

**LAMPIRAN 1****KUESIONER PENELITIAN****ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN  
*PERCEIVED VALUE* TERHADAP MINAT BELI PADA  
PENGGUNA LIPSTIK REVLON MELALUI CITRA MEREK**

Sehubungan dengan di buatnya penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat saya :

Nama : Dwi Septiarini

NIM : 2016-0101-133

Memohon kesediaan Ibu/Bapak/Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata satu (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta. Karenanya, kebenaran dan kelengkapan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu bagi penulis, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan. Atas partisipasi Ibu/Bapak/Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

**BAGIAN PERTAMA****DATA RESPONDEN**

Nama :

Usia : a). 18 – 20 Tahun  
b). 21 – 25 Tahun  
c). 26 – 29 Tahun  
d). > 30 Tahun

Pekerjaan : a). Wirausaha  
b). Pegawai Swasta  
c). Mahasiswa  
d). Pegawai Negeri Sipil

Pengeluaran Rutin perbulan : a). Rp. 250.000 – Rp. 500.000  
b). Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000  
c). Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000  
d). >Rp. 3.000.000

Domisili : a). Jakarta  
b). Bogor  
c). Tangerang  
d). Depok  
e). Bekasi

**Bagian Kedua**

**Petunjuk Pengisian**

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini. Masing-masing pertanyaan disediakan 4 alternatif jawaban dengan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

SS = Sangat setuju

S = Setuju

TS = Tidak setuju

STS = Sangat tidak setuju

	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<b>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</b>					
1	Saya mendapatkan rekomendasi mengenai produk Lipstik Revlon melalui media sosial				
2	Melalui situs jejaring sosial, saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif atau negatif orang lain terhadap Lipstik Revlon				
3	Saya selalu mencari informasi terbaru mengenai Lipstik Revlon melalui media sosial				
4	Melalui internet saya mendapatkan informasi bahwa Lipstik Revlon merupakan pilihan yang tepat untuk produk Lipstik				
5	Saya dapat merasakan manfaat media sosial untuk saling berinteraksi dengan konsumen				
6	Saya merasa terbantu atas ketersediaan orang lain dalam membagikan informasi mengenai Lipstik Revlon melalui media sosial				

	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<b>CITRA MEREK</b>					

1	Lipstik Revlon dikenal sebagai merek lipstik yang berkualitas				
2	Lipstik merek revlon mudah diingat dan diucapkan				
3	Lipstik Revlon memiliki simbol atau logo yang menjadi pembeda dengan Lipstik merek lainnya.				
4	Lipstik merek Revlon sudah dikenal banyak orang				
5	Saya terlihat percaya diri ketika menggunakan lipstik merek Revlon				
6	Lipstik Revlon mempunyai kemasan yang unik dan menarik				

	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
PERCEIVED VALUE					
1	Manfaat dari Lipstik Revlon sebanding dengan nilai uang yang dibayarkan				
2	Secara keseluruhan produk Revlon sangat bernilai tinggi.				
3	Lipstik Revlon memiliki kualitas yang baik				
4	Saya merasa puas memakai Lipstik Revlon				
5	Lipstik Revlon memiliki kualitas yang baik				

	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4

MINAT BELI				
1	Saya tertarik membeli Lipstik Revlon dalam waktu dekat			
2	Produk Revlon menjadi pilihan saya saat membeli kosmetik			
3	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk membeli Lipstik Revlon			
4	Saya memiliki keinginan untuk mencoba Lipstik Revlon			
5	Saya berminat membeli Lipstik Revlon setelah melakukan perbandingan dengan merek Lipstik lain.			

## Lampiran 2

Tabulsi Data 300 Responden

	EWOM					Perceived Value					Minat Beli					Citra Merek					
1	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
6	2	2	5	4	2	2	4	2	3	4	2	4	4	4	3	2	2	4	2	2	2
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3
8	2	4	4	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	4	4	2	3	2	2	3
9	2	2	4	2	4	2	3	3	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	3	3	2
10	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
12	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3
13	2	4	4	2	2	3	4	2	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
15	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	4	2	2	2
16	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	3	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2
17	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	4	2	4	2	4	4	2	2
18	2	2	4	3	2	4	2	4	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2
19	2	2	2	3	3	2	2	2	2	4	4	3	3	2	2	4	4	4	2	2	4
20	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2
21	2	2	2	2	4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	4	2	2	3	4	2	4
22	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
25	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4
27	2	2	4	2	3	2	2	4	2	2	4	3	2	2	4	2	3	4	2	4	4
28	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	2	2	2	4	3	2	2	4	2	2	3	3	3	4	2	2	4	4	2	2	4

	EWOM					Perceived Value					Minat Beli					Citra Merek						
31	2	2	2	4	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
32	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
34	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
35	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	2	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	2	2	2	3	3	2	3	2	4	4	2
39	2	2	4	2	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	4	2	4	4	2	2	4	2
40	4	4	2	2	2	2	4	4	3	2	4	2	3	3	2	2	4	4	2	4	3	2
41	2	2	2	2	2	3	3	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	3	3	3	4	2
42	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
44	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
46	2	2	2	4	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2
47	2	4	2	4	2	2	2	4	4	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	2	2	4
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3
52	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
54	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
56	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	4	3	3	3	2	4	4	2	4	2
57	3	4	4	2	2	2	3	4	3	3	3	2	4	4	2	4	2	3	4	3	4	4
58	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	4	2	2	2	4	4	2	4	4	2	3	3
59	2	4	2	4	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	3	3	2	4	2	2	3	4
60	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4

	EWOM					Perceived Value					Minat Beli				Citra Merek							
61	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
62	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
63	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
64	2	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	4	4	2	4	2	2	2	4	4	2	2
65	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
66	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
67	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
68	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
69	2	4	2	3	2	2	4	4	4	3	2	2	4	2	3	2	4	2	4	4	4	2
70	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
72	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
73	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
74	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4
75	2	2	4	2	2	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	2	4	2	2	4	3	4
76	2	4	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	2	4	4	3	2	3
77	2	2	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	2	4
78	2	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4
79	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
80	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
81	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4
82	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
83	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
85	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	4	2	2	4	3	3	4	4	2	4	2	3
86	2	2	4	4	2	2	2	3	2	4	3	3	4	4	3	2	4	2	2	2	2	2
87	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

	EWOM					Perceived Value					Minat Beli					Citra Merek					
91	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
92	2	4	2	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	2	2	2	4	4	2	3
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
94	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
95	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
96	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3
97	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
98	2	2	2	4	2	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4
99	3	3	2	2	4	2	2	2	2	4	4	4	2	4	3	3	2	4	2	4	4
100	2	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
102	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
103	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4
104	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
105	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
106	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
107	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3
108	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3
110	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



### Lampiran 3

#### A. Uji Validitas

##### 1. Hasil *Outer Loading* (Convergen Validity)

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Electronic Word of Mouth (X1)	X1	0,916	Valid
	X2	0,880	Valid
	X3	0,864	Valid
	X4	0,870	Valid
	X5	0,913	Valid
	X6	0,857	Valid
Perceived Value (X2)	X2.1	0,872	Valid
	X2.2	0,846	Valid
	X2.3	0,802	Valid
	X2.4	0,913	Valid
	X2.5	0,815	Valid
Minat Beli (Y)	Y1	0,905	Valid
	Y2	0,917	Valid
	Y3	0,933	Valid
	Y4	0,907	Valid
	Y5	0,843	Valid
Citra Merek (Z)	Z1	0,864	Valid
	Z2	0,896	Valid
	Z3	0,920	Valid
	Z4	0,954	Valid
	Z5	0,925	Valid
	Z6	0,914	Valid

## 2. Hasil Analisis Validitas Konvergen (Konvergent Validity)

Variabel Laten	AVE	Keterangan
CM	0,833	Valid
EWOM	0,718	Valid
MB	0,813	Valid
PV	0,724	Valid

## 3. Hasil Analisis Validitas Diskriminan (Discriminat Validity)

	Citra Merek	Electronic Word Of Mouth	Minat Beli	Perceived Value
Citra Merek	0,913			
Electronic Word Of Mouth	0,859	0,884		
Minat Beli	0,804	0,902	0,946	
Perceived Value	0,851	0,889	0,932	0,952

## B. Uji Reliabilitas

### 1. Hasil Analisis *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability
Citra Merek	0,968
Electronic Word of Mouth	0,955
Minat Beli	0,956
Perceived Value	0,929

## 2. Hasil Analisis *Cronbachs Alpha*

Variabel	Cronbach Alpha
Citra Merek	0,960
Electronic Word of Mouth	0,944
Minat Beli	0,942
Perceived Value	0,904

## C. Pengujian Model Struktural dan Hipotesis

### 1. Hasil R Square

	R Square
Citra Merek	0,907
Minat Beli	0,911

### 2. Signifikansi *Path Coefficiens* (Uji t)

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	TStatistik ( O/STDEV )	P VALUE
CM -> MB	0,652	0,652	0,136	4,778	0,000
EWOM -> CM	0,061	0,066	0,113	0,535	0,609
EWOM -> MB	-0,157	-0,153	0,078	2,013	0,045
PV -> CM	0,898	0,895	0,106	8,487	0,000
PV -> MB	0,451	0,448	0,166	2,812	0,008

3. Model antar Konstruk Output Smart PLS

