

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan nama saya Dea Magesta Erica Putri, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh “Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian produk tas GUESS dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen tas GUESS di kota Surabaya)”

Untuk itu saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini dalam rangka mendukung data-data yang saya perlukan untuk penyusunan skripsi ini. Adapun Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan terjamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Surabaya, 14 Desember 2023

Dea Magesta Erica Putri

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :

Responden mengisi kuesioner ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada pertanyaan yang dianggap sesuai.

2. Jenis kelamin :

- ☐ Perempuan
- ☐ Laki-Laki

3. Usia berkisar antara :

- ☐ 17 – 25 tahun
- ☐ 26 – 30 tahun
- ☐ 31 – 30 tahun
- ☐ >30 tahun

Catatan : jika responden belum berusia ≥ 17 tahun sebaiknya responden tidak melanjutkan mengisi kuesioner ini

4. Apakah anda sedang tinggal di domisili Surabaya ?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

5. Apakah anda pernah melakukan pembelian dan pemakaian pada produk tas Guess?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Catatan : jika responden bukan domisili Surabaya dan belum pernah membeli atau menggunakan produk tas Guess sebaiknya responden tidak melanjutkan mengisi kuesioner ini.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pada setiap pertanyaan akan disediakan lima kategori jawaban, pilihlah jawaban yang menurut anda paling tepat.

1.	STS	Sangat Tidak Setuju
2.	TS	Tidak Setuju
3.	N	Netral
4.	S	Setuju
5.	SS	Sangat Setuju

A. Brand Ambassador (X1)

no	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Melakukan pembelian karena Guess melibatkan selebriti yang populer sebagai brand ambassador					
2	Brand Ambassador Guess memiliki pengalaman sebagai bintang iklan					
3.	Brand Ambassador Guess merupakan sosok individu yang mengikuti perkembangan trend dan modis					
4.	Brand ambassador Guess merupakan sosok individu yang memikat					

B. Brand Image (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	produk tas merek Guess memiliki Kualitas barang yang tahan lama					
2	Produk tas merek Guess memiliki model yang unik					
3	Menurut saya produk tas merek Guess mempunyai kesan yang baik di dalam pikiran saya dibandingkan merek lain sehingga merek ini mudah diingat					

C. Kepuasan Konsumen (Z)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
----	------------	-----	----	---	---	----

1	Produk tas Guess memiliki hasil kualitas yang sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan membeli lagi produk tas Guess					
2	Saya merasa tas merek Guess dapat memberikan kenyamanan penggunaan secara maksimal dan sesuai ekspektasi saya					
3	Saya merasa kualitas tas dari Guess sesuai dengan harapan saya					

D. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa yakin dengan Keputusan saya membeli tas merek Guess					
2	Membeli tas merek Guess karena merek tersebut adalah merek yang paling saya sukai					
3	Membeli tas merek Guess karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya					

Lampiran II

Tabulasi Data

Brand Ambassador (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
3	3	3	3
5	5	5	5
3	3	3	3
5	5	5	5
4	3	3	3
4	4	4	4
3	4	5	4
2	4	4	3
2	4	4	4
5	5	5	4
3	5	4	3
5	4	4	4
4	5	4	5
4	4	5	5
4	3	4	4
1	1	1	1
2	2	4	4
5	4	4	5
5	5	5	5
4	4	5	4
4	4	3	3
3	3	3	3
3	4	4	4
3	4	4	4
3	4	5	3
4	3	3	3
3	4	4	3
3	3	3	3
4	4	5	4
5	5	5	5
4	4	3	4

4	4	3	3
4	4	4	4
4	4	5	4
5	5	5	5
2	2	3	4
4	4	4	4
3	3	3	2
3	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
2	2	2	2
5	5	5	4
5	4	4	4
3	3	3	4
4	3	4	4
5	4	5	4

Brand Image (X2)

X2.1	X2.2	X2.3
4	4	3
5	5	5
4	5	5
5	5	5
4	4	3
4	4	4
4	3	4
4	4	3
4	5	4
4	4	4
3	3	3
4	4	3
4	5	4
5	4	4
5	5	3
1	1	1

4	5	4
4	5	5
3	4	4
4	4	4
4	4	4
3	3	3
3	4	3
4	4	4
4	4	3
3	3	3
4	3	5
3	3	3
4	4	4
5	5	5
3	4	3
3	3	3
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	1	2
4	4	4
2	3	2
4	5	2
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	3	4
4	5	4
5	5	5

Kepuasan Konsumen (Z)

Z1.1	Z1.2	Z1.3
3	3	3
5	5	5
5	4	5
5	5	5
3	3	3
3	3	4
5	4	3
4	4	4
4	4	4
4	5	4
3	3	3
4	4	4
5	4	4
3	4	3
4	4	4
1	1	1
4	4	4
5	4	5
4	5	4
4	4	4
3	4	4
3	3	3
3	4	3
4	4	4
4	4	5
3	3	3
4	2	4
3	3	3
3	4	4
5	5	5
4	5	4
3	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
3	4	5
4	4	4
1	2	2
3	4	4
5	5	5

4	4	4
3	5	5
5	5	5
5	4	5
5	5	5
5	4	5
5	5	5
5	4	5

Keputusan Pembelian (Y)

Y1.1	Y1.2	Y1.3
3	3	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
3	3	3
4	3	4
4	5	3
4	3	3
4	4	5
5	5	5
3	3	3
4	3	2
3	4	3
4	5	4
3	3	4
1	1	1
4	3	5
4	5	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
3	3	3
4	3	4
4	4	4
5	4	4
3	3	3
3	2	2
3	3	3
4	3	4
5	5	5

3	4	4
4	4	4
4	3	4
4	4	4
5	5	5
1	2	3
4	4	4
2	2	3
4	5	4
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	4	5
4	4	5
3	4	4
5	5	5

Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness	Cramer's
x1.1	1	MET	0	3.708	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.020	-0.347	-0.469	
x1.2	2	MET	0	3.812	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.905	0.918	-0.829	
x1.3	3	MET	0	3.958	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.912	0.790	-0.766	
x1.4	4	MET	0	3.771	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.872	0.964	-0.693	
x2.1	5	MET	0	4.021	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.854	2.102	-1.078	
x2.2	6	MET	0	4.083	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.975	2.088	-1.285	
x2.3	7	MET	0	3.833	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.986	-0.000	-0.593	
z1.1	8	MET	0	3.896	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.005	0.754	-0.801	
z1.2	9	MET	0	3.979	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.878	1.876	-1.104	
z1.3	10	MET	0	4.062	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.899	1.431	-1.014	
y1.1	11	MET	0	3.854	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.957	1.522	-1.021	
y1.2	12	MET	0	3.812	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.993	-0.126	-0.529	
y1.3	13	MET	0	3.958	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.934	0.814	-0.863	

Lampiran III

MODEL PENGUKURAN (OUTER MODEL)

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

UJI OUTER LOADING

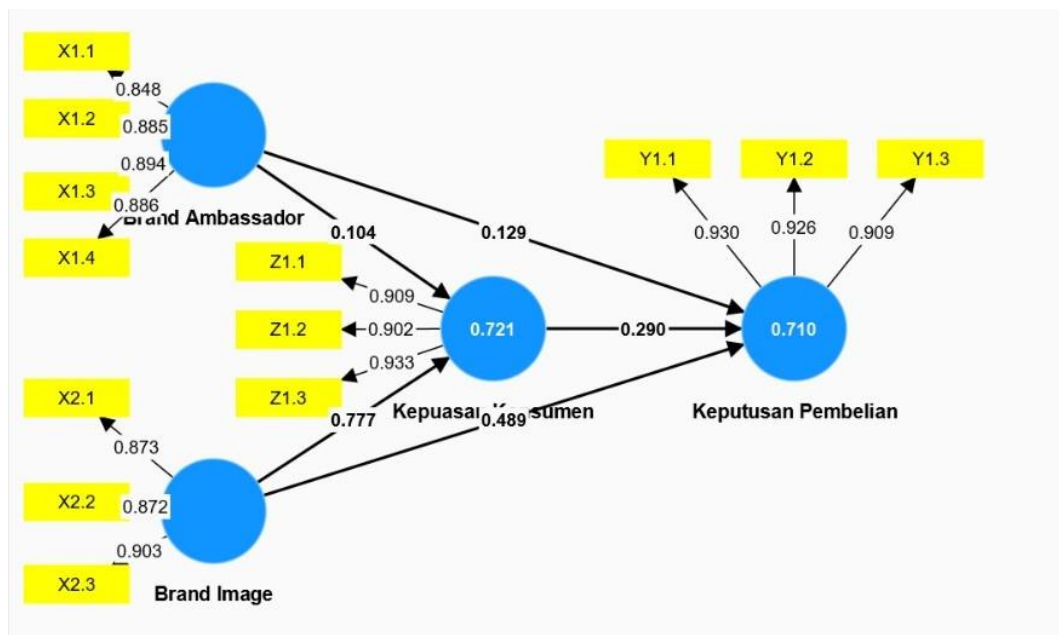
Outer loadings - Matrix					
	Brand Ambassador	Brand Image	Kepuasan Konsumen	Keputusan Pembelian	
X1.1	0.848				
X1.2	0.885				
X1.3	0.894				
X1.4	0.886				
X2.1		0.873			
X2.2		0.872			
X2.3		0.903			
Y1.1				0.930	
Y1.2				0.926	
Y1.3				0.909	
Z1.1			0.909		
Z1.2			0.902		
Z1.3			0.933		

CROSS LOADING

Discriminant validity - Cross loadings					
	Brand Ambassador	Brand Image	Kepuasan Konsumen	Keputusan Pembelian	
X1.1	0.848	0.566	0.510	0.543	
X1.2	0.885	0.501	0.458	0.551	
X1.3	0.894	0.615	0.539	0.578	
X1.4	0.886	0.639	0.653	0.555	
X2.1	0.562	0.873	0.779	0.646	
X2.2	0.571	0.872	0.699	0.768	
X2.3	0.625	0.903	0.763	0.756	
Y1.1	0.623	0.781	0.707	0.930	
Y1.2	0.626	0.736	0.738	0.926	
Y1.3	0.502	0.750	0.722	0.909	
Z1.1	0.531	0.798	0.909	0.679	
Z1.2	0.643	0.726	0.902	0.764	
Z1.3	0.526	0.797	0.933	0.707	

UJI RELIABILITAS

Construct Reliability Dan Validity

[illegible]

Lampiran IV

MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL)

Hasil Pengujian *Path Coefficient*

[illegible]

R-Square

[illegible]

f-Square

[illegible]

Model *Fit*

[illegible]

Hasil Uji *Path Coefficient* Pengaruh Secara Langsung

[illegible]

Hasil Uji *Path Coefficient* Pengaruh Tidak Langsung

[illegible]