

Lampiran 1. Ringkasan Daftar Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	(Erviana <i>et al.</i> , 2013)	<i>Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek</i>	analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda	Loyalitas merek berpengaruh positif terhadap ekuitas merek
2	(Sundjoto & Hadi, 2012)	Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Cair Dalam Kemasan “Frisian Flag”.	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel kesadaran merek terhadap ekuitas merek adalah berpengaruh positif dan signifikan
3	(Erviana <i>et al.</i> , 2013)	<i>Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek</i>	analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda	Kesadaran merek (<i>brand awareness</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek (<i>brand equity</i>)
4	(Fleck <i>et al.</i> , 2008)	<i>The development of store brands and the store as a brand in supermarkets in the Netherlands</i>	Desain eksperimental	Konsumen yang memiliki persepsi positif terhadap merek, akan cenderung mengembangkan kemauan yang lebih besar untuk membeli produk dan selanjutnya secara aktif mencari produk di toko.
5	(Suki, 2013)	<i>Green Awareness Effects On Consumers' Purchasing Decision: Some</i>	Analisis reliabilitas diukur melalui koefisien alpha Cronbach untuk memeriksa	Hasil menunjukkan bahwa kesadaran konsumen akan citra merek dengan elemen green marketing mempengaruhi keputusan

		<i>Insights From Malaysia</i>	konsistensi internal dari konstruksi.	pembelian konsumen terhadap produk hijau dimana mereka menggunakan citra merek produk dengan elemen hijau sebagai sumber informasi utama tentang produk hijau.
6	(Macdonald & Sharp, 2003)	<i>Management Perceptions of the Importance of Brand Awareness as an Indication of Advertising Effectiveness</i>	Metode penelitian secara empiris	Hasil menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran terpadu dan dari mulut ke mulut sangat mempengaruhi citra merek.
7	(Faircloth et al., 2013)	<i>The Effect Of Brand Attitude And Image On Brand Equity</i>	Metode penelitian secara empiris	citra merek berpengaruh positif terhadap ekuitas merek
8	(Severi & Ling, 2017)	<i>The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity Erfan</i>	Penelitian deskriptif drop-off survey.	Hasil menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan bahwa ekuitas merek juga dipengaruhi oleh loyalitas merek, dan hasil sejalan dengan penelitian sebelumnya.
9	(Rubio et al., 2013)	<i>Brand Awareness – Brand Quality Inference And Consumer’S Risk Perception In Store Brands Of Food Products</i>	Studi empiris	Hasil menegaskan bahwa konsumen muda yang memiliki beberapa kekhawatiran tentang citra merek menunjukkan ekuitas merek yang positif dan hasil yang konsisten.
10	(Vahie & Paswan, 2006)	<i>Private label brand image: its relationship with store image and national brand</i>	Data dikumpulkan menggunakan kuesioner	Hasil menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap ekuitas merek.
11	(Severi & Ling, 2017)	<i>The Mediating Effects of Brand Association , Brand Loyalty , Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity</i>	Analisis reliabilitas diukur melalui koefisien alpha Cronbach	Hasil menunjukkan bahwa <i>perceived quality</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>brand equity</i> .

Lampiran 2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

No	Original Questionnaire	Translate	Operasional Variabel
Brand Loyalty (Sasmita & Suki, 2015)			
1	<i>I would recommend this particular product/brand to others through the social media</i>	Saya akan merekomendasikan produk/merek tertentu ini kepada orang lain melalui media sosial	saya akan merekomendasikan produk/merek MS Glow kepada orang lain melalui media social
2	<i>I will not switch to another product/brand that appeared in the social media next time</i>	Saya tidak akan beralih ke produk/merek lain yang muncul di media sosial	saya tidak akan beralih ke produk/merek lain yang muncul di media social saya
3	<i>I usually use this particular product/brand as my first choice in comparison with the other product/brand</i>	Saya biasanya menggunakan produk/merek tertentu sebagai pilihan pertama saya dibandingkan dengan produk/merek lain	saya biasanya menggunakan produk/merek MS Glow sebagai pilihan pertama saya dibandingkan dengan produk/merek lain
4	<i>I regularly refer this particular product/brand through the social media</i>	Saya secara teratur melihat produk/merek tertentu melalui media sosial	saya secara teratur melihat produk/merek MS Glow di media sosial
Brand Awareness (Sasmita & Suki, 2015; Severi & Ling, 2017)			
5	<i>I can quickly recall symbol or logo of the particular product/brand that appeared in the social media</i>	Saya dapat dengan cepat mengingat simbol atau logo produk/merek tertentu yang muncul di media sosial	Saya dapat dengan cepat mengingat simbol atau logo produk/merek MS Glow yang muncul di media sosial
6	<i>Some characteristics of the particular product/brand that appeared in the social media come to my mind quickly</i>	Beberapa karakteristik produk/merek tertentu yang muncul di media sosial muncul di benak saya dengan cepat	Menurut saya, karakteristik (bentuk, tulisan, warna) produk/merek MS Glow dengan cepat muncul di benak saya
7	<i>I aware this particular product/brand that appeared in the social media</i>	Saya mengetahui produk/merek tertentu yang muncul di media sosial	Saya mengetahui produk/merek MS Glow yang muncul di media sosial
8	<i>I can recognize this particular product/brand in comparison with the other competing product/brand that</i>	Saya dapat mengenali produk/merek tertentu ini dibandingkan dengan produk/ merek pesaing lain yang muncul di media sosial	Saya dapat mengenali produk/merek MS Glow ini dibandingkan dengan produk/merek pesaing lain yang muncul di media social

	<i>appeared in the social media</i>		
9	<i>When I hear “skin care products” I immediately remember a certain product/brand</i>	Ketika saya mendengar “produk <i>skin care</i> ” saya langsung ingat dengan produk/merek tertentu	Ketika saya mendengar “produk <i>skin care</i> ” saya langsung ingat dengan produk/merek MS Glow
Brand Image (Sasmita & Suki, 2015)			
10	<i>This particular product/brand is well established</i>	Produk/merek khusus ini sudah terkenal	Produk/merek MS Glow ini sudah terkenal
11	<i>This particular product/brand has a clean image</i>	Produk/merek khusus ini memiliki citra yang baik	Produk/merek MS Glow ini memiliki citra yang baik
12	<i>This particular product/brand has a differentiated image in comparison with the other</i>	Produk/merek tertentu ini memiliki citra yang berbeda dibandingkan dengan produk/merek lain	Produk/merek MS Glow memiliki citra yang berbeda dibandingkan dengan produk/merek lain
13	<i>This particular product/brand has become the top beauty brand in Indonesia</i>	Produk/merek tertentu ini menjadi top brand kecantikan di Indonesia	Produk/merek MS Glow ini menjadi <i>top brand</i> kecantikan di Indonesia
Perceived Quality (Permatasari, 2017)			
14	<i>This particular product/brand has a positive effect on my skin</i>	Produk/merek ini memberikan efek positif bagi kulit saya	Produk/merek MS Glow memberikan efek positif kepada kulit saya
15	<i>The special product service provided is very satisfying</i>	Pelayanan produk yang diberikan sangat memuaskan	Pelayanan produk MS Glow yang diberikan sangat memuaskan
16	<i>This particular product/brand has a brand reputation for good quality</i>	Produk/merek ini memiliki keunggulan dibandingkan dari produk lain	produk/merek MS Glow memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk/merek lain
17	<i>This particular product/brand has a good brand reputation Overall product quality is good</i>	Produk/merek ini mempunyai reputasi merek dengan kualitas baik	Produk/merek MS Glow mempunyai reputasi merek dengan kualitas yang baik
18	<i>The special overall quality of this product is good</i>	Kualitas produk ini secara keseluruhan bagus	Kualitas produk MS Glow secara keseluruhan sangat baik
Brand Equity (Sasmita & Suki, 2015; Severi & Ling, 2017)			
19	<i>Even if another brand has the same features as this purchased brand, I would prefer to buy this brand</i>	Bahkan jika merek lain memiliki fitur yang sama dengan merek yang dibeli ini, saya lebih memilih untuk membeli merek ini	Bahkan jika merek lain memiliki fitur yang sama dengan merek MS Glow, saya akan lebih memilih untuk membeli produk Ms Glow

20	<i>I feel that certain products/brands have their own market share (shown for young people).</i>	Saya merasa bahwa produk/merek tertentu memiliki pangsa pasar sendiri (ditunjukkan untuk anak muda)	Saya merasa bahwa produk MS Glow memiliki pangsa pasar tersendiri (ditunjukkan bagi kalangan anak muda)
21	<i>I feel that certain products/brands have a strong brand</i>	Saya merasa bahwa produk/merek tertentu memiliki merek yang kuat	Saya merasa bahwa produk/merek MS Glow memiliki merek yang kuat

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Kepada Responden Yang Terhormat:

Perkenalkan saya Lusi Yanah mahasiswi Universitas Esa Unggul dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen sedang mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul

“Pengaruh *Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image, Dan Perceived Quality*, Terhadap *Brand Equity* Pada Ms Glow.”

Maka saya mengharapkan ketersediaan waktu Anda untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan cara mengisi kuesioner serta lengkap dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya karena hasil dari kuesioner sangat mempengaruhi hasil penelitian.

Seluruh data termasuk identitas dan jawaban Anda pada kuesioner di *google form* ini merupakan data yang bersifat RAHASIA dan hanya digunakan untuk kepentingan karya ilmiah atau penelitian. Dalam pengisian kuesioner ini TIDAK ADA JAWABAN BENAR ATAU SALAH. Sehingga, saya mengharapkan Anda dapat mengisi setiap pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner ini dengan JUJUR dan SUNGGUH. Jika Anda memiliki pertanyaan yang berhubungan dengan kuesioner penelitian ini, Anda dapat menghubungi saya melalui email lusiyannah92@gmail.com. Atas partisipasi dan ketersediaan waktu Anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

- I. Data Responden
 1. Nama _____
 2. Jenis kelamin : Perempuan
 3. Usia
 - 17-19 Tahun
 - 20-22 Tahun
 - 22 Tahun
 4. Pekerjaan
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Wiraswasta
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 5. Uang yang dihabiskan untuk membeli produk/merek MS Glow dalam waktu satu bulan
 - Rp 300.000 - Rp 500.0000
 - Rp 600.000 – Rp 900.000

- > Rp 1.000.000
- 6. Frekuensi pembelian produk dalam satu tahun
 - < 6 kali
 - 6 kali
 - 7-12 kali
 - > 12 kali
- 7. Jenis produk/merek MS Glow favorit
 - Paket Whitening
 - Paket Luminous
 - MS Glow Ultimate
 - MS Glow Acne Skin

II. Pengisian Kuesioner

Responden dapat memilih nilai 1-5 dalam menjawab dengan keterangan nilai sebagai berikut:

- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Antara Setuju dan Tidak Setuju (N) = 3
- Setuju (S) = 4
- Sangat Setuju (SS) = 5

Tabel 4. Kuesioner Penelitian

No	Kuesioner	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
Brand Loyalty (Loyalitas Merek)						
1	Saya akan merekomendasikan produk/merek MS Glow kepada orang lain melalui media sosial					
2	Saya tidak akan beralih ke produk/merek lain yang muncul di media social					
3	Saya biasanya menggunakan produk/merek MS Glow sebagai pilihan pertama saya dibandingkan dengan produk/merek lain					

4	Saya secara teratur melihat produk/merek MS Glow di media sosial.					
Brand Awareness (Kesadaran Merek)						
5	Saya dapat dengan cepat mengingat simbol atau logo produk/merek MS Glow yang muncul di media sosial					
6	Menurut saya, karakteristik (bentuk, tulisan, warna) produk/merek MS Glow dengan cepat muncul dibenak saya					
7	Saya mengetahui produk/merek MS Glow yang muncul di media sosial					
8	Saya dapat mengenali produk/merek MS Glow ini dibandingkan dengan produk/merek pesaing lain yang muncul di media sosial					
9	Ketika saya mendengar “produk <i>skin care</i> ” saya langsung ingat dengan produk/merek MS Glow					
Brand Image (Citra Merek)						
10	Produk/merek MS Glow ini sudah terkenal					
11	Produk/merek MS Glow ini memiliki citra yang baik					

12	Produk/merek MS Glow memiliki citra yang berbeda dibandingkan dengan produk/merek lain					
13	MS Glow termasuk produk <i>skincare</i> ternama di Indonesia					
Preceived Quality (Presepsi Kualitas)						
14	Produk/merek MS Glow memberikan efek positif kepada kulit saya					
15	Pelayanan produk MS Glow yang diberikan sangat memuaskan					
16	Produk/merek MS Glow memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk/merek lain					
17	Produk/merek MS Glow mempunyai reputasi merek dengan kualitas yang baik					
18	Kualitas produk MS Glow secara keseluruhan sangat baik					
Brand Equity (Ekuitas Merek)						
19	Bahkan jika merek lain memiliki fitur yang sama dengan merek MS Glow, saya akan lebih memilih untuk membeli produk Ms Glow					

20	Saya merasa bahwa produk MS Glow memiliki pangsa pasar tersendiri (ditunjukkan bagi kalangan anak muda)					
21	Saya merasa bahwa produk/merek MS Glow memiliki merek yang kuat					

Lampiran 4. Data Responden

Tabel 5. Data Responden

No	BL1	BL2	BL3	BL4	BA1	BA2	BA3	BA4	BA5	BI1	BI2	BI3	BI4	PQ1	PQ2	PQ3	PQ4	PQ5	BE1	BE2	BE3
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
11	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
16	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
28	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
29	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
31	2	3	2	3	5	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
32	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
33	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
34	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5

37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	1	2	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
99	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
104	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5
105	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
106	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
107	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4

109	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4
111	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
112	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
113	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	3	3	2	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
117	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
118	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
121	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
123	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
124	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
126	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4
127	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
128	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5
130	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
133	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2
134	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
135	2	2	2	2	1	1	1	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	1	3	2
136	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
139	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4
140	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
143	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	2	2	3	3	3	2	2	1	1	4	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	3

145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
146	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
147	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	
148	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	
149	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
150	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
151	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
152	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
153	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
154	4	3	3	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
155	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3
157	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
159	1	1	2	1	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
160	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
161	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4
162	5	5	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4
164	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
165	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
167	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
168	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2
169	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
170	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
171	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	1
172	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
173	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
174	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4
176	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
177	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
178	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
179	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
180	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

181	2	2	3	3	1	2	2	1	1	2	3	3	3	3	4	2	2	2	1	2	1
182	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5
183	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5
184	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5
185	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
186	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2
187	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
188	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
189	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
190	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	5	5	4	4	4	5	5
191	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
192	4	4	5	4	4	5	5	5	4	2	3	3	1	5	5	5	4	4	5	5	5
193	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
194	2	2	3	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2
195	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
196	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	2	4	4	5	5	5	4	4	5	5
197	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	4	5	5
198	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	5	5	4	4	4	5
199	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	1	3	4	5	4	4	4	4	4	5
200	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	1	2	1	5	5	4	4	4	5	5
201	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	1	5	5	4	4	4	5	5
202	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	2	3	3	5	5	4	4	4	5	5

Tabel 6. Demografi Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Rentang Usia, dan Pekerjaan

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase	Total
Perempuan	202	100%	100%

Usia	Jumlah	Presentase
17-19 tahun	45	22,8%
20-22 tahun	121	59,9%
23-30 tahun	36	17,8%
Total	202	100%

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	36	17,8%
Pegawai Swasta	114	56,4%
Pegawai Negeri	9	4,5%
Wiraswasta	41	20,3%
Kuliah dan Bekerja	1	0,5%
Ibu Rumah Tangga (IRT)	1	0,5%
Total	202	100%

Tabel 6. Demografi Berdasarkan Uang yang Dhabiskan untuk Membeli Produk MS Glow dalam Waktu Satu Bulan, Frekuensi Pembelian Produk MS Glow Selama Satu Tahun, dan Jenis Produk MS Glow Favorit

No	Uang yang Dhabiskan untuk Membeli Produk MS Glow dalam Waktu Satu Bulan	Jumlah	Presentase
1	Rp 300.000 - Rp 500.000	164	81,2%
2	Rp 600.000 - Rp 900.000	25	12,4%
3	> 1.000.000	13	6,4%
	Total	202	100%

No	Frekuensi Pembelian Produk MS Glow Selama Satu Tahun	Jumlah	Presentase
1	< 6 kali	0	0%
2	6 kali	40	19,8%
3	7-12 kali	155	76,7%
4	> 12 kali	7	3,5%

Total		202	100%
No	Jenis Produk MS Glow Favorit	Jumlah	Presentase
1	MS Glow Paket Whitening	123	60,9%
2	MS Glow Paket Luminous	22	10,9%
3	MS Glow Paket Acne	36	17,8%
4	MS Glow Paket Ultimate	21	10,4%
Total		202	100%

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas SPSS 26 Brand Loyalty (BL)

```

FACTOR
  /VARIABLES BL1 BL2 BL3 BL4
  /MISSING LISTWISE
  /ANALYSIS BL1 BL2 BL3 BL4
  /PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC
EXTRACTION
  /CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
  /EXTRACTION PC
  /ROTATION NOROTATE
  /METHOD=CORRELATION.

```

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.799
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	540.755
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BL1	BL2	BL3	BL4
Anti-image Covariance	BL1	.298	-.181	-.033	-.080
	BL2	-.181	.287	-.096	-.022
	BL3	-.033	-.096	.372	-.183
	BL4	-.080	-.022	-.183	.418
Anti-image Correlation	BL1	.777 ^a	-.620	-.099	-.227
	BL2	-.620	.769 ^a	-.293	-.062
	BL3	-.099	-.293	.826 ^a	-.464
	BL4	-.227	-.062	-.464	.836 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
BL1	1.000	.801
BL2	1.000	.808
BL3	1.000	.772
BL4	1.000	.731

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
BL1	.895
BL2	.899
BL3	.879
BL4	.855

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

RELIABILITY

```

/VARIABLES=BL1 BL2 BL3 BL4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	4

Brand Awareness (BA)

FACTOR

```

/VARIABLES BA1 BA2 BA3 BA4 BA5
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS BA1 BA2 BA3 BA4 BA5
/PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC

```

EXTRACTION

```

/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.

```

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.848
--	------

Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	622.984
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BA1	BA2	BA3	BA4	BA5
Anti-image Covariance	BA1	.422	-.166	-.125	-.020	-.050
	BA2	-.166	.460	-.096	-.056	-.011
	BA3	-.125	-.096	.408	-.075	-.052
	BA4	-.020	-.056	-.075	.313	-.196
	BA5	-.050	-.011	-.052	-.196	.335
Anti-image Correlation	BA1	.865 ^a	-.376	-.302	-.054	-.133
	BA2	-.376	.878 ^a	-.220	-.147	-.028
	BA3	-.302	-.220	.894 ^a	-.209	-.141
	BA4	-.054	-.147	-.209	.805 ^a	-.605
	BA5	-.133	-.028	-.141	-.605	.809 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
BA1	1.000	.702
BA2	1.000	.667
BA3	1.000	.733
BA4	1.000	.753
BA5	1.000	.725

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
BA1	.838
BA2	.817
BA3	.856
BA4	.868

BA5	.851
-----	------

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

```
RELIABILITY
/VARIABLES=BA1 BA2 BA3 BA4 BA5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.900	5

Brand Image (BI)

```
FACTOR
/VARIABLES BI1 BI2 BI3 BI4
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS BI1 BI2 BI3 BI4
/PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC
EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.
```

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.748	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	351.821
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BI1	BI2	BI3	BI4
Anti-image Covariance	BI1	.543	-.229	.047	-.128

	BI2	-.229	.406	-.185	-.059
	BI3	.047	-.185	.474	-.212
	BI4	-.128	-.059	-.212	.506
Anti-image Correlation	BI1	.741 ^a	-.489	.092	-.245
	BI2	-.489	.732 ^a	-.421	-.129
	BI3	.092	-.421	.730 ^a	-.433
	BI4	-.245	-.129	-.433	.796 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
BI1	1.000	.606
BI2	1.000	.767
BI3	1.000	.676
BI4	1.000	.691

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
BI1	.779
BI2	.876
BI3	.822
BI4	.831

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

```
RELIABILITY
/VARIABLES=BI1 BI2 BI3 BI4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.846	4

Preceived Quality (PQ)

FACTOR

/VARIABLES PQ1 PQ2 PQ3 PQ4 PQ5

/MISSING LISTWISE

/ANALYSIS PQ1 PQ2 PQ3 PQ4 PQ5

/PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC

EXTRACTION

/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)

/EXTRACTION PC

/ROTATION NOROTATE

/METHOD=CORRELATION.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.840
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	762.387
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		PQ1	PQ2	PQ3	PQ4	PQ5
Anti-image Covariance	PQ1	.419	-.164	-.023	-.007	-.072
	PQ2	-.164	.349	-.131	-.057	.032
	PQ3	-.023	-.131	.337	-.058	-.059
	PQ4	-.007	-.057	-.058	.231	-.155
	PQ5	-.072	.032	-.059	-.155	.252
Anti-image Correlation	PQ1	.880 ^a	-.428	-.062	-.022	-.221
	PQ2	-.428	.831 ^a	-.382	-.200	.108
	PQ3	-.062	-.382	.895 ^a	-.209	-.203
	PQ4	-.022	-.200	-.209	.811 ^a	-.641
	PQ5	-.221	.108	-.203	-.641	.797 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
--	---------	------------

PQ1	1.000	.691
PQ2	1.000	.732
PQ3	1.000	.774
PQ4	1.000	.811
PQ5	1.000	.775

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
PQ1	.831
PQ2	.856
PQ3	.880
PQ4	.901
PQ5	.881

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

```
RELIABILITY
/VARIABLES=PQ1 PQ2 PQ3 PQ4 PQ5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	5

Brand Equity (BE)

```
FACTOR
/VARIABLES BE1 BE2 BE3
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS BE1 BE2 BE3
```

```

/PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC
EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.

```

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.756
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	391.062
	df	3
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BE1	BE2	BE3
Anti-image Covariance	BE1	.352	-.142	-.140
	BE2	-.142	.329	-.156
	BE3	-.140	-.156	.332
Anti-image Correlation	BE1	.770 ^a	-.418	-.410
	BE2	-.418	.748 ^a	-.471
	BE3	-.410	-.471	.751 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
BE1	1.000	.834
BE2	1.000	.848
BE3	1.000	.846

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
BE1	.913
BE2	.921

BE3	.920
-----	------

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

```
RELIABILITY
/VARIABLES=BE1 BE2 BE3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.905	3

Lampiran 6. Hasil Analisis SEM Lisrel

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas SEM Lisrel

DATE: 12/ 6/2022

TIME: 18:53

L I S R E L 8.80

BY

Karl G. Jöreskog & 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.,
1981-2006

Use of this program is subject to the terms specified in
the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\SEM LISREL\SYNTAX.sp1:

RAW DATA FROM FILE DATA.PSF

LATENT VARIABLES: BL BA BI PQ BE

RELATIONSHIPS

BL1=BL

BL2=BL

BL3=BL

BL4=BL

BA1=BA

BA2=BA

BA3=BA

BA4=BA

BA5=BA

BI1=BI

BI2=BI

BI3=BI

BI4=BI

PQ1=PQ

PQ2=PQ

PQ3=PQ

PQ4=PQ

PQ5=PQ

BE1=BE

BE2=BE

BE3=BE

BE=BL BA BI PQ BE

SET ERROR COVARIANCE OF PQ5 AND PQ4 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BA5 AND BA4 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BL4 AND BL3 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF PQ1 AND BE1 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BI3 AND BI1 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BA1 AND BL2 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BI3 AND BE1 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BA3 AND BL3 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BA1 AND BE2 FREE

SET ERROR COVARIANCE OF BA1 AND BE2 FREE

OPTIONS: SC

PATH DIAGRAM

END OF PROBLEM

Sample Size = 202

Covariance Matrix

	BE1	BE2	BE3	BL1	BL2
BL3	-----	-----	-----	-----	-----
BE1	0.46				
BE2	0.31	0.39			
BE3	0.36	0.36	0.56		

	BL1	0.27	0.22	0.29	0.34	
	BL2	0.24	0.19	0.25	0.26	0.29
	BL3	0.19	0.18	0.23	0.20	0.21
0.30	BL4	0.23	0.21	0.25	0.23	0.24
0.26	BA1	0.25	0.18	0.26	0.23	0.24
0.17	BA2	0.19	0.16	0.20	0.19	0.18
0.15	BA3	0.21	0.18	0.25	0.19	0.19
0.20	BA4	0.22	0.21	0.24	0.19	0.20
0.17	BA5	0.25	0.25	0.28	0.23	0.21
0.18	BI1	0.17	0.13	0.21	0.16	0.16
0.13	BI2	0.14	0.15	0.19	0.16	0.15
0.16	BI3	0.14	0.17	0.22	0.16	0.16
0.16	BI4	0.16	0.14	0.18	0.13	0.14
0.09	PQ1	0.24	0.18	0.23	0.19	0.17
0.13	PQ2	0.23	0.21	0.26	0.21	0.20
0.18	PQ3	0.22	0.22	0.28	0.23	0.21
0.20	PQ4	0.23	0.21	0.26	0.24	0.20
0.18	PQ5	0.26	0.20	0.27	0.24	0.19
0.17						

Covariance Matrix

	BL4	BA1	BA2	BA3	BA4
BA5	0.42				
BL4	0.42				
BA1	0.21	0.35			
BA2	0.18	0.22	0.30		
BA3	0.20	0.23	0.21	0.34	
BA4	0.19	0.21	0.19	0.23	0.38
BA5	0.21	0.23	0.20	0.25	0.32
0.44					
BI1	0.15	0.20	0.13	0.18	0.16
0.18					
BI2	0.17	0.15	0.13	0.15	0.15
0.16					
BI3	0.17	0.16	0.14	0.17	0.13
0.16					
BI4	0.12	0.15	0.13	0.14	0.13
0.15					
PQ1	0.17	0.20	0.15	0.16	0.17
0.20					

0.20	PQ2	0.21	0.22	0.18	0.20	0.17
0.24	PQ3	0.21	0.23	0.20	0.21	0.22
0.25	PQ4	0.21	0.21	0.19	0.20	0.20
0.23	PQ5	0.20	0.20	0.18	0.18	0.19

Covariance Matrix

	BI1	BI2	BI3	BI4	PQ1
PQ2	0.26	0.19	0.15	0.15	0.16
BI1	0.26				
BI2	0.19	0.29			
BI3	0.15	0.21	0.31		
BI4	0.15	0.17	0.19	0.28	
PQ1	0.16	0.13	0.14	0.13	0.27
PQ2	0.17	0.17	0.19	0.16	0.21
PQ3	0.18	0.21	0.22	0.19	0.20
PQ4	0.17	0.16	0.18	0.14	0.19
PQ5	0.16	0.14	0.14	0.15	0.20

Covariance Matrix

	PQ3	PQ4	PQ5
PQ3	0.43		
PQ4	0.31	0.39	
PQ5	0.29	0.32	0.39

Number of Iterations = 38

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

BE1 = 0.56*BE, Errorvar.= 0.13 , R² = 0.70
 (0.017)
 7.89

BE2 = 0.55*BE, Errorvar.= 0.100 , R² = 0.75
 (0.036) (0.014)
 15.23 7.18

BE3 = 0.65*BE, Errorvar.= 0.14 , R² = 0.76

	(0.042)	(0.019)
	15.35	7.24
BL1 = 0.52*BL, Errorvar.= 0.066 , R ² = 0.81	(0.032)	(0.0097)
	16.10	6.79
BL2 = 0.50*BL, Errorvar.= 0.047 , R ² = 0.84	(0.030)	(0.0079)
	16.70	5.98
BL3 = 0.42*BL, Errorvar.= 0.12 , R ² = 0.58	(0.033)	(0.014)
	12.58	9.08
BL4 = 0.47*BL, Errorvar.= 0.20 , R ² = 0.53	(0.040)	(0.022)
	11.65	9.18
BA1 = 0.49*BA, Errorvar.= 0.10 , R ² = 0.70	(0.034)	(0.013)
	14.35	7.90
BA2 = 0.42*BA, Errorvar.= 0.13 , R ² = 0.58	(0.034)	(0.014)
	12.51	8.80
BA3 = 0.47*BA, Errorvar.= 0.12 , R ² = 0.64	(0.035)	(0.015)
	13.41	8.46
BA4 = 0.45*BA, Errorvar.= 0.18 , R ² = 0.54	(0.039)	(0.020)
	11.74	8.97
BA5 = 0.51*BA, Errorvar.= 0.18 , R ² = 0.58	(0.041)	(0.021)
	12.45	8.78
BI1 = 0.43*BI, Errorvar.= 0.073 , R ² = 0.72	(0.030)	(0.011)
	14.10	6.33
BI2 = 0.43*BI, Errorvar.= 0.099 , R ² = 0.65	(0.032)	(0.012)
	13.64	8.53
BI3 = 0.47*BI, Errorvar.= 0.091 , R ² = 0.71	(0.033)	(0.014)
	14.07	6.46
BI4 = 0.38*BI, Errorvar.= 0.13 , R ² = 0.53	(0.032)	(0.014)
	11.83	9.27

$$\begin{aligned} \text{PQ1} &= 0.39 \cdot \text{PQ}, \text{ Errorvar.} = 0.11, R^2 = 0.59 \\ & (0.031) \quad (0.012) \\ & 12.71 \quad 8.86 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PQ2} &= 0.50 \cdot \text{PQ}, \text{ Errorvar.} = 0.10, R^2 = 0.71 \\ & (0.034) \quad (0.013) \\ & 14.52 \quad 8.00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PQ3} &= 0.56 \cdot \text{PQ}, \text{ Errorvar.} = 0.12, R^2 = 0.73 \\ & (0.038) \quad (0.015) \\ & 14.81 \quad 7.80 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PQ4} &= 0.51 \cdot \text{PQ}, \text{ Errorvar.} = 0.13, R^2 = 0.67 \\ & (0.037) \quad (0.016) \\ & 13.80 \quad 8.36 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PQ5} &= 0.48 \cdot \text{PQ}, \text{ Errorvar.} = 0.16, R^2 = 0.58 \\ & (0.038) \quad (0.018) \\ & 12.50 \quad 8.80 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for BL4 and BL3} &= 0.062 \\ & (0.013) \\ & 4.73 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for BA1 and BE2} &= -0.04 \\ & (0.0091) \\ & -3.97 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for BA1 and BL2} &= 0.022 \\ & (0.0070) \\ & 3.18 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for BA3 and BL3} &= 0.032 \\ & (0.0092) \\ & 3.46 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for BA5 and BA4} &= 0.089 \\ & (0.016) \\ & 5.43 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for BI3 and BE1} &= -0.04 \\ & (0.0100) \\ & -3.52 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for BI3 and BI1} &= -0.05 \\ & (0.0090) \\ & -6.07 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for PQ1 and BE1} &= 0.050 \\ & (0.010) \\ & 4.79 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Error Covariance for PQ5 and PQ4} &= 0.080 \\ & (0.014) \\ & 5.67 \end{aligned}$$

Structural Equations

BE = 0.30*BL + 0.34*BA - 0.053*BI + 0.30*PQ, Errorvar.=
 0.28 , R² = 0.72
 (0.11) (0.15) (0.091) (0.14)
 (0.048)
 2.63 2.27 -0.58 2.10
 5.85

Correlation Matrix of Independent Variables

	BL	BA	BI	PQ
BL	1.00			
BA	0.85 (0.03) 31.39	1.00		
BI	0.72 (0.04) 18.21	0.78 (0.04) 21.69	1.00	
PQ	0.82 (0.03) 26.47	0.87 (0.03) 31.21	0.79 (0.03) 23.98	1.00

Covariance Matrix of Latent Variables

	BE	BL	BA	BI	PQ
BE	1.00				
BL	0.80	1.00			
BA	0.81	0.85	1.00		
BI	0.67	0.72	0.78	1.00	
PQ	0.80	0.82	0.87	0.79	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 170
 Minimum Fit Function Chi-Square = 323.80 (P = 0.00)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 302.47 (P = 0.00)
 184.95)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 132.47
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (87.84 ;
 184.95)
 Minimum Fit Function Value = 1.61
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.66
 0.92)
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.44 ;
 0.062
 0.074)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) =
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.051 ;
 0.041
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) =

LAMBDA-X

	BL	BA	BI	PQ
BL1	0.52	-	-	-
BL2	0.50	-	-	-
BL3	0.42	-	-	-
BL4	0.47	-	-	-
BA1	-	0.49	-	-
BA2	-	0.42	-	-
BA3	-	0.47	-	-
BA4	-	0.45	-	-
BA5	-	0.51	-	-
BI1	-	-	0.43	-
BI2	-	-	0.43	-
BI3	-	-	0.47	-
BI4	-	-	0.38	-
PQ1	-	-	-	0.39
PQ2	-	-	-	0.50
PQ3	-	-	-	0.56
PQ4	-	-	-	0.51
PQ5	-	-	-	0.48

GAMMA

	BL	BA	BI	PQ
BE	0.30	0.34	-0.05	0.30

Correlation Matrix of ETA and KSI

	BE	BL	BA	BI	PQ
BE	1.00				
BL	0.80	1.00			
BA	0.81	0.85	1.00		
BI	0.67	0.72	0.78	1.00	
PQ	0.80	0.82	0.87	0.79	1.00

PSI

BE
0.28

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	BL	BA	BI	PQ
BE	0.30	0.34	-0.05	0.30

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

BE

```

-----
BE1      0.84
BE2      0.87
BE3      0.87
    
```

LAMBDA-X

	BL	BA	BI	PQ
BL1	0.90	- -	- -	- -
BL2	0.92	- -	- -	- -
BL3	0.76	- -	- -	- -
BL4	0.73	- -	- -	- -
BA1	- -	0.84	- -	- -
BA2	- -	0.76	- -	- -
BA3	- -	0.80	- -	- -
BA4	- -	0.73	- -	- -
BA5	- -	0.76	- -	- -
BI1	- -	- -	0.85	- -
BI2	- -	- -	0.81	- -
BI3	- -	- -	0.84	- -
BI4	- -	- -	0.73	- -
PQ1	- -	- -	- -	0.77
PQ2	- -	- -	- -	0.84
PQ3	- -	- -	- -	0.85
PQ4	- -	- -	- -	0.82
PQ5	- -	- -	- -	0.76

GAMMA

	BL	BA	BI	PQ
BE	0.30	0.34	-0.05	0.30

Correlation Matrix of ETA and KSI

	BE	BL	BA	BI	PQ
BE	1.00				
BL	0.80	1.00			
BA	0.81	0.85	1.00		
BI	0.67	0.72	0.78	1.00	
PQ	0.80	0.82	0.87	0.79	1.00

PSI

```

-----
BE
-----
0.28
    
```

THETA-EPS

	BE1	BE2	BE3
	0.30	0.25	0.24

THETA-DELTA-EPS

	BE1	BE2	BE3
BL1	--	--	--
BL2	--	--	--
BL3	--	--	--
BL4	--	--	--
BA1	--	-0.10	--
BA2	--	--	--
BA3	--	--	--
BA4	--	--	--
BA5	--	--	--
BI1	--	--	--
BI2	--	--	--
BI3	-0.09	--	--
BI4	--	--	--
PQ1	0.15	--	--
PQ2	--	--	--
PQ3	--	--	--
PQ4	--	--	--
PQ5	--	--	--

THETA-DELTA

	BL1	BL2	BL3	BL4	BA1
BL1	0.19	--	--	--	--
BL2	--	0.16	--	--	--
BL3	--	--	0.42	--	--
BL4	--	--	0.17	0.47	--
BA1	--	0.07	--	--	0.30
BA2	--	--	--	--	--
BA3	--	--	0.10	--	--
BA4	--	--	--	--	--
BA5	--	--	--	--	--
BI1	--	--	--	--	--
BI2	--	--	--	--	--
BI3	--	--	--	--	--
BI4	--	--	--	--	--
PQ1	--	--	--	--	--
PQ2	--	--	--	--	--
PQ3	--	--	--	--	--
PQ4	--	--	--	--	--
PQ5	--	--	--	--	--

THETA-DELTA

	BA3	BA4	BA5	BI1	BI2
BI3	-----	-----	-----	-----	-----
BA3	0.36				
BA4	- -	0.46			
BA5	- -	0.22	0.42		
BI1	- -	- -	- -	0.28	
BI2	- -	- -	- -	- -	0.35
BI3	- -	- -	- -	-0.19	- -
0.29					
BI4	- -	- -	- -	- -	- -
- -					
PQ1	- -	- -	- -	- -	- -
- -					
PQ2	- -	- -	- -	- -	- -
- -					
PQ3	- -	- -	- -	- -	- -
- -					
PQ4	- -	- -	- -	- -	- -
- -					
PQ5	- -	- -	- -	- -	- -
- -					

THETA-DELTA

	BI4	PQ1	PQ2	PQ3	PQ4
PQ5	-----	-----	-----	-----	-----
BI4	0.47				
PQ1	- -	0.41			
PQ2	- -	- -	0.29		
PQ3	- -	- -	- -	0.27	
PQ4	- -	- -	- -	- -	0.33
PQ5	- -	- -	- -	- -	0.20
0.42					

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	BL	BA	BI	PQ
BE	-----	-----	-----	-----
	0.30	0.34	-0.05	0.30

Time used: 0.047 Seconds

Lampiran 7. Data Perhitungan Construct Reliability (CR) dan Variance Extracted (VE)

Tabel 7. Perhitungan Construct Reliability dan Variance Extracted

Variabel	Indikator	Faktor Loading	Error	Σ Faktor Loading	$(\Sigma$ Faktor Loading) ²	Σ Error	CR	Σ (Faktor Loading) ²	VE (Variance Extracted)
BL	BL1	0.90	0.19	3.31	10.96	1.24	0.90	2.77	0.69
	BL2	0.92	0.16						
	BL3	0.76	0.42						
	BL4	0.73	0.47						
BA	BA1	0.84	0.30	3.89	15.13	1.96	0.89	3.03	0.61
	BA2	0.76	0.42						
	BA3	0.80	0.36						
	BA4	0.73	0.46						
	BA5	0.76	0.42						
BI	BI1	0.85	0.28	3.23	10.43	1.39	0.88	2.62	0.65
	BI2	0.81	0.35						
	BI3	0.84	0.29						
	BI4	0.73	0.47						
PQ	PQ1	0.77	0.41	4.04	16.32	1.72	0.90	3.27	0.66
	PQ2	0.84	0.29						
	PQ3	0.85	0.27						
	PQ4	0.82	0.33						
	PQ5	0.76	0.42						

Tabel 8. Goodness Of Fit

Group	Indicator	Value	Keterangan
1	Degree of Freedom	170	Close Fit
	Minimum Fit Function	323.8	
	Chi Square	302.47	
	Normal Theory WLS		
	Chi Square	132.47	
	NCP	(87.84;184.95)	
Confidence Interval			
2	RMSEA	0.062	Good fit
	Confidence Interval	0.051;0.074	
	P Value	0.041	
3	ECVI Model	2.11	Good fit
	ECVI Saturated	2.30	
	ECVI Independence	65.94	
4	AIC Model	424.47	Good fit

	<i>AIC Saturated</i>	462.00	
	<i>AIC Independence</i>	13253.56	
	<i>CAIC Model</i>	687.28	
	<i>CAIC Saturated</i>	1457.21	
	<i>CAIC Independence</i>	13344.04	
5	NFI	0.98	<i>Good fit</i>
	NNFI	0.99	
	PNFI	0.79	
	CFI	0.99	
	IFI	0.99	
	RFI	0.97	
6	<i>Critical N</i>	134.96	<i>Good fit</i>
7	RMR	0.014	<i>Marginal Fit</i>
	SRMR	0.038	
	GFI	0.87	
	AGFI	0.83	
	PGFI	0.64	

Lampiran 8. Hasil Cek Plagiarisme

LUSI YANAH_20180101608

ORIGINALITY REPORT

12% SIMILARITY INDEX	12% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	10% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	6%
2	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	1%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	1%
5	mediaindonesia.com Internet Source	1%
6	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	1%
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%
8	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%

10

www.coursehero.com
Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Lampiran 9. Sekilas Biodata Penulis

Lusi Yanah dilahirkan di Tangerang, pada tanggal 9 Februari 2000. Penulis merupakan anak keempat dari lima bersaudara pasangan Bapak Iskak dan Ibu Mariam. Pendidikan sekolah dasar yang telah dilaksanakan bertempat di MI Al-Husna Caringin pada tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan pendidikan kembali di SMP Negeri 2 Cisoka dan lulus pada tahun 2015, penulis menyelesaikan pendidikan sekolah menengah akhir di SMA Negeri 8 Kabupaten Tangerang pada tahun 2018. Penulis bekerja di PT EDS Manufacturing Indonesia. Kepeminatan yang tinggi akan manajemen dan cita-cita saya untuk selalu belajar mendorong penulis melanjutkan pendidikannya ke jenjang sarjana pada program study Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul dan telah menulis tugas akhir dengan Judul “ Pengaruh *Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image, Dan Perceived Quality* Pada MS Glow” Dengan mengucap syukur ke hadirat Allah, Penulis berharap agar tulisan/tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak dan kontribusi positif pada bidang keilmuan, khususnya manajemen.