

## LAMPIRAN

### 1. KUESIONER

Kepada YTh.  
Bapak / Ibu / Sdr.....  
Di tempat

Dengan hormat,  
Sehubungan dengan penelitian tentang “Pengaruh *Viral marketing* terhadap *image B2B Exhibition* di Indonesia” yang sedang saya lakukan dalam rangka penyusunan tesis untuk program S2 dalam bidang pemasaran, dengan ini saya mohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara meluangkan waktu beberapa menit untuk mengisi kuesioner terlampir.  
Demikian atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu / Saudara berikan kami ucapkan terima kasih

Hormat Saya,

Gilang Pratama  
Fakultas Magister Managemen Universitas Esa Unggul  
Jakarta

(Lanjutan)

**KUESIONER PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP *IMAGE B2B***  
***EXHIBITION***

<b>I. Data Profile Responden</b>	
1.	Jenis Kelamin <input type="checkbox"/> Pria <input type="checkbox"/> Wanita
2.	Usia <input type="checkbox"/> <20 Tahun <input type="checkbox"/> 20-29 Tahun <input type="checkbox"/> 30-39 Tahun <input type="checkbox"/> 40-49 Tahun <input type="checkbox"/> >50 Tahun
3.	Pendidikan Terakhir <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> Diploma <input type="checkbox"/> Sarjana <input type="checkbox"/> Pascasarjana
3.	Pekerjaan <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri/BUMN <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> Lainnya
4.	Rata-rata Konsumsi (Pengeluaran Rutin) <input type="checkbox"/> <1 juta <input type="checkbox"/> 1 Juta – 3 Juta <input type="checkbox"/> 3 Juta – 5 Juta <input type="checkbox"/> 5 Juta – 8 juta <input type="checkbox"/> >8 Juta
5.	Jumlah Teman saya di sosial network (facebook, Twitter, dll) <input type="checkbox"/> 1- 200 orang <input type="checkbox"/> 200 – 500 orang <input type="checkbox"/> 500 – 1000 orang <input type="checkbox"/> 1000 – 2000 orang <input type="checkbox"/> Lebih dari 2000 orang
<b>II. Pengalaman Berbisnis (Euntepreneurship)</b>	
6.	Apakah Anda mempunyai usaha/bisnis sendiri <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
7.	Apakah anda memiliki unit usaha dalam bentuk Franchise <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
8.	Alasan anda sudah atau akan melakukan Franchisee suatu lisensi bisnis <input type="checkbox"/> Sesuai Insting Bisnis <input type="checkbox"/> Trend <input type="checkbox"/> Produk yang menarik dan menguntungkan

(Lanjutan)

<b>III. Viral Marketing</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i><b>Audience Reach</b></i>						
1.	Saya menyebarluaskan artikel yang saya tulis di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b> ke sosial network lainnya (Twitter, Path, Mailing list, dll)					
2.	Saya menyebarluaskan artikel yang saya baca di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b> ke sosial network lainnya (Twitter, Path, Mailing list, dll)					
3.	Saya menyebarluaskan artikel yang saya tulis di sosial network lainnya ke <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b>					
4.	Saya menyebarluaskan artikel yang saya baca di sosial network lainnya ke <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b>					
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i><b>Diffusion of Speed</b></i>						
1.	Saya segera membaca artikel terbaru di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b>					
2.	Saya segera mengetahui topic franchise terbaru yang dibahas di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b>					
3.	Saya segera me-repost hasil tulisan sendiri di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b> ke Sosial Network Pribadi saya (twitter, path, dll)					
4.	Saya segera me-repost artikel menarik yang saya baca di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b> ke Sosial Network Pribadi saya					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i><b>Peer-to-Peer Transmission</b></i>						
1.	Saya memberikan komentar pada posting orang lain di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b>					
2.	Tulisan saya dikomentari orang lain di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b>					
3.	Saya menceritakan artikel tentang franchise di <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b> pada orang lain (Teman, relasi, keluarga)					
4.	Saya merekomendasikan <i>pages</i> <b>FACEBOOK FRANCHISE AND LICENSE EXPO</b> ke jaringan saya (mailing list, Sosmed, group chat, dll)					
<i><b>Image</b></i>						
1.	Pameran <i>Business to business</i> berbeda dengan Pameran <i>Business to Costumer</i>					
2.	Pameran <i>Business to business</i> merupakan pameran yang eksklusif					
3.	Pameran <i>Business to business</i> memiliki benefit dari segi peluang bisnis yang sangat potensial					
4.	Identitas Pameran <i>Business to business Franchise and Licensing Expo</i> seperti Logo dan Tagline dapat diidentifikasi dengan baik.					

SS = Sangat Setuju, S = Setuju, N = Netral, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju.

## 2. OUTPUT LISREL

DATE: 8/22/2015

TIME: 22:36

L I S R E L 8.72

BY

Karl G. Jöreskog dan Dag Sörbom

This program is published exclusively by  
 Scientific Software International, Inc.  
 7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
 Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.  
 Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140  
 Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005  
 Use of this program is subject to the terms specified in the  
 Universal Copyright Convention.  
 Website: [www.ssicentral.com](http://www.ssicentral.com)

The following lines were read from file  
 C:\Users\user\Documents\Tesis\Modif\Viral.SPJ:

*Viral Marketing*  
 SYSTEM FILE from file 'C:\Users\user\Documents\Tesis\Modif\Viral.DSF'  
 Sample Size = 100  
 Latent Variables Image Reach Speed Transmis  
 Relationships  
 Y1 = 1.10\*Image  
 Y2 = Image  
 Y3 = Image  
 Y4 = Image  
 X11 = Reach  
 X12 = Reach  
 X13 = Reach  
 X14 = Reach  
 X21 = Speed  
 X22 = Speed  
 X23 = Speed  
 X24 = Speed  
 X31 = Transmis  
 X32 = Transmis  
 X33 = Transmis  
 Image = Reach Speed Transmis  
 Set the Variance of Reach to 1.00  
 Set the Variance of Speed to 1.00  
 Set the Variance of Transmis to 1.00  
 SET error Covariance OF Y2 AND Y1 CORRELATE  
 SET error Covariance OF Y3 AND Y1 CORRELATE  
 SET error Covariance OF X11 AND Y4 CORRELATE  
 SET error Covariance OF X22 AND X21 CORRELATE

(Lanjutan)

SET error Covariance OF X33 AND Y1 CORRELATE

*Path diagram*

End of Problem

Sample Size = 100

Viral Marketing

## Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	X11	X12
Y1	1.59					
Y2	1.30	1.49				
Y3	1.26	1.20	1.49			
Y4	0,72	0,79	0,98	1.27		
X11	0,50	0,65	0,67	0,75	1.16	
X12	0,52	0,47	0,65	0,39	0,57	1.02
X13	0,57	0,56	0,69	0,63	0,75	0,61
X14	0,44	0,51	0,61	0,56	0,68	0,62
X21	0,48	0,55	0,58	0,45	0,55	0,35
X22	0,42	0,57	0,54	0,32	0,36	0,27
X23	0,39	0,50	0,54	0,49	0,57	0,35
X24	0,72	0,73	0,76	0,47	0,49	0,53
X31	0,27	0,41	0,29	0,19	0,25	0,02
X32	0,49	0,59	0,60	0,46	0,38	0,34
X33	0,52	0,47	0,41	0,29	0,24	0,25

## Covariance Matrix

	X13	X14	X21	X22	X23	X24
X13	1.10					
X14	0,71	1.00				
X21	0,44	0,43	1.17			
X22	0,19	0,23	0,78	1.06		
X23	0,42	0,27	0,70	0,64	1.06	
X24	0,47	0,40	0,49	0,47	0,57	1.24

(Lanjutan)

0,18	X31	0,06	0,18	0,28	0,16	0,30
0,40	X32	0,30	0,38	0,20	0,24	0,30
0,20	X33	0,20	0,33	0,19	0,09	0,25

## Covariance Matrix

	X31	X32	X33
X31	0,86		
X32	0,43	0,96	
X33	0,32	0,54	1,09

## Viral Marketing

Number of Iterations = 20

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

## Measurement Equations

Y1 = 1.10*Image,	Errorvar.= 0,71	, R <sub>i</sub> <sup>2</sup> = 0,55
	(0,11)	
	6.41	
Y2 = 1.21*Image,	Errorvar.= 0,46	, R <sub>i</sub> <sup>2</sup> = 0,69
	(0,10)	(0,082)
	11.56	5.61
Y3 = 1.40*Image,	Errorvar.= 0,11	, R <sub>i</sub> <sup>2</sup> = 0,93
	(0,12)	(0,064)
	11.36	1.63
Y4 = 0,98*Image,	Errorvar.= 0,57	, R <sub>i</sub> <sup>2</sup> = 0,54
	(0,13)	(0,087)
	7.44	6.56
X11 = 0,83*Reach,	Errorvar.= 0,43	, R <sub>i</sub> <sup>2</sup> = 0,62
	(0,092)	(0,078)
	9.05	5.49
X12 = 0,73*Reach,	Errorvar.= 0,48	, R <sub>i</sub> <sup>2</sup> = 0,53
	(0,091)	(0,080)
	8.03	5.98
X13 = 0,85*Reach,	Errorvar.= 0,39	, R <sub>i</sub> <sup>2</sup> = 0,65

(Lanjutan)

(0,091)	(0,073)
9.27	5.29

X14 = 0,81*Reach, Errorvar.= 0,35 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,65	
(0,087)	(0,067)
9.26	5.30

X21 = 0,80*Speed, Errorvar.= 0,54 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,54	
(0,10)	(0,11)
7.68	5.11

X22 = 0,71*Speed, Errorvar.= 0,55 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,48	
(0,10)	(0,10)
7.09	5.44

X23 = 0,82*Speed, Errorvar.= 0,38 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,64	
(0,095)	(0,088)
8.63	4.35

X24 = 0,72*Speed, Errorvar.= 0,72 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,42	
(0,11)	(0,12)
6.64	5.96

X31 = 0,50*Transmis, Errorvar.= 0,61 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,29	
(0,095)	(0,096)
5.23	6.39

X32 = 0,87*Transmis, Errorvar.= 0,20 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,79	
(0,097)	(0,11)
9.01	1.85

X33 = 0,63*Transmis, Errorvar.= 0,70 , R <sub>i</sub> <sup>1</sup> = 0,36	
(0,11)	(0,12)
5.96	5.99

Error Covariance for Y2 and Y1 = 0,34

(0,070)

4.94

Error Covariance for Y3 and Y1 = 0,18

(0,056)

3.10

Error Covariance for X11 and Y4 = 0,18

(0,059)

3.08

Error Covariance for X22 and X21 = 0,21

(0,084)

2.50

Error Covariance for X33 and Y1 = 0,15

(0,053)

2.86

(Lanjutan)

## Structural Equations

$$\text{Image} = 0,30 \cdot \text{Reach} + 0,26 \cdot \text{Speed} + 0,25 \cdot \text{Transmis}, \text{ Errorvar.} = 0,26$$

$$R^2 = 0,63$$

(0,100)	(0,099)	(0,085)	(0,069)
3.00	2.61	2.93	3.82

## Correlation Matrix of Independent Variables

	Reach	Speed	Transmis
	-----	-----	-----
Reach	1.00		
Speed	0,64 (0,08) 7.80	1.00	
Transmis	0,48 (0,10) 4.90	0,44 (0,11) 4.14	1.00

## Covariance Matrix of Latent Variables

	Image	Reach	Speed	Transmis
	-----	-----	-----	-----
Image	0,71			
Reach	0,58	1.00		
Speed	0,56	0,64	1.00	
Transmis	0,51	0,48	0,44	1.00

## Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 79  
 Minimum Fit Function Chi-Square = 137.16 (P = 0,00)  
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 130,10 (P = 0,00026)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 51.10  
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (23.67 ; 86.43)

Minimum Fit Function Value = 1.39  
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0,52  
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0,24 ; 0,87)  
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0,081  
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0,055 ; 0,11)  
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0,05) = 0,027

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 2.14  
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.87 ; 2.50)



(Lanjutan)

ECVI for Saturated Model = 2.42  
ECVI for Independence Model = 19.65

Chi-Square for Independence Model with 105 Degrees of Freedom =  
1914.97

Independence AIC = 1944.97  
Model AIC = 212.10  
Saturated AIC = 240,00  
Independence CAIC = 1999.04  
Model CAIC = 359.92  
Saturated CAIC = 672.62

Normed Fit Index (NFI) = 0,93  
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0,96  
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0,70  
Comparative Fit Index (CFI) = 0,97  
Incremental Fit Index (IFI) = 0,97  
Relative Fit Index (RFI) = 0,90

Critical N (CN) = 81.22

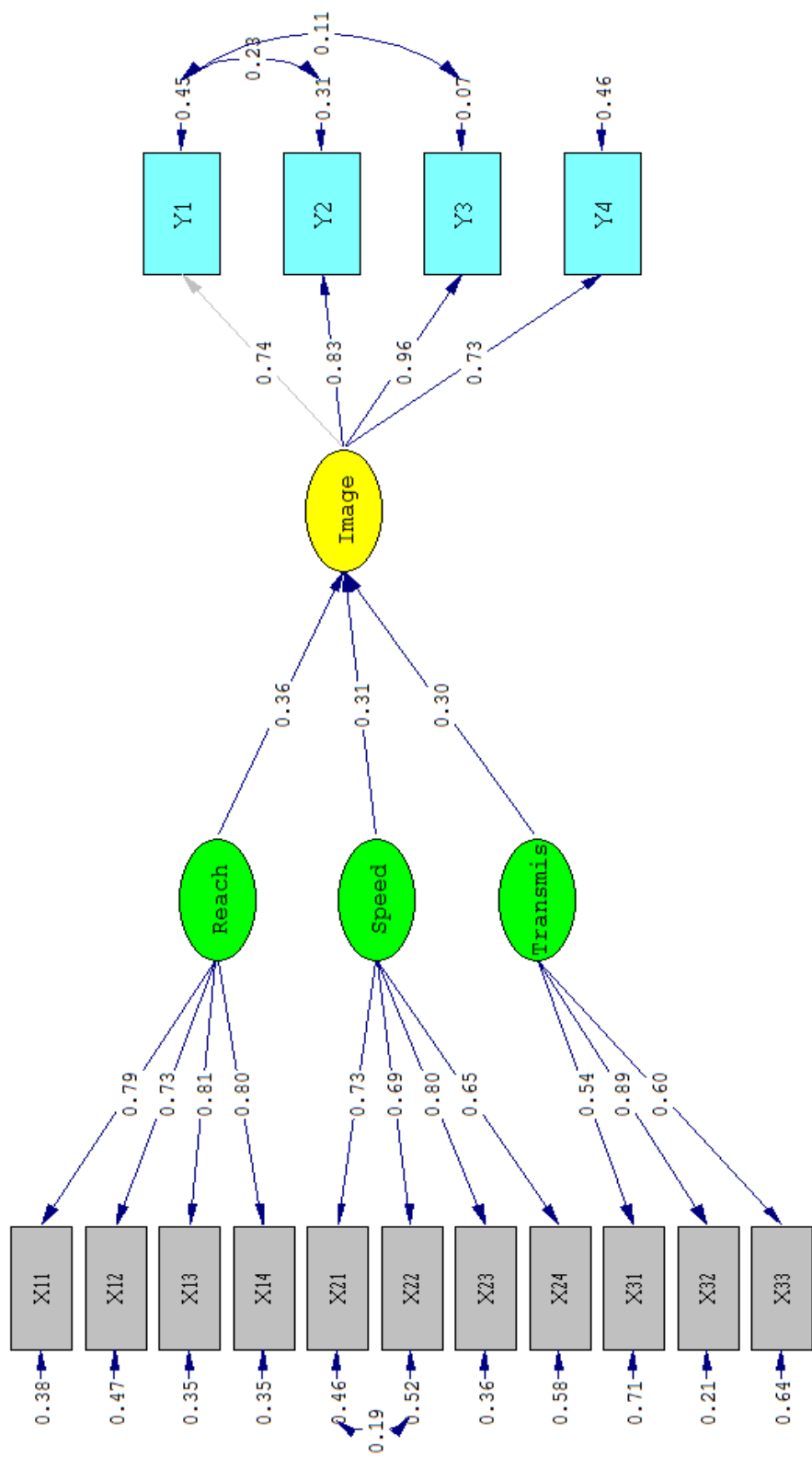
Root Mean Square Residual (RMR) = 0,074  
Standardized RMR = 0,064  
Goodness of Fit Index (GFI) = 0,85  
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0,77  
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0,56

Time used: 0,125 Seconds

## 3. SYNTAX LISREL

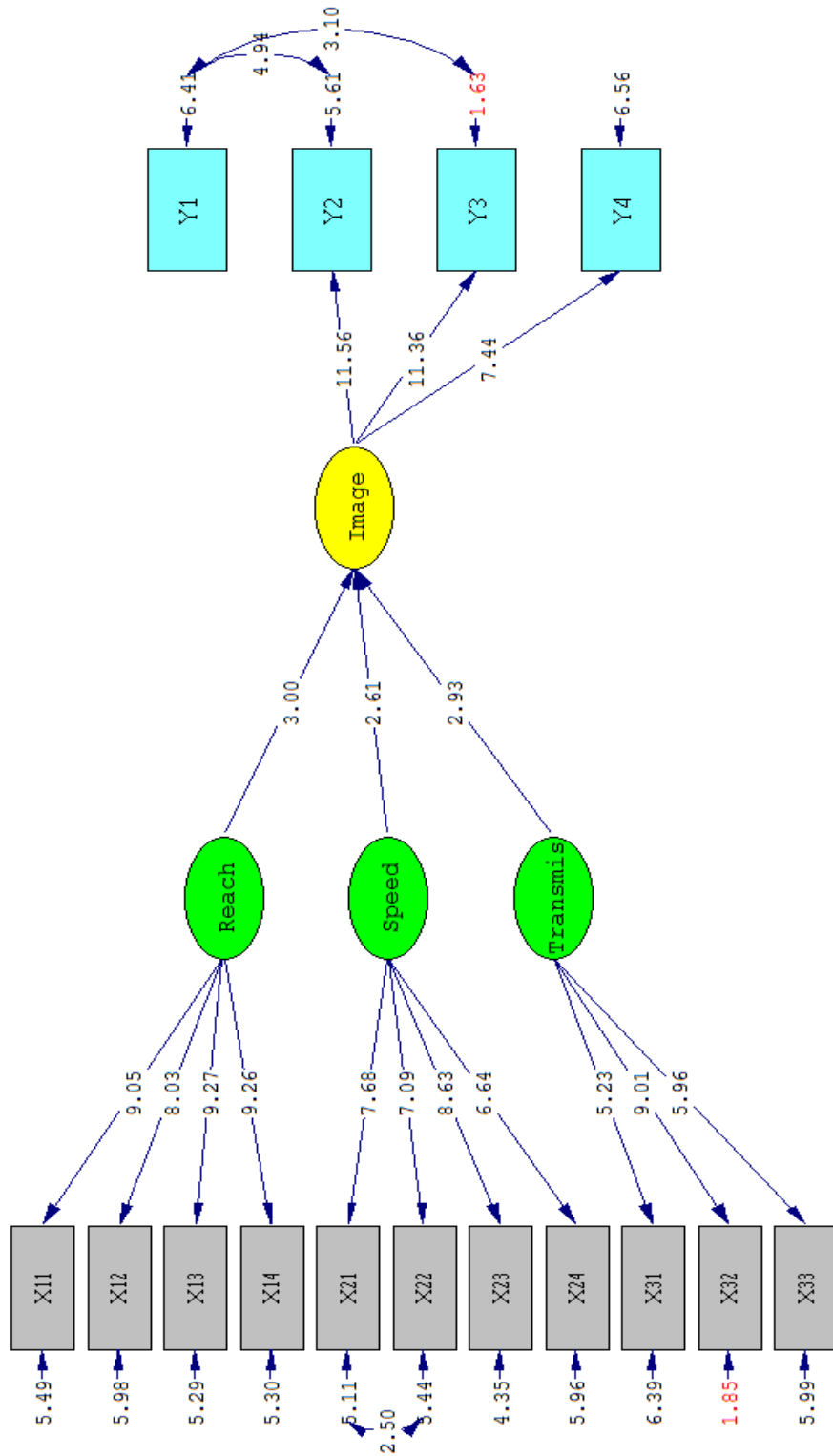
```
Viral Marketing
SYSTEM FILE from file 'C:\Users\user\Documents\Tesis\Modif\Viral.DSF'
Sample Size = 100
Latent Variables  Image Reach Speed Transmis
Relationships
Y1 = 1.10*Image
Y2 = Image
Y3 = Image
Y4 = Image
X11 = Reach
X12 = Reach
X13 = Reach
X14 = Reach
X21 = Speed
X22 = Speed
X23 = Speed
X24 = Speed
X31 = Transmis
X32 = Transmis
X33 = Transmis
Image = Reach Speed Transmis
Set the Variance of Reach to 1.00
Set the Variance of Speed to 1.00
Set the Variance of Transmis to 1.00
Set the Error Covariance of Y2 and Y1 Free
Set the Error Covariance of Y3 and Y1 Free
Set the Error Covariance of X22 and X21 Free
Set the Error Covariance of X32 and X21 Free
Set the Error Covariance of X33 and X11 Free
Path diagram
End of Problem
```

4. BASIC MODEL STANDART SOLUZATION



Chi-Square=130.10, df=79, P-value=0.00026, RMSEA=0.081

5. BASIC MODEL T VALUE



Chi-Square=130.10, df=79, P-value=0.00026, RMSEA=0.081