

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention* Pada Shopee Melalui *Brand Image*.

Kepada Yang Terhormat Responden

Kuesioner penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian pada *online store* dengan objek Shopee. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, *celebrity endorser*, *brand image*, dan *purchase intention*. Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharapkan bantuan pada anda untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan penelitian secara objektif. Data yang anda isikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya semata.

Atas ketersediaannya dan partisipasinya Saudari/Saudari dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nurma Fitriyah

LEMBAR KUESIONER

Saya adalah Mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen yang berfokus pada bidang Pemasaran. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyusun Skripsi S-1 sebagai salah satu syarat kelulusan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Penelitian ini merupakan survei mengenai “**Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention* Shopee Melalui *Brand Image*””. Demi tercapainya tujuan penelitian ini saya mengharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudari/I untuk meluangkan waktu sedikit guna mengisi kuesioner ini.**

Nama : Nurma Fitriyah

NIM : 20160101194

Atas kerjasama dan kesediaannya dalam berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian Bagian I

Pilihlah salah satu jawaban menurut anda yang tepat pada pertanyaan atau pernyataan berikut ini dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan kondisi saudara/I :

(Karakteristik Responden)

1. Usia
 - a. 17-21 tahun
 - b. 22-26 tahun
 - c. 27-35 tahun
 - d. >35 tahun
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Pendidikan terakhir anda?
 - a. SMA/Sederajat
 - b. S1
 - c. S2
 - d. Lainnya.....

4. Apakah pekerjaan anda saat ini?
 - a. Mahasiswa/Pelajar
 - b. Pegawai Swasta
 - c. PNS/BUMN/POLRI/TNI
 - d. Wiraswasta
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya, sebutkan.....
5. Berapa penghasilan anda perbulan?
 - a. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - b. Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000
 - c. Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000
 - d. >Rp. 5.000.000

(Screening Question)

Pilihlah salah satu jawaban menurut anda yang tepat pada pertanyaan atau pernyataan berikut ini dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan kondisi saudara/I :

1. Pernahkan anda membeli produk di online store Shopee ?
 - a. Iya, saya pernah
 - b. Tidak, saya tidak pernah

(jika jawabannya anda “pernah”, maka silahkan menjawab pertanyaan selanjutnya)

2. Jenis atau katagori barang apa saja yang anda beli di Shopee?
 - a. Fashion (Pakaian, Tas, Jam Tangan, Sepatu dll)
 - b. Kosmetik
 - c. Perlengkapan Rumah
 - d. Lainnya, sebutkan.....
3. Rata-rata pengeluaran perbulan belanja pada Shopee?
 - a. < Rp 200.000
 - b. Rp 200.000 – Rp 300.000
 - c. Rp 300.001 – Rp 500.000
 - d. > Rp 500.000

Petunjuk Pengisian Bagian II

Berikan tanda centang (√) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda. Terdapat 4 (empat) alternatif pengisian jawaban yaitu:

1. STS = Sangat Tidak Setuju.
2. TS = Tidak Setuju.
3. S = Setuju.
4. SS = Sangat Setuju.

No.	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<i>Electronic Word of Mouth</i>					
1.	Saya mengakses Shopee jika perlu saja.				
2.	Saya selalu memperhatikan testimoni para pengguna Shopee ketika mau menggunakan aplikasi.				
3.	Saya selalu membicarakan Shopee dengan pengguna sosial media lainnya				
4.	Saya memberikan komentar positif pada media sosial setelah menggunakan Shopee jika keinginan saya dapat terpenuhi saat menggunakannya.				
5.	Saya menggunakan Shopee karena banyaknya komentar positif yang ditulis oleh pengguna di media sosial.				
6.	Saya menggunakan Shopee karena rekomendasi dari pengguna situs jejaring sosial.				
7.	Pendapat para pengguna Shopee menjadi bahan pertimbangan utama bagi saya dalam membuat keputusan pembelian.				
8.	Saya mendapatkan informasi tentang seluruh variasi layanan apa saja yang ditawarkan oleh Shopee.				
9.	Saya mendapatkan informasi yang disampaikan di situs jejaring sosial seperti Instagram mengenai Shopee.				
10.	Saya mendapatkan informasi sesuai dengan ketentuannya mengenai kebijakan privasi akun.				
11.	Saya mendapatkan informasi mengenai cashback yang ditawarkan Shopee dari situs jejaring sosial.				

No.	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<i>Celebrity Endorser</i>					
12.	Didi Kempot memiliki tingkat keseringan muncul di acara <i>on air</i> maupun <i>off air</i> .				
13.	Didi Kempot adalah seorang selebriti yang terkenal.				
14.	Didi Kempot adalah seorang selebriti yang berbakat.				
15.	Didi Kempot sosok yang dapat dipercaya sebagai <i>endorser</i> untuk Shopee.				
16.	Didi Kempot memiliki reputasi yang baik dalam menjadi <i>endorser</i> untuk Shopee.				
17.	Didi Kempot memiliki ciri khas dengan penampilan yang sederhana cocok menjadi <i>endorser</i> untuk Shopee.				
18.	Didi Kempot memiliki penampilan yang menarik yaitu pakaian adat jawa.				
19.	Didi Kempot mencerminkan pria yang mempunyai nama baik untuk menjadi <i>endorser</i> untuk Shopee.				
20.	Didi Kempot memiliki kemampuan mempengaruhi saya dalam melakukan keputusan membeli produk di Shopee.				
21.	Didi Kempot menjadi inspirasi saya dalam melakukan keputusan membeli di Shoppe.				
<i>Purchase Intention</i>					
22.	Saya tertarik untuk melakukan pembelian di Shopee.				
23.	Saya bersedia merekomendasikan Shopee kepada orang lain.				
24.	Saya lebih memilih Shopee dalam memenuhi kebutuhan saya dari pada <i>e-commerce</i> lainnya.				
25.	Shopee lebih menarik perhatian saya dibandingkan <i>e-commerce</i> lainnya.				
26.	Saya mencari informasi mengenai Shopee kepada orang lain yang sudah menggunakannya.				
27.	Saya tertarik untuk melakukan pembelian di Shopee setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat.				
<i>Brand Image</i>					
28.	Shopee merupakan <i>e-commerce</i> yang mudah diingat.				
29.	Fasilitas aplikasi yang ditampilkan oleh Shopee lebih mudah dipahami dan lainnya.				

No.	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
30.	Shopee memiliki reputasi yang baik.				
31.	Shopee memberikan berbagai macam fitur pendukung seperti Tanam Shopee, Shopee <i>lucky</i> , dan Shopee <i>candy</i> .				
32.	Shopee memiliki ciri khas logo yang unik.				
33.	Shopee mempunyai desain warna yang unik yaitu warna <i>orange</i> baik pada logo maupun tampilan pada aplikasi.				
34.	Shopee menawarkan berbagai diskon yang menarik.				
35.	Shopee terkenal dengan penawaran ongkos kirim secara gratis apabila melakukan pembayaran melalui <i>ShopeePay</i> .				
36.	Shopee menawarkan berbagai macam fitur akses untuk melakukan pembayaran.				
37.	Shopee merupakan <i>e-commerce</i> yang mampu menawarkan produk yang sesuai dengan harapan saya dari pada <i>e-commerce</i> lainnya.				
38.	Merek atau logo yang ditampilkan di iklan Shopee selalu diingat oleh saya.				

Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik 190 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	78	190
	Perempuan	112	
Usia	17 - 21 Tahun	86	190
	22 - 26 Tahun	85	
	27-35 Tahun	3	
	> 35 Tahun	16	
Pendidikan	SMA/Sederajat	116	190
	S1	66	
	S2	3	
	Yang Lainnya	5	
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	130	190
	Pegawai Swasta	32	
	Wiraswasta	9	
	BUMN/POLRI/TNI	12	
	Yang lain	7	
Pernahkan anda membeli produk di online store Shopee ?	Iya, saya pernah	190	190
	Tidak, saya tidak pernah	0	
Jenis atau katagori barang apa saja yang anda beli di Shopee?	Fashion	127	190
	Kosmetik	37	
	Perlengkapan Rumah Tangga	11	
	Lainnya	15	
Rata-rata pengeluaran perbulan belanja pada Shopee?	< 200.000	99	190
	200.000 - 300.000	58	
	300.001 - 500.000	24	
	> 500.000	9	

Lampiran 3 Tabulasi Pre – Test (30 Responden)

Resp.	Electronic Word of Mouth										Celebrity Endorser							Purchase Intention					Brand Image										Total						
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	151		
2	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130	
3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	112			
4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	130	
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	151	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	151	
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	145	
8	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	131
9	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	129
10	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	140	
11	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	151
13	2	4	3	3	3	1	4	2	4	3	3	2	3	4	2	2	3	2	3	1	1	4	4	4	4	1	1	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	111
14	4	4	2	3	3	3	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	2	1	4	4	3	4	4	4	3	2	3	4	2	125
15	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	135
16	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	132
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	119
18	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	136
19	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	115
20	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	133
21	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	133
22	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	103
23	2	4	4	3	3	3	4	3	2	2	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	129
24	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	141

Resp.	<i>Electronic Word of Mouth</i>										<i>Celebrity Endorser</i>								<i>Purchase Intention</i>						<i>Brand Image</i>								Total												
25	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	135
26	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	135	
27	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	1	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	120		
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	152		
29	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	129		
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	159		

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas (30 Responden)

Correlations

	EWOM_1	EWOM_2	EWOM_3	EWOM_4	EWOM_5	EWOM_6	EWOM_7	EWOM_8	EWOM_9	EWOM_10	EWOM_11	SKOR_TOTAL
Pearson Correlation	1	.021	-.121	.416*	.021	.227	-.078	.368*	.109	.465**	.220	.400*
Sig. (2-tailed)		.911	.525	.022	.912	.228	.680	.045	.567	.010	.243	.028
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.021	1	.424*	.486**	.326	.282	.367*	.117	.147	.504**	.261	.548**
Sig. (2-tailed)	.911		.020	.006	.079	.131	.046	.537	.439	.004	.164	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	-.121	.424*	1	.475**	.175	.389*	.382*	.256	.449*	.165	.284	.581**
Sig. (2-tailed)	.525	.020		.008	.355	.033	.037	.172	.013	.383	.128	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.416*	.486**	.475**	1	.418*	.394*	.471**	.493**	.366*	.596**	.239	.779**
Sig. (2-tailed)	.022	.006	.008		.022	.031	.009	.006	.047	.001	.203	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	EWOM_1	EWOM_2	EWOM_3	EWOM_4	EWOM_5	EWOM_6	EWOM_7	EWOM_8	EWOM_9	EWOM_10	EWOM_11	SKOR_TOTAL
Pearson Correlation	.021	.326	.175	.418*	1	.534**	.526**	.367*	.444*	.469**	.296	.654**
Sig. (2-tailed)	.912	.079	.355	.022		.002	.003	.046	.014	.009	.112	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.227	.282	.389*	.394*	.534**	1	.241	.650**	.313	.512**	.222	.719**
Sig. (2-tailed)	.228	.131	.033	.031	.002		.200	.000	.093	.004	.239	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	-.078	.367*	.382*	.471**	.526**	.241	1	.414*	.299	.308	.459*	.609**
Sig. (2-tailed)	.680	.046	.037	.009	.003	.200		.023	.109	.097	.011	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.368*	.117	.256	.493**	.367*	.650**	.414*	1	.140	.457*	.381*	.684**
Sig. (2-tailed)	.045	.537	.172	.006	.046	.000	.023		.462	.011	.038	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.109	.147	.449*	.366*	.444*	.313	.299	.140	1	.343	.155	.567**
Sig. (2-tailed)	.567	.439	.013	.047	.014	.093	.109	.462		.063	.414	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.465**	.504**	.165	.596**	.469**	.512**	.308	.457*	.343	1	.406*	.757**

	EWOM_1	EWOM_2	EWOM_3	EWOM_4	EWOM_5	EWOM_6	EWOM_7	EWOM_8	EWOM_9	EWOM_10	EWOM_11	SKOR_TOTAL
Sig. (2-tailed)	.010	.004	.383	.001	.009	.004	.097	.011	.063		.026	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.220	.261	.284	.239	.296	.222	.459*	.381*	.155	.406*	1	.551**
Sig. (2-tailed)	.243	.164	.128	.203	.112	.239	.011	.038	.414	.026		.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.400*	.548**	.581**	.779**	.654**	.719**	.609**	.684**	.567**	.757**	.551**	1
Sig. (2-tailed)	.028	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

	CE_1	CE_2	CE_3	CE_4	CE_5	CE_6	CE_7	CE_8	CE_9	CE_10	SKOR_TOTAL
Pearson Correlation	1	.323	.234	.381*	.435*	.381*	.414*	.454*	.550**	.555**	.655**
Sig. (2-tailed)		.082	.213	.038	.016	.038	.023	.012	.002	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	CE_1	CE_2	CE_3	CE_4	CE_5	CE_6	CE_7	CE_8	CE_9	CE_10	SKOR_TOTAL
Pearson Correlation	.323	1	.562**	.465**	.497**	.375*	.340	.508**	.251	.493**	.606**
Sig. (2-tailed)	.082		.001	.010	.005	.041	.066	.004	.182	.006	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.234	.562**	1	.382*	.404*	.639**	.376*	.515**	.242	.303	.557**
Sig. (2-tailed)	.213	.001		.037	.027	.000	.040	.004	.198	.103	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.381*	.465**	.382*	1	.961**	.505**	.431*	.595**	.642**	.749**	.845**
Sig. (2-tailed)	.038	.010	.037		.000	.004	.017	.001	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.435*	.497**	.404*	.961**	1	.532**	.449*	.628**	.679**	.793**	.883**
Sig. (2-tailed)	.016	.005	.027	.000		.002	.013	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.381*	.375*	.639**	.505**	.532**	1	.669**	.821**	.412*	.435*	.724**
Sig. (2-tailed)	.038	.041	.000	.004	.002		.000	.000	.024	.016	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	CE_1	CE_2	CE_3	CE_4	CE_5	CE_6	CE_7	CE_8	CE_9	CE_10	SKOR_TOTAL
Pearson Correlation	.414*	.340	.376*	.431*	.449*	.669**	1	.577**	.417*	.386*	.643**
Sig. (2-tailed)	.023	.066	.040	.017	.013	.000		.001	.022	.035	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.454*	.508**	.515**	.595**	.628**	.821**	.577**	1	.398*	.477**	.756**
Sig. (2-tailed)	.012	.004	.004	.001	.000	.000	.001		.029	.008	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.550**	.251	.242	.642**	.679**	.412*	.417*	.398*	1	.809**	.800**
Sig. (2-tailed)	.002	.182	.198	.000	.000	.024	.022	.029		.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.555**	.493**	.303	.749**	.793**	.435*	.386*	.477**	.809**	1	.871**
Sig. (2-tailed)	.001	.006	.103	.000	.000	.016	.035	.008	.000		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.655**	.606**	.557**	.845**	.883**	.724**	.643**	.756**	.800**	.871**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

	PI_1	PI_2	PI_3	PI_4	PI_5	PI_6	SKOR_TOTAL
Pearson Correlation	1	.530**	.675**	.574**	.433*	.497**	.756**
Sig. (2-tailed)		.003	.000	.001	.017	.005	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.530**	1	.575**	.601**	.489**	.589**	.810**
Sig. (2-tailed)	.003		.001	.000	.006	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.675**	.575**	1	.818**	.242	.305	.726**
Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.197	.101	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.574**	.601**	.818**	1	.313	.365*	.753**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.092	.048	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.433*	.489**	.242	.313	1	.945**	.781**
Sig. (2-tailed)	.017	.006	.197	.092		.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.497**	.589**	.305	.365*	.945**	1	.836**
Sig. (2-tailed)	.005	.001	.101	.048	.000		.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.756**	.810**	.726**	.753**	.781**	.836**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

	BI_1	BI_2	BI_3	BI_4	BI_5	BI_6	BI_7	BI_8	BI_9	BI_10	BI_11	TOTAL_SKOR
Pearson Correlation	1	.684**	.279	.380*	.348	.350	.071	.191	.277	.435*	-.103	.497**
Sig. (2-tailed)		.000	.136	.038	.059	.058	.710	.312	.138	.016	.588	.005
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.684**	1	.482**	.608**	.535**	.441*	.172	.100	.296	.472**	.184	.644**
Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.002	.015	.365	.598	.112	.009	.330	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.279	.482**	1	.533**	.496**	.503**	.489**	.571**	.591**	.672**	.462*	.805**
Sig. (2-tailed)	.136	.007		.002	.005	.005	.006	.001	.001	.000	.010	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.380*	.608**	.533**	1	.398*	.402*	.480**	.487**	.612**	.803**	.233	.773**
Sig. (2-tailed)	.038	.000	.002		.029	.028	.007	.006	.000	.000	.216	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.348	.535**	.496**	.398*	1	.766**	.097	.174	.380*	.287	.243	.640**
Sig. (2-tailed)	.059	.002	.005	.029		.000	.610	.357	.039	.124	.195	.000

	BI_1	BI_2	BI_3	BI_4	BI_5	BI_6	BI_7	BI_8	BI_9	BI_10	BI_11	TOTAL_SKOR
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.350	.441*	.503**	.402*	.766**	1	.430*	.431*	.583**	.394*	.316	.759**
Sig. (2-tailed)	.058	.015	.005	.028	.000		.018	.018	.001	.031	.089	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.071	.172	.489**	.480**	.097	.430*	1	.838**	.648**	.355	.386*	.661**
Sig. (2-tailed)	.710	.365	.006	.007	.610	.018		.000	.000	.054	.035	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.191	.100	.571**	.487**	.174	.431*	.838**	1	.819**	.461*	.383*	.730**
Sig. (2-tailed)	.312	.598	.001	.006	.357	.018	.000		.000	.010	.037	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.277	.296	.591**	.612**	.380*	.583**	.648**	.819**	1	.465**	.432*	.817**
Sig. (2-tailed)	.138	.112	.001	.000	.039	.001	.000	.000		.010	.017	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.435*	.472**	.672**	.803**	.287	.394*	.355	.461*	.465**	1	.135	.710**
Sig. (2-tailed)	.016	.009	.000	.000	.124	.031	.054	.010	.010		.476	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	BI_1	BI_2	BI_3	BI_4	BI_5	BI_6	BI_7	BI_8	BI_9	BI_10	BI_11	TOTAL_SKOR
Pearson Correlation	-.103	.184	.462*	.233	.243	.316	.386*	.383*	.432*	.135	1	.503**
Sig. (2-tailed)	.588	.330	.010	.216	.195	.089	.035	.037	.017	.476		.005
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.497**	.644**	.805**	.773**	.640**	.759**	.661**	.730**	.817**	.710**	.503**	1
Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas (30 Responden)

Electronic Word of Mouth (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	12

Celebrity Endorser (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	11

Purchase Intention (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	12

Brand Image (Z)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	11

Lampiran 6 Tabulasi Data 190 Responden

Resp.	Electronic Word of Mouth											Celebrity Endorser							Purchase Intention						Brand Image										Jml.	X1	X2	Y	Z					
1	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	1	3	2	3	2	2	2	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	113	30	23	20	40	
2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	132	39	35	18	40	
3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	128	34	38	18	38		
4	4	3	1	1	2	2	3	2	3	3	1	4	4	4	3	4	3	4	3	1	1	3	1	2	2	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	2	107	25	31	14	37	
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	142	42	32	24	44		
6	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	142	35	40	24	43		
7	4	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	3	4	3	3	4	4	4	3	3	112	31	32	15	34	
8	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	116	33	30	14	39	
9	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	111	30	30	18	33	
10	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	108	36	24	15	33		
11	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	134	39	30	24	41	
12	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	136	39	39	15	43		
13	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	120	33	33	19	35		
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	147	43	37	23	44		
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	142	44	40	21	37		
16	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	131	37	34	22	38	
17	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	111	30	32	17	32		
18	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	147	42	38	23	44		
19	1	4	2	3	2	1	3	4	2	1	3	4	3	3	2	3	4	3	2	1	1	3	1	2	2	1	3	4	2	1	3	3	2	1	4	3	2	1	90	26	26	12	26	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	151	44	39	24	44		
21	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	130	38	32	20	40	
22	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	118	32	32	20	34
23	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	139	39	38	21	41		
24	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	3	2	130	36	38	21	35	

Resp.	Electronic Word of Mouth										Celebrity Endorser								Purchase Intention						Brand Image								Jml.	X1	X2	Y	Z										
25	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4		3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130	36	31	19	44
26	2	4	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3		127	31	35	20	41			
27	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	137	37	35	23	42
28	4	4	2	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	126	35	36	18	37	
29	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2		122	36	33	20	33			
30	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	150	42	40	24	44	
31	4	4	2	3	4	2	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3		128	34	32	21	41		
32	4	1	1	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	1	1	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4		122	35	22	24	41		
33	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	135	41	26	24	44	
34	2	4	3	2	3	2	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3		123	31	37	17	38		
35	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	149	41	40	24	44	
36	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2		126	38	34	17	37			
37	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	149	41	40	24	44	
38	4	4	2	4	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3	2	1	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3		117	35	30	18	34		
39	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	145	41	36	24	44	
40	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	116	35	30	18	33	
41	4	4	3	4	4	2	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3		133	36	34	21	42	
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2		135	44	29	24	38			
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	114	33	30	18	33	
44	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	147	40	40	24	43	
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	141	44	31	22	44	
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3		115	33	30	18	34
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	138	33	39	22	44
48	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140	36	39	23	42	
49	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4		143	43	40	18	42		

Resp.	Electronic Word of Mouth										Celebrity Endorser								Purchase Intention						Brand Image								Jml.	X1	X2	Y	Z							
50	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	125	33	35	18	39
51	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	131	37	34	22	38
52	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	134	36	33	23	42	
53	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	124	35	34	20	35		
54	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	143	40	36	23	44
55	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	3	4	3	1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	121	32	33	17	39	
56	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103	24	29	17	33	
57	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	117	32	31	18	36	
58	2	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	141	37	40	20	44	
59	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	103	29	28	14	32
60	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	124	34	35	18	37		
61	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	117	34	30	17	36	
62	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	145	42	40	21	42
63	4	3	2	4	2	1	4	2	3	1	2	4	4	4	2	3	4	3	2	1	1	3	3	2	1	4	4	3	2	3	3	2	1	2	3	3	2	2	99	28	28	17	26	
64	4	4	1	1	1	3	1	2	3	2	2	2	4	3	2	3	1	3	2	1	1	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	1	2	3	4	3	3	1	89	24	22	15	28	
65	4	4	2	1	2	1	3	1	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	1	1	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	95	25	28	15	27	
66	3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	121	29	31	18	43
67	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	139	35	38	22	44
68	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	1	3	1	1	100	30	35	15	20	
69	3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	111	31	30	18	32
70	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	1	1	4	3	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	117	40	28	17	32
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	152	44	40	24	44
72	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	141	40	38	23	40
73	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	144	41	36	24	43	
74	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	85	27	21	12	25

Resp.	Electronic Word of Mouth												Celebrity Endorser								Purchase Intention						Brand Image										Jml.	X1	X2	Y	Z											
75	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128	37	31	18	42
76	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	119	34	32	16	37								
77	4	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	114	35	29	17	33		
78	4	4	1	3	2	4	4	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	2	2	2	1	1	1	3	2	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	113	34	32	10	37							
79	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	138	38	34	22	44	
80	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	104	30	31	16	27						
81	4	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	138	35	36	24	43			
82	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	1	3	3	2	119	39	30	23	27								
83	4	4	2	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	125	35	35	20	35		
84	2	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	137	37	33	23	44
85	4	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	111	29	32	16	34								
86	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	145	39	40	24	42	
87	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	116	33	36	17	30						
88	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	121	39	31	18	33								
89	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	144	41	35	24	44		
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	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	120	40	27	20	33	
91	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	117	34	33	19	31	
92	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	151	43	40	24	44	
93	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	120	31	34	21	34						
94	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	143	41	38	20	44	
95	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	136	36	34	23	43			
96	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	143	41	36	22	44
97	4	4	2	2	1	1	4	4	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	1	1	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	108	29	28	18	33	
98	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	135	39	34	18	44
99	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	121	35	34	18	34					

Resp.	Electronic Word of Mouth										Celebrity Endorser								Purchase Intention						Brand Image								Jml.	X1	X2	Y	Z							
100	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	115	31	30	18	36	
101	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	3	3	132	37	33	24	38	
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	114	33	30	18	33	
103	4	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	135	37	34	24	40	
104	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	96	31	23	12	30	
105	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	114	35	29	18	32	
106	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	141	42	34	24	41	
107	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	143	41	39	22	41		
108	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	145	42	40	24	39		
109	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	138	38	38	22	40	
110	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	141	40	33	24	44		
111	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	113	35	30	16	32	
112	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	2	119	35	38	17	29		
113	4	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	135	37	34	24	40	
114	1	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	130	33	35	24	38	
115	2	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	133	37	35	20	41		
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	135	44	29	24	38	
117	3	4	3	4	3	2	4	3	2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	3	1	4	3	3	3	4	4	4	4	1	2	2	2	4	4	4	4	2	2	117	30	35	21	31	
118	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	112	36	29	16	31	
119	4	4	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	116	31	32	18	35	
120	1	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	97	22	20	20	35	
121	4	4	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	1	1	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	110	30	30	16	34	
122	3	2	4	2	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	123	33	35	19	36	
123	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	1	1	2	4	3	1	1	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128	41	23	22	42	
124	4	4	1	2	2	2	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	1	1	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	4	3	2	108	33	32	12	31

Resp.	Electronic Word of Mouth										Celebrity Endorser								Purchase Intention						Brand Image								Jml.	X1	X2	Y	Z							
125	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	124	38	39	13	34	
126	2	4	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	116	32	30	20	34	
127	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	120	31	34	21	34	
128	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	122	35	37	15	35	
129	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	109	32	30	16	31	
130	4	4	4	3	3	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	110	29	36	15	30	
131	4	4	2	4	1	4	4	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	123	32	40	18	33	
132	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	1	1	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	115	32	35	14	34
133	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	1	1	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	115	32	35	14	34
134	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	114	31	34	17	32	
135	4	3	1	2	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	110	33	29	16	32	
136	4	4	3	4	4	2	4	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	126	34	29	21	42	
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	144	44	35	22	43	
138	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	4	3	3	1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	3	120	32	28	23	37	
139	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	126	33	37	19	37
140	3	4	2	4	3	2	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	123	33	36	17	37
141	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130	36	31	19	44	
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	152	44	40	24	44	
143	4	4	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103	25	31	14	33	
144	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	132	38	38	20	36	
145	3	4	2	4	4	2	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130	34	37	16	43	
146	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	124	35	36	15	38	
147	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	130	34	39	19	38
148	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	132	38	38	20	36	
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	143	44	31	24	44	

Resp.	Electronic Word of Mouth										Celebrity Endorser								Purchase Intention						Brand Image								Jml.	X1	X2	Y	Z						
150	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	2	3	3	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	129	37	26	23	43	
151	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	1	2	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	125	39	27	21	38
152	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	134	39	33	19	43
153	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	138	38	37	22	41
154	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	141	37	38	22	44
155	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	132	38	35	24	35
156	3	4	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	2	3	4	4	4	2	2	4	3	4	3	3	2	4	2	4	3	4	122	35	32	19	36
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	144	44	32	24	44
158	3	2	1	2	3	4	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	128	28	38	20	42
159	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	138	41	29	24	44
160	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	130	37	36	18	39
161	4	4	2	3	3	2	4	3	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	3	3	3	117	34	32	18	33
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	130	44	32	20	34
163	3	1	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	103	25	30	16	32
164	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	146	39	39	24	44
165	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	3	2	3	2	4	4	1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	126	39	24	23	40
166	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	114	35	30	15	34
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	152	44	40	24	44
168	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	117	33	33	17	34
169	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	141	41	32	24	44
170	4	4	1	2	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	128	33	38	15	42
171	3	4	2	2	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	2	2	2	3	3	2	1	3	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	30	26	18	44
172	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	141	37	38	22	44
173	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	1	1	3	4	3	1	3	4	4	3	4	4	4	3	3	115	34	31	14	36
174	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	133	40	33	20	40

Resp.	Electronic Word of Mouth										Celebrity Endorser								Purchase Intention						Brand Image								Jml.	X1	X2	Y	Z						
175	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	141	37	38	22	44	
176	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	137	35	36	22	44
177	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140	40	33	23	44
178	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	81	24	15	16	26
179	4	3	2	2	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	124	34	33	18	39
180	4	2	2	2	3	2	3	3	2	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	121	29	34	21	37
181	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	123	36	32	18	37
182	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	124	32	32	20	40
183	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	123	32	30	20	41
184	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	145	41	40	20	44
185	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	2	2	3	104	30	30	14	30
186	3	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	1	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	127	35	38	19	35
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	151	44	40	24	43
188	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	133	39	31	24	39
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	135	42	36	21	36
190	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	128	30	33	24	41

Pernyataan EWOM	Total	Pernyataan CE	Total	Pernyataan PI	Total	Pernyataan BI	Total
EWOM 1	625	CE 1	639	PI 1	666	BI 1	675
EWOM 2	692	CE 2	705	PI 2	616	BI 2	641
EWOM 3	538	CE 3	705	PI 3	519	BI 3	658
EWOM 4	622	CE 4	634	PI 4	598	BI 4	669
EWOM 5	616	CE 5	652	PI 5	634	BI 5	618
EWOM 6	582	CE 6	649	PI 6	624	BI 6	637
EWOM 7	671	CE 7	693			BI 7	683
EWOM 8	615	CE 8	654			BI 8	673
EWOM 9	575	CE 9	508			BI 9	680
EWOM 10	622	CE 10	478			BI 10	634
EWOM 11	599					BI 11	623

No.	Variabel	Pernyataan	Nilai
1.	<i>Electronic Word of Mouth</i>	Selalu memperhatikan testimoni para pengguna <i>e-commerce</i> Shopee ketika mau menggunakan aplikasi	692
2.	<i>Celebrity Endorser</i>	Didi Kempot adalah seorang selebriti yang terkenal dan Didi Kempot adalah seorang selebriti yang berbakat.	705
3.	<i>Purchase Intention</i>	Saya tertarik untuk melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> Shopee	666
4.	<i>Brand Image</i>	<i>E-commerce</i> Shopee menawarkan berbagai diskon yang menarik	683

Lampiran 7

Hasil Uji Analisis Jalur

1. Hasil Uji *Electronic Word of Mouth* dan *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.690	2.505		4.267	.000
electronic word of mouth	.547	.066	.518	8.236	.000
celebrity endorser	.231	.070	.206	3.281	.001

a. Dependent Variable: brand image
 Sumber : data primer yang diolah,2020

2. Nilai Koefisien Determinasi *Electronic Word of Mouth* dan *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.405	.398	4.016

a. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth
 Sumber : hasil output statistic, 2020

3. Hasil Uji *Electronic Word of Mouth*, *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.394	1.547		.255	.799
Electronic Word of Mouth	.257	.046	.373	5.629	.000
Celebrity Endorser	-.035	.043	-.047	-.811	.419
Brand Image	.297	.043	.454	6.885	.000

a. Dependent Variable: Purchase Intention
 Sumber : hasil output statistic, 2020

4. Nilai Koefisien Determinasi *Word of Mouth*, *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.515	2.357

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Electronic Word of Mouth dan Celebrity Endorser

Sumber : hasil output statistic, 2020

5. Hasil Uji *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* setelah di *trimming*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.123	1.408		-.087	.931
	Electronic Word of Mouth	.248	.044	.359	5.608	.000
	Brand Image	.289	.042	.441	6.892	.000

a. Dependent Variable: Purchase Intention

Sumber : hasil output statistic, 2020

6. Nilai Koefisien Determinasi *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* setelah di *trimming*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.512	2.364

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Electronic Word of Mouth

Sumber : hasil output statistic, 2020