	4	5	4	4
50	5	4	4	4	5	5	4
51	4	4	4	4	4	5	5
52	3	3	3	3	3	3	3
53	5	4	4	5	5	5	4
54	5	5	5	5	4	4	5
55	5	4	4	5	4	4	5
56	4	5	5	5	4	4	5
57	5	4	5	5	5	5	4
58	5	5	5	4	4	4	5
59	5	4	5	5	4	5	5
60	4	4	5	5	4	5	4
61	4	5	4	4	4	5	4
62	2	5	2	4	3	2	1
63	4	5	2	5	4	5	4
64	4	5	4	5	4	4	5
65	5	4	4	4	4	4	3
66	5	4	5	3	5	4	5
67	5	4	5	4	5	4	4
68	3	4	3	4	3	4	3
69	4	5	4	4	5	5	4
70	4	4	5	3	5	4	5
71	5	4	5	5	4	5	4

72	2	5	5	5	4	5	4
73	4	5	2	5	4	5	5
74	5	5	4	3	5	5	3
75	4	5	4	4	4	4	5
76	5	4	4	4	5	5	5
77	5	4	4	5	2	3	4
78	5	4	5	4	4	5	4
79	4	5	3	5	4	4	4
80	4	4	5	3	4	3	3

Lampiran 3 : Analisis Deskriptif

1. Brand Ambassador

Descriptive Statistics					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
N	Valid	80	80	80	80
Mean		4.01	4.04	4.22	4.13
Std. Deviation		.803	.719	.795	.960
Minimum		1	2	2	1
Maximum		5	5	5	5

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	2	2.5	2.5	3.8
	3	13	16.3	16.3	20.0
	4	43	53.8	53.8	73.8
	5	21	26.3	26.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.5	2.5	2.5
	3	13	16.3	16.3	18.8
	4	45	56.3	56.3	75.0
	5	20	25.0	25.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.8	3.8	3.8
	3	9	11.3	11.3	15.0
	4	35	43.8	43.8	58.8

	5	33	41.3	41.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	5	6.3	6.3	7.5
	3	11	13.8	13.8	21.3
	4	29	36.3	36.3	57.5
	5	34	42.5	42.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

2. Variabel *Brand Personality*

Descriptive Statistics						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	Valid	80	80	80	80	80
Mean		4.40	4.22	4.30	4.38	4.49
Std. Deviation		.608	.811	.582	.644	.595
Minimum		3	2	3	2	3
Maximum		5	5	5	5	5

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	6.3	6.3	6.3
	4	38	47.5	47.5	53.8
	5	37	46.3	46.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.8	3.8	3.8
	3	10	12.5	12.5	16.3
	4	33	41.3	41.3	57.5

	5	34	42.5	42.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X2.3					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	6.3	6.3	6.3
	4	46	57.5	57.5	63.8
	5	29	36.3	36.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X2.4					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	4	5.0	5.0	6.3
	4	39	48.8	48.8	55.0
	5	36	45.0	45.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X2.5					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	5.0	5.0	5.0
	4	33	41.3	41.3	46.3
	5	43	53.8	53.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

3. variabel *Brand Image*

Descriptive Statistics				
		X3.1	X3.2	X3.3
N	Valid	80	80	80
Mean		4.22	4.40	4.03
Std. Deviation		.763	.608	.842
Minimum		2	3	2
Maximum		5	5	5

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.8	3.8	3.8
	3	7	8.8	8.8	12.5
	4	39	48.8	48.8	61.3
	5	31	38.8	38.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	6.3	6.3	6.3
	4	38	47.5	47.5	53.8
	5	37	46.3	46.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	6.3	6.3	6.3
	3	12	15.0	15.0	21.3
	4	39	48.8	48.8	70.0
	5	24	30.0	30.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

4. Variabel Keputusan pembelian

Descriptive Statistics					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
N	Valid	80	80	80	80
Mean		4.30	4.35	4.29	4.19
Std. Deviation		.664	.695	.750	.858
Minimum		3	2	2	1
Maximum		5	5	5	5

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	11.3	11.3	11.3
	4	38	47.5	47.5	58.8
	5	33	41.3	41.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	7	8.8	8.8	10.0
	4	35	43.8	43.8	53.8
	5	37	46.3	46.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.5	2.5	2.5
	3	8	10.0	10.0	12.5
	4	35	43.8	43.8	56.3
	5	35	43.8	43.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	
Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	2	2.5	2.5	3.8
	3	11	13.8	13.8	17.5
	4	33	41.3	41.3	58.8
	5	33	41.3	41.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Lampiran 4 : Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
X1	P1	0,703	0,1852	0,00	Valid
	P2	0,714	0,1852	0,00	Valid
	P3	0,693	0,1852	0,00	Valid
	P4	0,795	0,1852	0,00	Valid
X2	P5	0,653	0,1852	0,00	Valid
	P6	0,551	0,1852	0,00	Valid
	P7	0,571	0,1852	0,00	Valid
	P8	0,548	0,1852	0,00	Valid
	P9	0,649	0,1852	0,00	Valid
X3	P10	0,600	0,1852	0,00	Valid
	P11	0,364	0,1852	0,00	Valid
	P12	0,604	0,1852	0,00	Valid
Y	P13	0,448	0,1852	0,00	Valid
	P14	0,520	0,1852	0,00	Valid
	P15	0,472	0,1852	0,00	Valid
	P16	0,491	0,1852	0,00	Valid

2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	N (Jumlah pertanyaan)	Keterangan
<i>Brand Ambassador (X1)</i>	0,862	4	Reliabel
<i>Brand Personality (X2)</i>	0,679	5	Reliabel
<i>Brand Image (X3)</i>	0,621	3	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,659	4	Reliabel

Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.58487444
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.105
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.139 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.524	1.909
	X2	.461	2.167
	X3	.465	2.153

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X1	0,124	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X2	0,327	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

X3	0,437	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
----	-------	--------------------------------------

Lampiran 5 : Analisis linear & Uji Hipotesis

1. Analisis Linear

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.476	1.100		4.977	.000
	X1	.126	.053	.329	2.388	.019
	X2	.267	.072	.137	1.932	.024
	X3	.162	.102	.088	1.964	.035

a. Dependent Variable: ABS_RES

2. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 ^a	.245	.215	.93994

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

3. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.476	1.100		4.977	.000
	X1	.126	.053	.329	2.388	.019
	X2	.267	.072	.137	1.932	.024
	X3	.162	.102	.088	1.964	.035

a. Dependent Variable: ABS_RES