

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Fashion Innovativeness* dan *Brand Love* terhadap *Brand Loyalty* pada *Brand Clothing* Lokal di Kota Malang

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden,

Saya Rinaldo Azhar Hidayat, mahasiswa Program Sarjana Jurusan Manajemen STIE Malang Kucewara. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh *Fashion Innovativeness* dan *Brand Love* terhadap *Brand Loyalty* (Studi pada *Brand Clothing* Lokal di Kota Malang)".

Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian tersebut. Partisipasi Anda bersifat sukarela, dan semua informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Pengisian kuesioner ini diperkirakan memakan waktu sekitar 10-15 menit.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Rinaldo Azhar Hidayat

BAGIAN I: PERTANYAAN PENYARINGAN

Mohon jawab pertanyaan berikut untuk memastikan kesesuaian Anda sebagai responden dalam penelitian ini.

1. Apakah Anda pernah melakukan pembelian produk dari *brand clothing* lokal di Kota Malang **lebih dari satu kali**?
 - () Ya
 - () Tidak (*Jika jawaban "Tidak", mohon untuk tidak melanjutkan pengisian kuesioner ini. Terima kasih atas partisipasinya.*)
2. Apakah Anda saat ini berdomisili di Kota Malang?
 - () Ya
 - () Tidak (*Jika jawaban "Tidak", mohon untuk tidak melanjutkan pengisian kuesioner ini. Terima kasih atas partisipasinya.*)
3. Apakah usia Anda saat ini minimal 17 tahun?
 - () Ya
 - () Tidak (*Jika jawaban "Tidak", mohon untuk tidak melanjutkan pengisian kuesioner ini. Terima kasih atas partisipasinya.*)

BAGIAN II: DATA DEMOGRAFI RESPONDEN

Mohon isi data berikut dengan lengkap dan benar.

1. Nama (Inisial atau Nama Samaran): _____
2. Usia: _____ tahun
3. Jenis Kelamin:
 - () Laki-laki
 - () Perempuan
4. Pendidikan Terakhir:
 - () SMP / Sederajat
 - () SMA / SMK / Sederajat
 - () Diploma (D1/D2/D3)
 - () Sarjana (S1)

- () Pascasarjana (S2/S3)
- 5. Pekerjaan Utama Saat Ini:
 - () Pelajar/Mahasiswa
 - () Karyawan Swasta
 - () PNS/TNI/Polri
 - () Wiraswasta
 - () Lainnya: _____
- 6. Rata-rata pengeluaran untuk produk fashion per bulan:
 - () < Rp 250.000
 - () Rp 250.000 – Rp 500.000
 - () Rp 500.001 – Rp 1.000.000
 - () Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
 - () > Rp 2.000.000
- 7. Sebutkan satu nama **brand clothing lokal Kota Malang** yang produknya pernah Anda beli lebih dari satu kali dan akan menjadi fokus Anda dalam menjawab pertanyaan di Bagian IV dan V kuesioner ini:

(Selanjutnya, merek yang Anda sebutkan di atas akan dirujuk sebagai "Merek Tersebut")

BAGIAN III: PETUNJUK PENGISIAN

Untuk pertanyaan-pertanyaan berikut, berikanlah tanda centang (✓) pada kolom yang paling sesuai dengan pendapat atau kondisi Anda. Skala jawaban yang digunakan adalah sebagai berikut:

- **STS** = Sangat Tidak Setuju
 - **TS** = Tidak Setuju
 - **R** = Ragu-ragu (Netral)
 - **S** = Setuju
 - **SS** = Sangat Setuju
-

BAGIAN IV: *FASHION INNOVATIVENESS*

Bagian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Anda memiliki ketertarikan dan keberanian dalam mencoba hal-hal baru terkait fashion. Indikator yang digunakan mengacu pada Goldsmith et al. (1999) dan Cho et al. (2017).

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya cenderung mencoba fashion terbaru lebih awal daripada orang lain.					
2.	Saya menikmati menjadi orang pertama yang memakai produk fashion baru.					
3.	Saya cepat tertarik pada tren fashion baru.					
4.	Saya secara aktif mencari informasi tentang produk fashion baru.					
5.	Saya sering membeli produk fashion baru yang belum banyak dikenal orang.					

BAGIAN V: *BRAND LOVE* (Kecintaan terhadap Merek)

Bagian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kecintaan Anda terhadap **Merek Tersebut** (merek yang telah Anda sebutkan pada Bagian II Poin 7). Indikator yang digunakan mengacu pada Carroll dan Ahuvia (2006).

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya merasa sangat puas dengan Merek Tersebut .					
2.	Saya benar-benar mencintai Merek Tersebut .					
3.	Merek Tersebut membuat saya merasa senang setiap kali menggunakannya.					
4.	Saya memiliki kedekatan emosional dengan Merek Tersebut .					
5.	Saya merasa Merek Tersebut mencerminkan siapa diri saya.					
6.	Saya merasa senang membicarakan Merek Tersebut dengan orang lain.					

BAGIAN VI: BRAND LOYALTY (Loyalitas terhadap Merek)

Bagian ini bertujuan untuk mengukur tingkat loyalitas Anda terhadap **Merek Tersebut** (merek yang telah Anda sebutkan pada Bagian II Poin 7). Indikator yang digunakan mengacu pada Oliver (1999).

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya lebih memilih Merek Tersebut dibandingkan merek lain.					
2.	Saya akan terus membeli produk dari Merek Tersebut .					
3.	Saya tidak tergoda untuk mencoba merek lain selain Merek Tersebut .					
4.	Saya akan merekomendasikan Merek Tersebut kepada orang lain.					

Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang telah Anda luangkan untuk mengisi kuesioner ini. Data yang Anda berikan sangat berharga bagi penelitian saya.

Lampiran 2. Lembar jawaban 150 responden

FASHION INNOVATIVENES S						BRAND LOVE							BRAND LOYALTY				
X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	TOT AL_X1	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	TOT AL_X2	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	TO TAL_Y
3	2	2	4	4	15	3	3	5	4	5	5	25	3	3	3	3	12
3	5	5	4	5	22	5	4	5	4	5	5	28	5	4	4	3	16
3	4	4	4	5	20	5	4	4	3	4	4	24	3	4	4	4	15
3	3	3	4	3	16	4	4	5	5	5	4	27	3	3	3	3	12
3	4	4	4	3	18	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	12
3	4	4	4	5	20	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	5	17
3	5	5	5	5	23	4	4	4	5	5	5	27	5	4	5	5	19
3	3	4	4	5	19	4	3	4	4	4	5	24	4	4	4	5	17
3	2	3	4	2	14	1	3	2	1	2	3	12	2	2	1	2	7
3	4	5	4	4	20	4	4	5	5	5	5	28	4	4	3	4	15
3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16
4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	3	16
2	2	3	1	4	12	3	4	4	4	5	5	25	1	2	3	1	7
3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	5	4	23	4	3	4	4	15
5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
3	5	4	2	3	17	3	3	5	5	5	5	26	5	4	3	4	16
3	3	5	5	5	21	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
2	3	4	3	1	13	4	3	2	3	4	3	19	1	2	2	2	7
3	3	3	4	4	17	5	4	4	4	5	5	27	3	3	3	5	14
4	3	4	3	5	19	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	5	17
4	4	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	16
4	4	3	5	5	21	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	3	17
4	4	4	3	4	19	4	5	3	4	4	3	23	3	3	4	4	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	3	15
4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	4	26	4	5	3	3	15
4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	16
4	2	4	2	5	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	2	13
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	5	4	24	3	3	3	3	12
5	5	4	4	5	23	5	4	4	3	3	5	24	4	5	5	3	17
3	3	5	4	4	19	5	5	4	4	4	5	27	5	5	5	5	20
4	5	5	5	4	23	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	3	15
4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	4	4	26	4	3	4	3	14

3	2	4	1	4	14	2	3	4	3	2	3	17	1	3	4	2	10
4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	4	18
3	5	4	2	2	16	3	2	5	5	4	4	23	4	4	3	2	13
5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	12
5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	20
4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	16
3	4	4	2	4	17	4	4	4	3	4	4	23	4	3	3	3	13
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
3	3	4	5	5	20	3	5	5	4	4	5	26	5	4	3	5	17
4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	16
3	4	3	4	5	19	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	5	4	24	4	4	4	3	15
5	5	5	4	3	22	5	3	5	3	4	3	23	3	3	3	3	12
4	4	4	3	4	19	3	4	3	3	4	4	21	3	3	3	3	12
3	4	3	3	2	15	4	3	4	3	5	3	22	2	3	3	3	11
2	2	5	3	2	14	2	2	2	2	2	3	13	3	3	2	3	11
4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	4	16
3	3	4	3	3	16	3	3	4	4	4	4	22	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	16
1	3	5	4	3	16	4	3	2	2	4	3	18	3	3	2	5	13
3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	15
2	3	3	4	3	15	3	2	2	3	2	3	15	3	2	2	3	10
5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	4	26	4	5	5	4	18
3	3	4	3	4	17	2	4	5	2	3	4	20	4	5	4	3	16
4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	4	5	21	2	4	5	2	13
2	2	3	2	3	12	3	4	3	4	5	5	24	4	4	4	3	15
2	3	3	3	3	14	3	4	3	4	3	4	21	5	4	4	4	17
3	2	3	1	3	12	3	4	4	4	3	3	21	4	4	4	4	16
1	3	2	2	3	11	4	4	3	4	3	3	21	5	4	3	4	16
1	3	4	3	2	13	4	4	3	3	4	3	21	4	5	4	4	17
3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	16
3	3	3	4	5	18	4	3	4	5	5	5	26	4	3	4	5	16
4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	5	4	28	5	5	4	4	18
4	5	5	4	5	23	5	5	3	4	3	5	25	4	5	5	4	18
4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	5	26	5	4	4	4	17
1	1	4	1	1	8	2	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	4
3	3	4	4	4	18	4	4	3	2	4	4	21	3	3	4	4	14
3	5	4	4	3	19	4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	3	12
5	3	4	5	4	21	5	5	4	4	4	5	27	5	4	4	3	16

5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	3	16
5	3	4	5	4	21	4	5	4	5	5	5	28	5	3	4	4	16
5	4	5	4	3	21	5	4	4	4	5	4	26	5	4	3	4	16
5	4	4	5	5	23	5	4	4	3	4	5	25	5	5	4	4	18
5	3	4	5	5	22	4	5	3	4	5	4	25	4	5	4	3	16
5	3	4	5	4	21	5	4	4	3	4	5	25	4	5	3	4	16
5	3	4	5	5	22	4	5	3	4	5	4	25	5	4	3	4	16
5	3	4	5	4	21	5	3	4	5	4	5	26	4	5	4	3	16
4	4	5	4	4	21	4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	18
5	4	5	5	4	23	5	3	4	4	5	5	26	5	4	3	4	16
4	5	4	4	5	22	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	18
4	5	4	3	4	20	4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	18
4	5	4	4	3	20	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	16
4	5	5	5	4	23	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	18
5	5	4	5	4	23	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	18
4	5	4	3	5	21	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	18
4	5	5	5	5	24	4	5	4	5	4	5	27	4	5	5	5	19
4	5	4	4	3	20	4	5	4	5	4	3	25	4	5	4	5	18
4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	4	3	25	4	5	4	5	18
5	4	4	5	5	23	5	3	1	3	4	4	20	1	3	4	4	12
5	3	4	4	2	18	4	3	1	2	4	4	18	4	5	5	4	18
5	3	5	5	4	22	4	3	5	5	4	4	25	5	3	4	4	16
5	4	5	5	4	23	5	4	4	5	3	2	23	5	5	4	2	16
5	4	5	5	3	22	5	4	4	5	5	4	27	5	3	1	2	11
5	4	5	3	4	21	4	2	1	4	5	5	21	5	2	4	5	16
5	4	5	5	4	23	5	5	3	1	3	4	21	5	5	4	2	16
5	4	4	4	4	21	3	1	2	4	4	5	19	5	4	5	5	19
2	4	4	5	5	20	3	5	4	5	5	4	26	4	5	5	4	18
2	4	4	5	4	19	5	5	4	2	4	5	25	2	4	4	5	15
4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	4	19
4	2	4	2	4	16	2	3	4	5	2	4	20	3	2	4	3	12
3	2	3	4	4	16	3	3	4	3	4	4	21	3	3	3	3	12
4	5	4	4	5	22	5	4	5	4	5	5	28	5	4	4	3	16
5	4	5	4	5	23	5	4	4	3	4	4	24	3	4	4	4	15
3	3	3	4	3	16	4	4	5	5	5	4	27	3	3	3	3	12
4	4	4	4	3	19	3	3	2	3	3	3	17	3	3	3	3	12
3	4	3	4	5	19	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	5	17
5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	5	27	5	4	5	5	19
3	3	3	4	5	18	4	3	4	4	4	5	24	4	4	4	5	17
3	2	3	4	2	14	1	3	2	1	2	3	12	2	2	1	2	7
5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	5	5	28	4	4	3	4	15
3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16
4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	3	16
2	2	3	1	3	11	2	3	3	4	2	3	17	1	2	3	1	7
3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	5	4	23	4	3	4	4	15

4	4	5	4	5	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
3	5	4	2	3	17	3	3	3	3	3	2	17	5	3	3	4	15
3	3	5	5	5	21	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	5	20
3	2	2	3	3	13	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	12
3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	12
2	3	3	3	1	12	3	2	2	3	4	2	16	1	2	2	2	7
4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	5	27	3	3	3	5	14
4	3	3	3	5	18	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	5	17
4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	4	16
4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	3	17
4	4	4	3	4	19	4	5	3	4	4	3	23	3	3	4	4	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	3	15
4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	4	26	4	5	3	3	15
4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	16
4	3	3	3	3	16	3	3	2	3	3	3	17	4	4	3	2	13
5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	3	4	22	5	5	5	5	20
3	3	3	4	3	16	3	4	4	4	5	4	24	3	3	3	3	12
5	5	5	4	5	24	5	4	4	3	3	5	24	4	5	5	3	17
3	3	4	3	4	17	4	4	3	4	4	4	23	5	5	5	5	20
4	5	5	4	3	21	4	4	4	5	4	3	24	4	5	4	4	17
4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	4	5	26	4	4	5	5	18

Lampiran 3. Hasil Uji SPSS

Uji validitas Fashion Innovativeness

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	.462**	.462**	.504**	.450**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.462**	1	.522**	.423**	.356**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.462**	.522**	1	.449**	.329**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.504**	.423**	.449**	1	.485**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.450**	.356**	.329**	.485**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	150	150	150	150	150
FASHION_INNOVATIVENESS	Pearson Correlation	.783**	.732**	.711**	.780**	.716**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150

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

Uji validitas Brand Love

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.503**	.379**	.361**	.507**	.445**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.503**	1	.502**	.430**	.441**	.393**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.379**	.502**	1	.618**	.528**	.501**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.361**	.430**	.618**	1	.556**	.434**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150
X2.5	Pearson Correlation	.507**	.441**	.528**	.556**	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	150	150	150	150	150	150
X2.6	Pearson Correlation	.445**	.393**	.501**	.434**	.587**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	150	150	150	150	150	150
BRAND_LOVE	Pearson Correlation	.705**	.721**	.787**	.762**	.801**	.738**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150

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

Uji validitas Brand Loyalty

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	BRAND_LOYALT Y
Y1	Pearson Correlation	1	.652**	.513**	.496**	.821**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150
Y2	Pearson Correlation	.652**	1	.677**	.482**	.851**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150
Y3	Pearson Correlation	.513**	.677**	1	.553**	.825**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150
Y4	Pearson Correlation	.496**	.482**	.553**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	150	150	150	150	150
BRAND_LOYALTY	Pearson Correlation	.821**	.851**	.825**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	150	150	150	150	150

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

Uji Reliability Fashion Innovativeness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

Uji Reliability Brand Love

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	6

Uji Reliability Brand Loyalty

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	4

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11782488
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.049

Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.059
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.003
	99% Confidence Interval	Lower Bound .001
		Upper Bound .004

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.941	1.120		.840	.402
	FASHION_INNOVATIVENESS	.369	.069	.408	5.340	<.001
	BRAND_LOVE	.303	.059	.391	5.121	<.001

a. Dependent Variable: BRAND_LOYALTY

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.170	.477		.358	.721

FASHION_INNOVATIVENESS	.022	.011	.131	1.936	.054
BRAND_LOVE	.035	.035	.105	.987	.325

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.535	.529	2.132

a. Predictors: (Constant), BRAND_LOVE, FASHION_INNOVATIVENESS

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.941	1.120		.840	.402
	FASHION_INNOVATIVENESS	.369	.069	.408	5.340	.001
	BRAND_LOVE	.303	.059	.391	5.121	.001

a. Dependent Variable: BRAND_LOYALTY

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	768.801	2	384.401	84.554	.000 ^b
	Residual	668.292	147	4.546		
	Total	1437.093	149			

a. Dependent Variable: BRAND_LOYALTY

b. Predictors: (Constant), BRAND_LOVE, FASHION_INNOVATIVENESS