

Lampiran 1
KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA OBAT MASUK ANGIN
TOLAK ANGIN CAIR**

(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat)

Kepada Yth,
Saudara/I Responden
Di – Tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HERLINAH SUHERMAN

NIM : 2014-11-211

Adalah mahasiswa S-1 Jurusan Manajemen Universitas Esa Unggul Jakarta Barat.

Dengan ini saya memohon kepada Saudara/I untuk dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Saya menyadari permohonan ini sedikit banyaknya akan mengganggu aktivitas atau ketenangan Saudara/I. Penelitian ini digunakan hanya untuk kepentingan penyelesaian skripsi saya.

Atas kesediaan Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

HERLINAH SUHERMAN

Lampiran 2
Kuesioner Penelitian

Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser*, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Pada Obat Masuk Angin Tolak Angin Cair.

IDENTITAS RESPONDEN

- Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
- Usia : 17-20 Tahun 21-30 Tahun 31-40 Tahun
 > 40 Tahun
- Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa PNS
 Wirausaha Karyawan Swasta
 Lainnya

Peneliti meminta anda untuk mengisi kuesioner untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, iklan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada obat masuk angin tolak angin cair di wilayah Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat. Penelitian ini murni bersifat akademis. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

PETUNJUK PENGISIAN

Peneliti telah menyediakan berbagai pernyataan untuk anda jawab. Setiap butir pernyataan hanya boleh dijawab satu kali dengan mencentang salah satu kotak dari empat pilihan kotak yang disediakan. Anda akan melihat empat kotak dengan kode ss,s,ts, sts. Adapun maknanya adalah:

- STS (SANGAT TIDAK SETUJU)
- TS (TIDAK SETUJU)
- S (SETUJU)
- ST (SANGAT SETUJU)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
Celebrity Endorser					
1	Rhenald Kasali merupakan tokoh yang populer bagi masyarakat umum				

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
2	Rhenald Kasali memiliki banyak fans atau penggemar				
3	Rhenald Kasali memiliki prestasi yang baik				
4	Rhenald Kasali memiliki keahlian dalam penyampaian pesan iklan				
5	Rhenald Kasali sosok yang dapat dipercaya				
6	Rhenald Kasali tampan (ganteng)				
7	Rhenald Kasali menjadi inspirasi saya dalam membeli Tolak Angin Cair				
8	Rhenald Kasali memiliki penampilan yang menarik				
9	Rhenald Kasali mencerminkan seseorang yang menjaga kesehatan tubuhnya				
Iklan					
10	Isi pesan dalam iklan Tolak Angin Cair mudah dimengerti				
11	Isi pesan dalam iklan dapat mengetahui iklan Tolak Angin Cair				
12	Isi pesan iklan Tolak Angin Cair menarik perhatian				
13	Iklan Tolak Angin Cair memberikan informasi yang dapat memotivasi untuk membelinya				
14	Tema iklan Tolak Angin Cair menarik perhatian				
15	Rhenald Kasali yang digunakan dalam iklan, menarik perhatian				
Kualitas Produk					
16	Saya merasa Tolak Angin Cair dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang				

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
17	Saya merasa kemasan Tolak Angin Cair sudah bagus				
18	Saya merasa Tolak Angin Cair sudah sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan				
19	Saya merasa kualitas dari informasi penggunaan pada produk sudah baik				
Loyalitas Konsumen					
20	Saya akan menceritakan pengalaman baik sebagai konsumen Tolak Angin Cair kepada calon konsumen Tolak Angin Cair.				
21	Saya akan berbagi informasi penting seputar kelebihan Tolak Angin Cair kepada teman.				
22	Saya akan menyarankan teman untuk beralih mengkonsumsi Tolak Angin Cair.				
23	Saya akan mengikuti perkembangan produk Tolak Angin Cair.				
24	Saya akan mengkonsumsi Tolak Angin Cair ketika saya merasa tidak enak badan.				

Lampiran 3**Data profile karakteristik 30 responden**

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	22	30 orang
	Perempuan	8	
Usia	17 – 20 Tahun	13	30 Orang
	21 – 30 Tahun	9	
	31 – 40 Tahun	5	
	>40 Tahun	3	
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	15	30 orang
	PNS	6	
	Wirausaha	5	
	Karyawan Swasta	2	
	Lainnya	2	

Lampiran 4
Data profile karakteristik 120 responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	78	120 Orang
	Perempuan	42	
Usia	17 – 20 Tahun	52	120 Orang
	21 – 30 Tahun	34	
	31 – 40 Tahun	28	
	>40 Tahun	6	
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	45	120 Orang
	PNS	29	
	Wirausaha	13	
	Karyawan Swasta	24	
	Lainnya	9	

Lampiran 5
 Tabulasi Pre-test 30 Responden

NO	Celebrity Endorser									Ikan					Kualitas Produk				Loyalitas Konsumen				Total	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22		P23
1	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	78
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	72
4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	72
5	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	74
6	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	2	3	4	3	81
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	73
8	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
9	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
10	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	77
11	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	3	81
12	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
13	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	74
14	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
15	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	78
16	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	80
17	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
18	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	74
19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
20	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	82
21	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	84
22	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
23	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
24	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	74
25	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	77
26	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	80
27	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	77
28	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	74
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	72
30	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	77

Lampiran 6
Hasil Uji Validitas

		Correlations																								
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	total
p1	Pearson Correlatio n	1	-0.324	-0.221	-0.232	-0.279	0.163	0.215	0.271	0.085	0.130	0.380	0.247	0.301	0.164	.489	-0.036	0.297	0.180	0.116	0.366	.455	-0.036	0.276	0.126	0.357
	Sig. (2-tailed)		0.081	0.241	0.218	0.135	0.390	0.254	0.147	0.774	0.493	0.058	0.188	0.106	0.387	0.006	0.850	0.111	0.342	0.540	0.054	0.011	0.850	0.140	0.508	0.053
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p2	Pearson Correlatio n	-0.324	1	-0.011	-0.016	0.041	-0.208	-0.174	0.016	0.124	-0.086	-.491	-0.355	-.374	-0.326	-0.224	-0.286	-0.280	-.495	-0.191	-0.289	-0.209	-0.286	-0.274	0.107	-0.313
	Sig. (2-tailed)	0.081		0.953	0.934	0.829	0.271	0.359	0.934	0.513	0.650	0.006	0.055	0.042	0.079	0.234	0.126	0.155	0.016	0.311	0.122	0.268	0.126	0.143	0.573	0.093
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p3	Pearson Correlatio n	-0.221	-0.011	1	0.060	.557	.404	0.041	-0.135	.485	0.245	0.180	0.180	0.353	0.295	-0.282	-0.101	0.250	0.323	0.271	0.302	-0.280	-0.101	0.194	-0.236	.420
	Sig. (2-tailed)	0.241	0.953		0.753	0.001	0.027	0.829	0.477	0.007	0.193	0.340	0.340	0.056	0.114	0.130	0.594	0.163	0.082	0.147	0.105	0.135	0.594	0.303	0.209	0.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p4	Pearson Correlatio n	-0.232	-0.016	0.060	1	0.146	-0.226	-.649	-.497	-0.179	-0.115	0.164	0.164	-0.033	0.069	-.365	0.135	0.076	0.076	0.135	0.020	-0.317	0.135	-0.030	-0.174	-0.055
	Sig. (2-tailed)	0.218	0.934	0.753		0.442	0.231	0.000	0.016	0.343	0.545	0.388	0.388	0.882	0.716	0.047	0.478	0.690	0.690	0.479	0.915	0.088	0.478	0.673	0.357	0.772
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p5	Pearson Correlatio n	-0.279	0.041	.557	0.146	1	0.252	-0.108	-0.328	.375	0.298	0.204	0.282	.430	.391	-0.086	-0.041	0.339	0.339	0.339	0.341	-0.180	-0.041	0.315	-0.164	.467
	Sig. (2-tailed)	0.135	0.829	0.001	0.442		0.179	0.559	0.076	0.041	0.110	0.280	0.131	0.018	0.033	0.652	0.829	0.066	0.066	0.067	0.065	0.341	0.829	0.090	0.386	0.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p6	Pearson Correlatio n	0.163	-0.208	.404	-0.226	0.252	1	0.313	0.021	0.035	.586	0.225	0.291	.483	0.311	-0.121	-0.023	.417	0.341	0.345	.413	-0.298	-0.023	.443	-0.006	.530
	Sig. (2-tailed)	0.390	0.271	0.027	0.231	0.179		0.092	0.914	0.854	0.001	0.232	0.119	0.007	0.094	0.525	0.904	0.022	0.065	0.062	0.023	0.110	0.904	0.014	0.976	0.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	total
p7	Pearson Correlatio n 0,215	-0,174	0,041	-,649**	-0,108	0,313	1	,778**	-0,013	0,210	-0,282	-,365**	-0,030	-0,247	,394**	0,210	-0,082	-0,082	-0,255	-0,102	,409**	0,210	-0,111	0,188	0,121
	Sig. (2- tailed)	0,254	0,359	0,029	0,000	0,569	0,002	0,000	0,947	0,266	0,131	0,047	0,874	0,189	0,031	0,266	0,667	0,667	0,173	0,593	0,025	0,266	0,559	0,319	0,525
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p8	Pearson Correlatio n 0,271	0,016	-0,135	-,437**	-0,328	0,021	,778**	1	-0,200	0,000	-0,345	-0,345	-0,133	-0,289	,431**	0,182	-0,110	-0,214	-0,205	-0,122	,587**	0,182	-0,213	0,254	0,027
	Sig. (2- tailed)	0,147	0,934	0,477	0,016	0,076	0,000	0,289	1,000	0,082	0,082	0,485	0,121	0,017	0,335	0,582	0,257	0,276	0,522	0,001	0,335	0,258	0,176	0,899	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p9	Pearson Correlatio n 0,055	0,124	,485**	-0,179	,375**	0,035	-0,013	-0,200	1	0,338	0,142	0,653	0,280	0,105	0,032	-0,124	0,216	0,216	0,090	0,238	0,099	-0,124	0,239	-0,254	0,330
	Sig. (2- tailed)	0,774	0,513	0,007	0,343	0,041	0,854	0,947	0,289	0,088	0,453	0,779	0,165	0,582	0,865	0,513	0,251	0,251	0,636	0,205	0,605	0,513	0,204	0,158	0,075
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p10	Pearson Correlatio n 0,130	-0,086	0,245	-0,115	0,298	,586**	0,210	0,000	0,338	1	0,099	0,099	0,217	0,000	-0,108	-0,129	0,225	0,113	0,116	0,220	0,000	-0,129	0,298	0,000	,362**
	Sig. (2- tailed)	0,483	0,650	0,193	0,545	0,110	0,001	0,286	0,088	0,603	0,603	0,250	1,000	0,569	0,496	0,232	0,554	0,543	0,242	1,000	0,496	0,110	1,000	0,049	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p11	Pearson Correlatio n 0,350	-,491**	0,180	0,164	0,204	0,225	-0,282	-0,345	0,142	0,099	1	,844**	,770**	,763**	0,000	-0,020	,747**	,836**	,894**	,801**	-0,140	-0,020	,707**	-0,184	,889**
	Sig. (2- tailed)	0,058	0,006	0,340	0,388	0,280	0,232	0,131	0,453	0,603	0,000	0,000	0,000	1,000	0,915	0,000	0,000	0,000	0,000	0,462	0,915	0,000	0,330	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p12	Pearson Correlatio n 0,247	-0,385	0,180	0,164	0,282	0,231	-,365**	-0,345	0,053	0,099	,844**	1	,770**	,925**	-0,086	0,082	,747**	,658**	,877**	,801**	-0,239	0,082	,707**	-0,082	,721**
	Sig. (2- tailed)	0,188	0,055	0,340	0,388	0,131	0,119	0,047	0,062	0,779	0,603	0,000	0,000	0,000	0,653	0,667	0,000	0,000	0,000	0,000	0,203	0,667	0,000	0,667	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	total	
p13	Pearson Correlatio n	0.301 -,374	0.353 0,353	-0.033 -,033	,430	,483	-,030	-,133	0.280 0,280	0.277 0,277	,770	,770	1	,830	0.125 0,125	0.149 0,149	,910	,812	,767	,954	-0.036 -,036	0.149 0,149	0.188 0,188	0.188 0,188	-0.075 -,075	,932
	Sig. (2-tailed)	0.106	0.042	0.656	0.862	0.018	0.874	0.485	0.165	0.250	0.000	0.000	0.000	0.000	0.510	0.431	0.000	0.000	0.000	0.849	0.431	0.000	0.000	0.695	0.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p14	Pearson Correlatio n	0.164 0,164	-0.326 -,326	0.295 0,295	0.069 0,069	,391	0.311	-,247	0.105 0,105	0.000	,763	,925	,830	1	0.069 0,069	0.113 0,113	,727	,727	,886	,778	-0.193 -,193	0.113 0,113	0.113 0,113	0.113 0,113	-0.078 -,078	,778
	Sig. (2-tailed)	0.387	0.079	0.114	0.716	0.033	0.094	0.189	0.121	1.000	0.000	0.000	0.000	0.756	0.551	0.000	0.000	0.000	0.000	0.306	0.551	0.000	0.000	0.682	0.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p15	Pearson Correlatio n	,489	-,224	-,282	-,365	-,086	-,121	,394	,431	0.332	0.000	-0.086	0.125	0.059	1	0.075	-0.082	0.065	-0.167	0.000	,801	0.075	0.115	0.075	0.075	0.179
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.234	0.130	0.047	0.652	0.525	0.031	0.017	0.865	1.000	0.553	0.510	0.756	0.695	0.865	0.733	0.379	1.000	0.000	0.695	0.546	0.695	0.695	0.695	0.343
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p16	Pearson Correlatio n	-,036	-,286	-,101	0.135	-,041	-,0023	0.210	0.182	-0.124	-0.020	0.082	0.149	0.113	0.075	1	0.241	0.124	0.231	0.137	0.122	1.000	0.137	-0.018	0.258	
	Sig. (2-tailed)	0.850	0.126	0.594	0.478	0.829	0.904	0.266	0.335	0.513	0.496	0.915	0.667	0.431	0.695	0.200	0.513	0.219	0.471	0.521	0.000	0.470	0.925	0.167	0.258	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p17	Pearson Correlatio n	0.297	-,280	0.250	0.076	0.339	,417	-,082	-0.110	0.216	0.225	,747	,747	,910	-0.032	0.241	1	,797	,846	-,098	0.241	,835	-,085	-,085	,890	
	Sig. (2-tailed)	0.111	0.135	0.183	0.690	0.066	0.022	0.667	0.562	0.251	0.232	0.000	0.000	0.000	0.865	0.200	0.000	0.000	0.000	0.605	0.200	0.000	0.654	0.000	0.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p18	Pearson Correlatio n	0.180	-,435	0.233	0.076	0.339	0.341	-,082	-0.214	0.216	0.113	,836	,658	,812	,727	0.065	0.124	1	,742	,754	-0.098	0.124	,745	-0.318	,769	
	Sig. (2-tailed)	0.342	0.016	0.082	0.690	0.066	0.065	0.667	0.257	0.251	0.554	0.000	0.000	0.000	0.733	0.513	0.000	0.000	0.000	0.605	0.513	0.000	0.086	0.000	0.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	total	
p19	Pearson Correlation n Sig. (2-tailed) N	0.116 -0.191 0.540 30	0.271 0.147 0.479 30	0.135 0.479 0.067 30	0.339 0.067 0.067 30	0.345 0.062 0.062 30	-0.255 0.173 0.276 30	-0.205 0.636 0.543 30	0.090 0.543 0.000 30	0.116 0.543 0.000 30	,894 ^{**} 0.000 0.000 30	,877 ^{**} 0.000 0.000 30	,767 ^{**} 0.000 0.000 30	,866 ^{**} 0.000 0.000 30	-0.167 0.379 0.219 30	0.231 0.219 0.000 30	,846 ^{**} 0.000 0.000 30	,742 ^{**} 0.000 0.000 30	1 0.000 0.000 30	,804 ^{**} 0.000 0.185 30	-0.249 0.185 0.219 30	0.231 0.219 0.000 30	,704 ^{**} 0.000 0.000 30	-0.151 0.424 0.000 30	,783 ^{**} 0.000 0.000 30	
p20	Pearson Correlation n Sig. (2-tailed) N	0.356 -0.289 0.302 30	0.302 0.341 .413 30	0.020 0.341 0.102 30	0.341 .413 -0.102 30	0.023 0.023 0.593 30	0.522 0.522 0.205 30	0.242 0.242 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.116 0.543 0.000 30	,894 ^{**} 0.000 0.000 30	,877 ^{**} 0.000 0.000 30	,767 ^{**} 0.000 0.000 30	,866 ^{**} 0.000 0.000 30	-0.167 0.379 0.219 30	0.231 0.219 0.000 30	,846 ^{**} 0.000 0.000 30	,742 ^{**} 0.000 0.000 30	1 0.000 0.000 30	,804 ^{**} 0.000 0.185 30	-0.249 0.185 0.219 30	0.231 0.219 0.000 30	,704 ^{**} 0.000 0.000 30	-0.151 0.424 0.000 30	,783 ^{**} 0.000 0.000 30	
p21	Pearson Correlation n Sig. (2-tailed) N	.455 ^{**} -0.209 0.288 30	-0.280 -0.317 0.088 30	-0.180 -0.298 .409 ^{**} 30	-0.180 -0.298 .409 ^{**} 30	0.238 0.238 0.593 30	.587 ^{**} 0.587 ^{**} 0.098 30	0.000 0.000 0.000 30	0.098 0.098 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	-0.140 -0.239 -0.036 30	-0.239 -0.239 -0.036 30	-0.036 -0.036 0.000 30	-0.193 -0.193 .801 ^{**} 30	0.122 0.122 0.000 30	-0.098 -0.098 0.000 30	-0.098 -0.098 0.000 30	-0.249 -0.249 0.000 30	-0.067 -0.067 0.000 30	1 0.000 0.000 30	0.122 0.122 0.000 30	-0.033 -0.033 0.086 30	0.086 0.086 0.000 30	0.086 0.086 0.000 30	0.086 0.086 0.000 30	
p22	Pearson Correlation n Sig. (2-tailed) N	-0.036 -0.286 -0.101 30	-0.101 0.135 -0.041 30	-0.023 0.210 0.182 30	-0.023 0.210 0.182 30	0.023 0.210 0.182 30	0.124 -0.124 -0.129 30	-0.129 -0.129 -0.020 30	0.110 0.025 0.001 30	0.605 0.605 1.000 30	0.482 0.203 0.949 30	0.203 0.203 0.949 30	0.431 0.431 0.551 30	0.551 0.551 0.895 30	0.075 0.075 1.000 ^{**} 30	1.000 ^{**} 1.000 ^{**} 0.241 30	0.241 0.241 0.124 30	0.124 0.124 0.231 30	0.137 0.137 0.122 30	0.122 0.122 0.000 30	1 1 0.137 30	-0.018 -0.018 0.259 30	0.259 0.259 0.000 30	0.259 0.259 0.000 30	0.259 0.259 0.000 30	
p23	Pearson Correlation n Sig. (2-tailed) N	0.276 -0.274 0.194 30	0.194 -0.030 0.315 30	.443 ^{**} -0.111 -0.213 30	.443 ^{**} -0.111 -0.213 30	0.014 0.014 0.559 30	0.238 0.238 0.204 30	0.110 0.110 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.110 0.110 0.000 30	0.915 0.915 0.567 30	0.567 0.567 0.431 30	0.431 0.431 0.551 30	0.551 0.551 0.895 30	0.075 0.075 1.000 ^{**} 30	1.000 ^{**} 1.000 ^{**} 0.241 30	0.241 0.241 0.124 30	0.124 0.124 0.231 30	0.137 0.137 0.122 30	0.122 0.122 0.000 30	1 1 0.137 30	-0.069 -0.069 0.259 30	0.259 0.259 0.000 30	0.259 0.259 0.000 30	0.259 0.259 0.000 30	
p24	Pearson Correlation n Sig. (2-tailed) N	0.126 0.143 0.303 30	0.303 0.873 0.090 30	0.014 0.559 0.238 30	0.014 0.559 0.238 30	0.014 0.559 0.238 30	0.204 0.204 0.110 30	0.110 0.110 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.110 0.110 0.000 30	0.915 0.915 0.567 30	0.567 0.567 0.431 30	0.431 0.431 0.551 30	0.551 0.551 0.895 30	0.075 0.075 1.000 ^{**} 30	1.000 ^{**} 1.000 ^{**} 0.241 30	0.241 0.241 0.124 30	0.124 0.124 0.231 30	0.137 0.137 0.122 30	0.122 0.122 0.000 30	1 1 0.137 30	-0.069 -0.069 0.259 30	0.259 0.259 0.000 30	0.259 0.259 0.000 30	0.259 0.259 0.000 30	
total	Pearson Correlation n Sig. (2-tailed) N	0.357 -0.313 .420 ^{**} 30	-0.313 .420 ^{**} -0.055 30	-0.055 .467 ^{**} .530 ^{**} 30	-0.055 .467 ^{**} .530 ^{**} 30	0.397 0.319 0.176 30	0.158 1.000 0.330 30	0.667 0.667 0.695 30	0.695 0.695 0.925 30	0.925 0.925 0.854 30	0.865 0.865 0.086 30	0.424 0.905 0.615 30	0.615 0.925 0.719 30	0.719 0.719 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30	0.000 0.000 0.000 30

Lampiran 7
Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary			
Cases	N		%
	Valid	30	
Excluded ^a	0		0,0
Total	30		100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,971	24

Lampiran 8
Tabulasi 120 Responden

NO	Celebrity Endorser									Total	Iklan							Total	Kualitas Produk				Total	Loyalitas Konsumen					Total			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16		P17	P18	P19	P20		P21	P22	P23	P24					
1	4	2	3	3	4	4	4	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	13	3	3	3	3	3	16
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	16
4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	16
5	3	2	3	3	4	3	3	3	3	27	4	3	3	3	3	3	4	3	3	20	3	2	3	3	3	11	4	3	2	4	3	16
6	4	2	4	3	3	4	3	4	4	30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	22	3	4	2	4	4	13	4	2	3	4	3	16
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	16
8	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
9	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
10	3	2	3	3	3	3	4	3	3	27	3	3	4	3	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	13	4	3	4	4	3	18
11	4	2	3	3	3	4	3	3	3	28	3	4	4	3	4	4	4	4	4	22	3	4	4	4	4	15	4	2	3	4	3	16
12	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
13	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	4	3	3	3	16
14	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
15	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	4	3	3	3	3	3	20	4	3	3	4	4	14	4	3	4	4	3	18
16	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30	3	3	4	3	3	3	3	3	3	20	3	3	3	4	4	13	4	3	3	4	3	17
17	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	3	4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
18	3	2	4	3	3	3	4	4	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	22	3	4	4	4	4	15	4	3	4	4	3	17
21	4	2	4	3	4	4	3	3	3	30	3	4	4	3	4	4	4	4	4	22	3	4	4	4	15	4	4	3	4	3	17	
22	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	3	4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	3	12	12	3	3	3	3	15	
23	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	12	3	3	3	3	15	
24	3	2	3	3	3	3	3	4	4	27	3	3	4	3	3	3	3	3	3	19	3	3	4	4	14	14	3	3	4	3	16	
25	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	4	3	3	3	4	4	3	3	21	3	3	4	3	13	13	3	3	3	3	15	

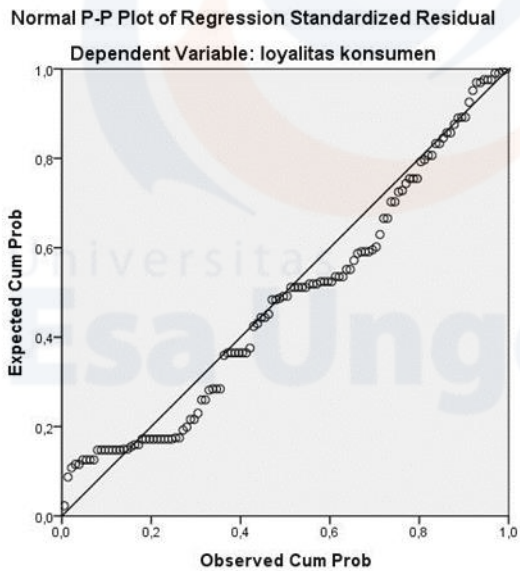
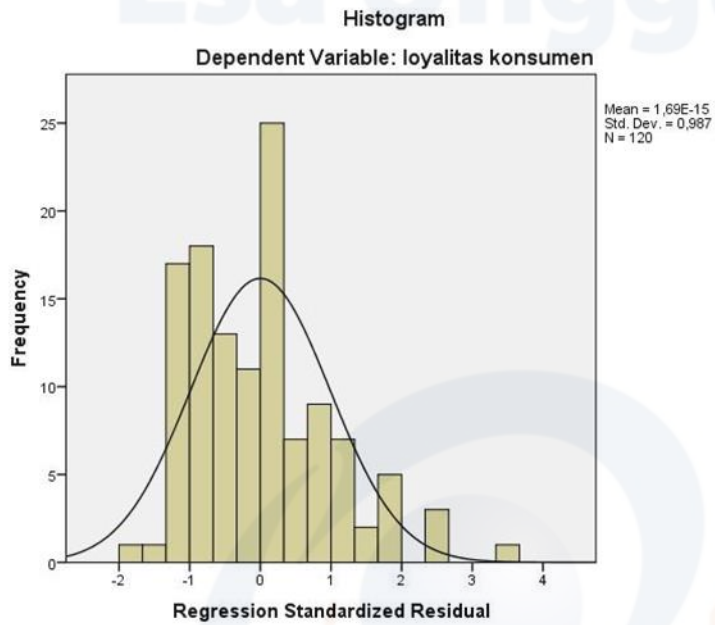
NO	Celebrity Endorser									Total	Iklan									Total	Kualitas Produk				Total	Loyalitas Konsumen				Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18		P19	P20	P21	P22		P23	P24			
26	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27	3	4	4	4	4	22	3	3	4	4	14	3	3	3	4	16				
27	3	4	4	3	3	3	4	4	3	31	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16				
28	3	2	3	3	3	3	4	3	3	28	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	4	3	16				
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15				
30	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27	3	4	3	4	20	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16					
31	4	2	3	3	4	4	3	3	3	30	3	3	4	3	19	3	3	4	3	13	3	3	3	4	16					
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	4	3	16					
33	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15					
34	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16					
35	3	2	3	3	4	3	3	3	3	27	4	3	4	4	20	3	2	3	3	11	3	3	3	4	16					
36	4	2	4	3	3	4	3	4	3	30	4	4	3	4	22	3	4	2	4	13	3	3	4	3	16					
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15					
38	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16					
39	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16					
40	3	2	3	3	3	3	4	3	3	27	3	3	4	3	19	3	3	4	3	13	4	3	4	3	16					
41	4	2	3	3	3	4	3	3	3	28	3	4	4	4	22	3	4	4	4	15	4	2	4	3	16					
42	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	4	3	16					
43	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15					
44	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15					
45	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	3	20	4	3	3	4	14	4	3	4	3	18					
46	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30	3	3	4	3	20	3	3	3	4	13	3	3	4	3	16					
47	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	4	4	20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15					
48	3	2	4	3	3	4	4	3	3	29	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16					
49	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16					
50	3	3	3	3	3	3	3	4	4	28	3	4	4	4	22	3	4	4	4	15	3	3	4	3	16					

NO	Celebrity Endorser									Total	Iklan					Total	Kualitas Produk				Total	Loyalitas Konsumen					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		P10	P11	P12	P13	P14		P15	P16	P17	P18		P19	P20	P21	P22	P23	
51	4	2	4	3	4	4	3	3	30	3	4	4	3	4	22	3	4	4	4	15	3	3	3	3	15		
52	4	3	4	3	4	4	4	3	31	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16		
53	3	2	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16		
54	3	2	3	3	3	3	3	4	27	3	4	3	3	3	19	3	3	4	4	14	4	3	2	3	16		
55	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	4	4	3	4	21	3	3	4	3	13	4	2	3	4	16		
56	3	2	4	3	3	3	3	3	27	3	4	4	3	4	22	3	3	4	4	14	3	3	4	3	16		
57	3	4	4	3	3	4	4	3	31	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15		
58	3	2	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15		
59	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	4	3	4	3	18		
60	3	2	4	3	3	3	3	3	27	3	4	3	3	4	20	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16		
61	4	2	3	3	4	4	4	3	30	3	3	4	3	3	19	3	3	4	3	13	3	3	3	3	15		
62	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16		
63	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	16		
64	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	4	3	2	4	16		
65	3	2	3	3	4	3	3	3	27	4	3	3	4	3	20	3	2	3	3	11	4	2	3	4	16		
66	4	2	4	3	3	4	3	4	30	4	4	3	4	4	22	3	4	2	4	13	3	3	4	3	16		
67	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15		
68	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15		
69	3	2	4	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	4	3	4	4	18		
70	3	2	3	3	3	4	3	3	27	3	3	4	3	3	19	3	3	4	3	13	4	3	4	3	17		
71	4	2	3	3	4	3	3	3	28	3	4	4	3	4	22	3	4	4	4	15	3	3	3	3	15		
72	3	2	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	4	3	3	16		
73	3	2	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15		
74	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	4	3	4	3	18		
75	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	4	3	20	4	3	3	4	14	4	3	3	4	17		

NO	Celebrity Endorser									Total	Iklan							Total	Kualitas Produk				Total	Loyalitas Konsumen				Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16		P17	P18	P19	P20		P21	P22	P23	P24	
101	4	2	3	3	3	4	3	3	3	28	3	4	4	3	4	3	4	4	4	15	3	3	3	3	15			
102	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15			
103	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	3	4	3	16			
104	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	3	4	3	16			
105	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	3	3	4	3	4	4	14	3	3	3	3	15			
106	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30	3	3	4	3	3	3	3	4	4	13	3	3	3	3	15			
107	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	3	4	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15			
108	3	2	4	3	3	3	4	4	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	4	3	4	4	18			
109	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	3	4	4	17			
110	3	3	3	3	3	3	3	4	4	28	3	4	4	3	4	3	4	4	4	15	3	3	3	4	16			
111	4	2	4	3	4	4	3	3	3	30	3	4	4	3	4	3	4	4	4	15	3	3	3	4	16			
112	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	3	4	3	3	3	3	3	12	3	2	3	4	15			
113	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	3	4	4	17			
114	3	2	3	3	3	3	3	4	4	27	3	3	4	3	3	3	4	4	4	14	3	4	4	4	19			
115	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	4	3	3	4	3	4	3	3	13	3	3	2	4	15			
116	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27	3	4	4	3	4	3	4	4	4	14	3	3	3	4	16			
117	3	4	4	3	3	3	4	4	3	31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15			
118	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	15			
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	3	4	4	3	18			
120	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27	3	4	3	3	4	3	3	3	3	12	3	4	3	3	16			
	65	48	67	61	62	65	68	66	62	564	62	66	67	67	62	66	63	66	67	257	61	62	62	66	69	320		

Lampiran 9
Hasil Uji Asumsi Klasik

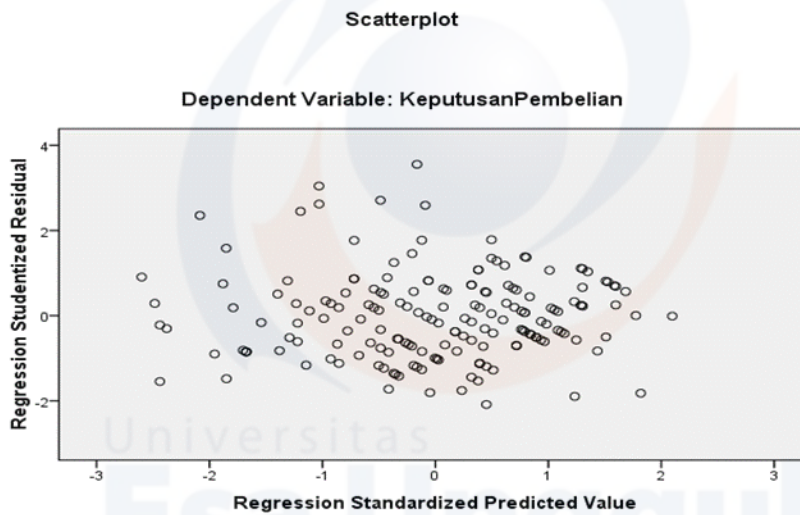
1. Uji Normalitas



2. Uji Multikolineritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Celebrity endorser	.230	4.346
Iklan	.229	4.357
Kualitas product	.990	1.010

3. Uji Heteroskedastistas



Lampiran 10
Hasil Uji Hipotesis

1. Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.762	1.977	
	Celebrity endorser	.471	.087	.242
	Iklan	.046	.053	.082
	Kualitas Produk	.706	.093	.705

2. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1784.221	3	594.740	110.410	.000 ^a
	Residual	921.116	171	5.387		
	Total	2705.337	174			

a. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Iklan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

3. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.762	1.977		2.915	.004
Celebrity endorser	.471	.087	.242	5.396	.000
Iklan	.346	.053	.082	3.878	.000
Kualitas Produk	.706	.093	.705	7.577	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.660	.654	2.321

a. Predictors: (Constant), CelebrityEndorser, Iklan, KualitasProduk

b. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen