

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Hafid Lintas Dana, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Program Studi Manajemen yang sedang mengadakan penelitian tentang “ Pengaruh *Celebrity Endorser*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Produk *Shampoo Pantene*”. Saat ini saya selaku peneliti meminta kesediaan Mahasiswa dan Mahasiswi untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada Mahasiswa dan Mahasiswi untuk memberikan jawaban yang benar dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban Mahasiswa dan Mahasiswi berikan tidak akan berpengaruh pada diri Mahasiswa dan Mahasiswi karena penelitian ini dilakukan semata – mata hanya untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaanya saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Hafid Lintas Dana

No Responden : ...

I. IDENTITAS DIRI

Petunjuk: Lingkarilah jawaban yang Anda pilih

1. Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

2. Usia : ... tahun

3. Tingkat Penghasilan perbulan :

a. Rp.1.000.000,- – ≤ Rp.1.500.000,-

b. Rp.1.600.000,- – ≤ Rp.2.000.000,-

c. Rp.2.100.000,- – ≤ Rp.2.500.000,-

d. Rp.2.600.000,- – ≤ Rp.3.000.000,-

e. >Rp.3.000.000,-

4. Pendidikan Terakhir :

a. SMP

b. SMA

c. Diploma

d. S1

e. S2

d. S3

5. Apakah Anda melihat atau menonton iklan *shampoo* Pantene dengan bintang iklan Anggun Cipta Sasmi dalam kurun waktu 3 bulan terakhir ?
- Pernah
 - Belum Pernah
6. Ukuran kemasan *Shampoo* Pantene yang sering dibeli :
- Sachet*
 - Botol
7. Berapa kali pembelian *Shampoo* Pantene (sebulan) :
- 1-3 kali
 - 4-6 kali
 - Lebih dari 6 kali

II. KETERANGAN

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pernyataan yang Anda pilih.

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

N = Netral (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat Setuju (5)

III. Daftar Pernyataan

1. *Celebrity Endorser*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Dapat dipercaya						
1.	Anggun Cipta Sasmi merupakan selebriti yang dapat dipercaya					
2.	Anggun Cipta Sasmi merupakan selebriti yang mempunyai reputasi baik					
3.	Anggun Cipta Sasmi merupakan selebriti yang dapat diandalkan					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Keahlian dalam iklan						
4.	Anggun Cipta Sasmi dapat menyampaikan iklan <i>shampoo</i> Pantene dengan baik					
5.	Anggun Cipta Sasmi adalah selebriti yang ahli berkomunikasi dalam iklan <i>shampoo</i> Pantene					
6.	Anggun Cipta Sasmi adalah selebriti yang berpengalaman acting dalam iklan <i>shampoo</i> Pantene					
Daya tarik fisik						
7.	Anggun Cipta Sasmi adalah selebriti yang cantik					
8.	Anggun Cipta Sasmi adalah selebriti yang berkelas					
9.	Anggun Cipta Sasmi adalah selebriti yang memiliki rambut indah					
Kualitas						
10.	Anggun Cipta Sasmi merupakan selebriti yang berkualitas					
11.	Anggun Cipta Sasmi merupakan selebriti yang berpengalaman					
12.	Anggun Cipta Sasmi adalah selebriti yang memiliki pengetahuan luas					
13.	Anggun Cipta Sasmi adalah selebriti yang memenuhi kualifikasi/baik					
Kesamaan dengan masyarakat yang dituju						
12.	Anggun Cipta Sasmi merepresentasikan wanita Indonesia dalam iklan <i>shampoo</i> Pantene					
13.	Anggun Cipta Sasmi merepresentasikan wanita modern dalam iklan <i>shampoo</i> Pantene					
14.	Anggun Cipta Sasmi merepresentasikan wanita karir dalam iklan <i>shampoo</i> Pantene					
15.	Anggun Cipta Sasmi merepresentasikan wanita energik dalam iklan <i>shampoo</i> Pantene					

2. Kualitas Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Kinerja						
1.	<i>Shampoo</i> Pantene merupakan produk <i>shampoo</i> yang berkualitas.					
2.	<i>Shampoo</i> Pantene merupakan produk <i>shampoo</i> yang mudah digunakan					
3.	<i>Shampoo</i> Pantene merupakan produk <i>shampoo</i> yang nyaman digunakan					
Keandalan						
4.	<i>Shampoo</i> Pantene sudah terdaftar di BPOM.					
5.	<i>Shampoo</i> Pantene tidak menimbulkan masalah pada rambut saya					
6.	<i>Shampoo</i> Pantene cocok untuk semua jenis rambut.					
Kesesuaian dengan spesifikasi						
7.	Kualitas <i>Shampoo</i> Pantene sesuai dengan standar					
8.	Ukuran kemasan <i>shampoo</i> Pantene sesuai dengan harga.					
9.	Harga <i>shampoo</i> Pantene sesuai dengan kualitas					

3. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih merek Pantene saat membeli <i>shampoo</i>					
2.	Saya selalu menggunakan <i>shampoo</i> merek Pantene					
3.	Saya hanya mempertimbangkan merek Pantene saat membeli <i>shampoo</i>					
4.	Saya memprioritaskan merek Pantene saat membeli <i>shampoo</i>					
5.	Pantene merupakan <i>shampoo</i> saya sehari-hari					

4. Citra Merek

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Kekuatan						
1.	<i>Shampoo</i> Pantene adalah <i>shampoo</i> dengan harga yang terjangkau					
2.	<i>Shampoo</i> Pantene memiliki penampilan produk yang menarik					
Keunikan						
3.	<i>Shampoo</i> Pantene dapat mengatasi masalah rambut rusak					
4.	<i>Shampoo</i> Pantene dapat mengatasi masalah rambut berketombe					
5.	<i>Shampoo</i> Pantene memberikan kesan positif bagi saya.					
6.	<i>Shampoo</i> Pantene menawarkan berbagai variasi produk.					
Kesukaan						
7.	Saya lebih memilih <i>shampoo</i> Pantene dalam merawat rambut.					
8.	<i>Shampoo</i> Pantene merupakan <i>shampoo</i> favorit saya.					

Lampiran 1. Uji Validitas

Uji Validitas Variabel *Celebrity Endorser***Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
CE1 <--- Celebrity._Endorser	.502
CE2 <--- Celebrity._Endorser	.651
CE3 <--- Celebrity._Endorser	.524
CE4 <--- Celebrity._Endorser	.675
CE5 <--- Celebrity._Endorser	.533
CE6 <--- Celebrity._Endorser	.549
CE7 <--- Celebrity._Endorser	.569
CE8 <--- Celebrity._Endorser	.723
CE9 <--- Celebrity._Endorser	.636
CE10 <--- Celebrity._Endorser	.807
CE11 <--- Celebrity._Endorser	.767
CE12 <--- Celebrity._Endorser	.594
CE13 <--- Celebrity._Endorser	.742
CE14 <--- Celebrity._Endorser	.487
CE15 <--- Celebrity._Endorser	.531
CE16 <--- Celebrity._Endorser	.581
CE17 <--- Celebrity._Endorser	.532

Sesudah di eliminasi

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CE1 <--- Celebrity._Endorser	.506
CE2 <--- Celebrity._Endorser	.653
CE3 <--- Celebrity._Endorser	.519
CE4 <--- Celebrity._Endorser	.682
CE5 <--- Celebrity._Endorser	.537
CE6 <--- Celebrity._Endorser	.554
CE7 <--- Celebrity._Endorser	.571
CE8 <--- Celebrity._Endorser	.722
CE9 <--- Celebrity._Endorser	.635
CE10 <--- Celebrity._Endorser	.812
CE11 <--- Celebrity._Endorser	.771
CE12 <--- Celebrity._Endorser	.589

	Estimate
CE13 <--- Celebrity._Endorser	.739
CE15 <--- Celebrity._Endorser	.519
CE16 <--- Celebrity._Endorser	.570
CE17 <--- Celebrity._Endorser	.527

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KL1 <--- Kualitas_.produk	.747
KL2 <--- Kualitas_.produk	.699
KL3 <--- Kualitas_.produk	.843
KL4 <--- Kualitas_.produk	.579
KL5 <--- Kualitas_.produk	.686
KL6 <--- Kualitas_.produk	.675
KL7 <--- Kualitas_.produk	.712
KL8 <--- Kualitas_.produk	.701
KL9 <--- Kualitas_.produk	.825

Uji Validitas Variabel Citra Merek

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CM1 <--- Citra._Merek	.881
CM2 <--- Citra._Merek	.919
CM3 <--- Citra._Merek	.741
CM4 <--- Citra._Merek	.907
CM5 <--- Citra._Merek	.915
CM6 <--- Citra._Merek	.515
CM7 <--- Citra._Merek	.464
CM8 <--- Citra._Merek	.549

Sesudah di Eliminasi

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CM1 <--- Citra._Merek	.882
CM2 <--- Citra._Merek	.921
CM3 <--- Citra._Merek	.739
CM4 <--- Citra._Merek	.907
CM5 <--- Citra._Merek	.917
CM6 <--- Citra._Merek	.503
CM8 <--- Citra._Merek	.538

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

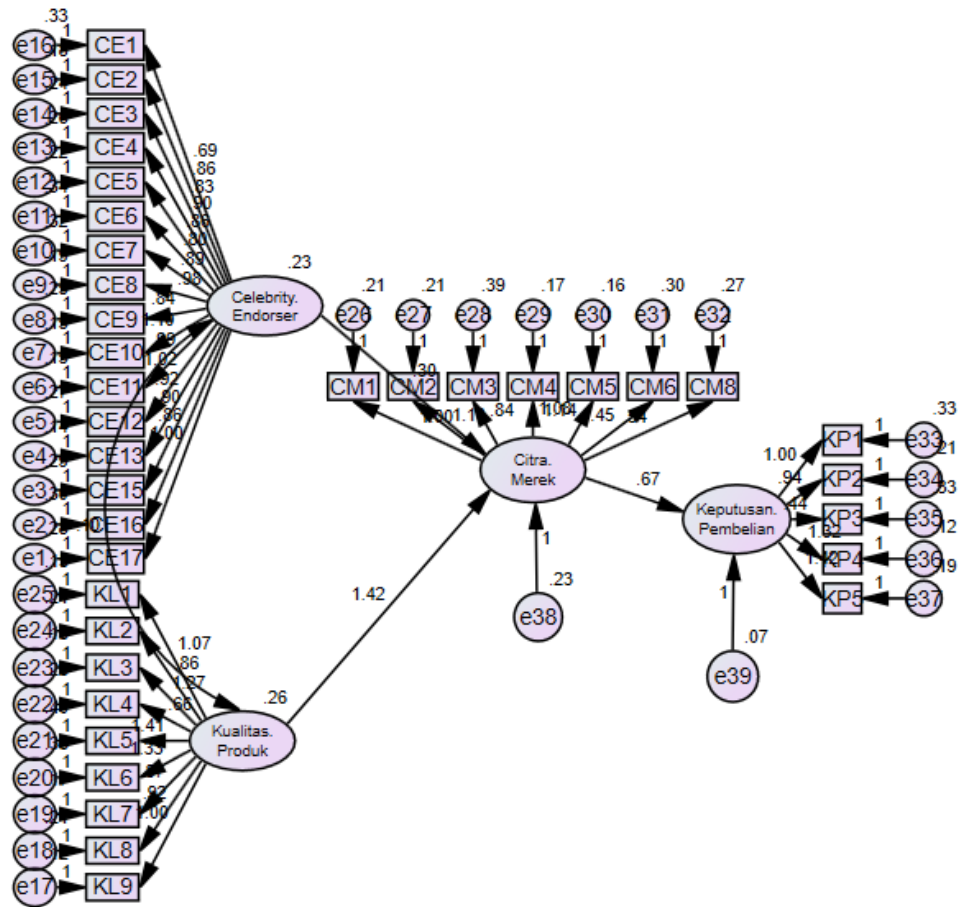
	Estimate
KP1 <--- Keputusan._Pembelian	.773
KP2 <--- Keputusan._Pembelian	.838
KP3 <--- Keputusan._Pembelian	.513
KP4 <--- Keputusan._Pembelian	.903
KP5 <--- Keputusan._Pembelian	.857

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Standard Loading	Standard Loading ²	1 - Standard Loading ²	Construct Reliability
Celebrity Endorser	CE1	.506	0.256	0.744	0,909
	CE2	.653	0.426	0.574	
	CE3	.519	0.269	0.731	
	CE4	.682	0.465	0.535	
	CE5	.537	0.288	0.712	
	CE6	.554	0.307	0.693	
	CE7	.571	0.326	0.674	
	CE8	.722	0.521	0.479	
	CE9	.635	0.403	0.597	
	CE10	.812	0.659	0.341	
	CE11	.771	0.594	0.406	
	CE12	.589	0.347	0.653	
	CE13	.739	0.546	0.454	
	CE15	.519	0.269	0.731	

	CE16	.570	0.325	0.675	
	CE17	.527	0.278	0.722	
Kualitas Produk	KL1	.747	0.558	0.442	0,906
	KL2	.699	0.489	0.511	
	KL3	.843	0.711	0.289	
	KL4	.579	0.335	0.665	
	KL5	.686	0.471	0.529	
	KL6	.675	0.456	0.544	
	KL7	.712	0.507	0.493	
	KL8	.701	0.491	0.509	
	KL9	.825	0.681	0.319	
	Citra Merek	CM1	.882	0.778	
CM2		.921	0.848	0.152	
CM3		.739	0.546	0.454	
CM4		.907	0.823	0.177	
CM5		.917	0.841	0.159	
CM6		.503	0.253	0.747	
CM8		.538	0.289	0.711	
Keputusan Pembelian		KP1	.773	0.598	0.402
	KP2	.838	0.702	0.298	
	KP3	.513	0.263	0.737	
	KP4	.903	0.815	0.185	
	KP5	.857	0.734	0.266	

Lampiran 2 Output Model SEM



Perhitungan Degrees of Freedom

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 703
 Number of distinct parameters to be estimated: 78
 Degrees of freedom (703 - 78): 625

Lampiran 3. Hasil Uji Outlier

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
28	125.281	.000	.000
124	89.314	.000	.000
72	87.625	.000	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
133	75.938	.000	.000
88	75.567	.000	.000
61	73.436	.000	.000
150	70.485	.001	.000
108	66.289	.002	.000
77	65.880	.002	.000
79	65.633	.003	.000
57	65.581	.003	.000
122	64.814	.003	.000
16	64.676	.003	.000
129	64.656	.003	.000
36	64.634	.003	.000
103	63.335	.004	.000
90	61.114	.008	.000
141	60.840	.008	.000
9	60.543	.009	.000
83	60.225	.009	.000
156	59.968	.010	.000
173	59.708	.010	.000
67	59.327	.011	.000
2	59.196	.012	.000
5	58.931	.012	.000
19	58.880	.013	.000
120	58.182	.015	.000
65	57.783	.016	.000
33	56.761	.020	.000
64	56.567	.021	.000
153	55.470	.026	.000
117	55.006	.029	.000
106	53.952	.035	.000
86	53.546	.038	.000
56	53.217	.041	.000
125	52.649	.046	.000
41	52.166	.050	.000
62	51.577	.056	.000
47	51.117	.061	.000
127	50.486	.069	.000
49	50.327	.071	.000
55	50.109	.074	.000
132	50.082	.074	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
50	47.900	.108	.000
161	47.655	.113	.000
123	47.500	.116	.000
60	47.176	.122	.000
38	47.083	.124	.000
1	46.489	.136	.000
113	45.744	.153	.000
159	45.592	.157	.000
137	45.571	.158	.000
147	45.484	.160	.000
100	45.293	.164	.000
73	45.043	.171	.000
175	44.933	.174	.000
69	44.263	.192	.000
17	44.046	.198	.000
20	44.008	.199	.000
7	43.768	.206	.000
142	43.452	.216	.000
43	43.410	.217	.000
24	43.395	.217	.000
48	43.391	.218	.000
52	43.287	.221	.000
131	42.320	.252	.000
34	42.130	.259	.000
163	41.617	.277	.001
167	41.514	.280	.001
12	41.430	.283	.001
15	41.010	.299	.002
31	39.805	.346	.043
92	39.278	.368	.103
71	38.664	.394	.243
76	38.166	.416	.398
95	37.832	.431	.495
81	37.138	.463	.751
70	36.707	.483	.854
112	36.671	.484	.828
168	36.468	.494	.852
140	36.457	.494	.818
135	36.278	.503	.836
136	36.224	.505	.814

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
174	36.140	.509	.802
105	35.608	.534	.914
63	35.594	.535	.890
21	34.948	.566	.971
111	34.924	.567	.962
91	34.752	.575	.967
130	34.411	.591	.983
30	34.332	.595	.981
58	33.976	.612	.992
18	33.552	.631	.997
94	33.326	.642	.998
97	33.292	.644	.998
4	33.159	.650	.998
164	32.855	.664	.999
23	32.722	.670	.999
157	32.195	.694	1.000
107	32.154	.695	1.000

Setelah di eliminasi

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
55	68.119	.001	.204
73	67.961	.001	.024
2	66.923	.002	.004
85	66.736	.002	.000
103	66.088	.002	.000
164	65.888	.002	.000
15	65.570	.003	.000
147	65.388	.003	.000
117	65.224	.003	.000
75	64.845	.003	.000
34	64.579	.003	.000
98	64.442	.003	.000
123	63.674	.004	.000
144	62.604	.005	.000
64	61.738	.007	.000
79	61.717	.007	.000
53	60.456	.009	.000
5	60.221	.009	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
18	59.506	.011	.000
62	58.618	.013	.000
115	58.147	.015	.000
112	57.701	.016	.000
31	57.283	.018	.000
47	57.108	.018	.000
82	56.228	.022	.000
39	56.135	.023	.000
126	55.881	.024	.000
61	55.649	.025	.000
101	55.415	.026	.000
59	53.516	.039	.000
54	53.493	.039	.000
45	52.563	.047	.000
1	52.339	.049	.000
119	52.002	.052	.000
48	51.321	.059	.000
36	51.154	.061	.000
166	50.683	.066	.000
23	50.317	.071	.000
58	50.058	.074	.000
121	50.050	.074	.000
46	49.094	.088	.000
152	48.949	.090	.000
108	48.734	.094	.000
150	48.542	.097	.000
139	48.284	.101	.000
134	47.980	.107	.000
69	47.876	.109	.000
118	47.456	.116	.000
95	46.738	.131	.000
130	46.624	.133	.000
158	46.462	.137	.000
16	46.094	.145	.000
133	45.755	.153	.000
41	45.705	.154	.000
19	45.647	.156	.000
7	45.491	.160	.000
154	45.203	.167	.000
32	44.314	.190	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
66	43.782	.206	.000
50	43.654	.210	.000
17	43.567	.212	.000
11	43.474	.215	.000
125	43.249	.222	.000
128	42.972	.231	.000
148	42.954	.231	.000
68	42.851	.235	.000
14	42.850	.235	.000
124	41.841	.269	.000
87	41.167	.293	.001
29	40.878	.304	.001
90	40.443	.321	.002
72	39.647	.353	.019
77	39.584	.355	.015
86	39.525	.358	.012
60	38.259	.412	.168
159	38.093	.419	.178
22	37.722	.436	.259
129	37.466	.448	.309
28	37.304	.455	.322
107	37.134	.463	.339
100	37.091	.465	.302
67	36.756	.480	.392
165	36.007	.515	.683
13	35.974	.517	.641
89	35.882	.521	.625
43	35.817	.524	.595
102	35.640	.533	.619
20	34.700	.577	.905
106	34.601	.582	.899
63	34.478	.588	.899
4	34.099	.606	.944
21	34.063	.607	.930
51	33.995	.611	.920
155	33.658	.627	.953
8	33.656	.627	.936
40	33.459	.636	.946
56	33.354	.641	.944
24	32.993	.657	.970

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
33	32.578	.676	.988
137	32.501	.680	.986

Data outlier bersih (166 responden)

Lampiran 4. Hasil Uji Goodness of Fit

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 1574.747

Degrees of freedom = 625

Probability level = .000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPART	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	78	1574.747	625	.000	2.520
Saturated model	703	.000	0		
Independence model	37	5290.422	666	.000	7.944

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.052	.648	.605	.577
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.234	.154	.107	.146

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.702	.683	.796	.781	.795
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.938	.659	.746

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	949.747	836.661	1070.487
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	4624.422	4396.090	4859.315

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	9.544	5.756	5.071	6.488
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	32.063	28.027	26.643	29.450

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.096	.090	.102	.000
Independence model	.205	.200	.210	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1730.747	1777.424	1973.482	2051.482
Saturated model	1406.000	1826.693	3593.727	4296.727
Independence model	5364.422	5386.564	5479.566	5516.566

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	10.489	9.804	11.221	10.772
Saturated model	8.521	8.521	8.521	11.071
Independence model	32.512	31.128	33.935	32.646

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	72	75

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Independence model	23	24

Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Citra._Merek	<-- -	Celebrity._Endorse r	-.304	.10 6	- 2.863	.00 4	par_3 4
Citra._Merek	<-- -	Kualitas._Produk	1.423	.13 5	10.56 5	***	par_3 5
Keputusan._Pembe lian	<-- -	Citra._Merek	.669	.06 4	10.41 8	***	par_3 6
CE17	<-- -	Celebrity._Endorse r	1.000				
CE16	<-- -	Celebrity._Endorse r	.861	.11 9	7.221	***	par_1
CE15	<-- -	Celebrity._Endorse r	.900	.12 1	7.469	***	par_2
CE13	<-- -	Celebrity._Endorse r	.916	.10 2	8.979	***	par_3
CE12	<-- -	Celebrity._Endorse r	1.021	.12 6	8.114	***	par_4
CE11	<-- -	Celebrity._Endorse r	.988	.10 8	9.116	***	par_5
CE10	<-- -	Celebrity._Endorse r	1.095	.11 6	9.415	***	par_6
CE9	<-- -	Celebrity._Endorse r	.836	.11 2	7.496	***	par_7
CE8	<-- -	Celebrity._Endorse r	.978	.11 3	8.630	***	par_8

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CE7	<-- -	Celebrity._Endorse r	.889	.12 3	7.209	***	par_9
CE6	<-- -	Celebrity._Endorse r	.800	.12 1	6.623	***	par_1 0
CE5	<-- -	Celebrity._Endorse r	.863	.10 9	7.905	***	par_1 1
CE4	<-- -	Celebrity._Endorse r	.899	.11 6	7.725	***	par_1 2
CE3	<-- -	Celebrity._Endorse r	.834	.11 1	7.549	***	par_1 3
CE2	<-- -	Celebrity._Endorse r	.862	.10 5	8.238	***	par_1 4
CE1	<-- -	Celebrity._Endorse r	.689	.11 4	6.058	***	par_1 5
KL9	<-- -	Kualitas._Produk	1.000				
KL8	<-- -	Kualitas._Produk	.923	.08 9	10.32 4	***	par_1 6
KL7	<-- -	Kualitas._Produk	.866	.08 2	10.56 5	***	par_1 7
KL6	<-- -	Kualitas._Produk	1.328	.12 2	10.86 5	***	par_1 8
KL5	<-- -	Kualitas._Produk	1.410	.12 7	11.09 0	***	par_1 9
KL4	<-- -	Kualitas._Produk	.664	.09 2	7.205	***	par_2 0
KL3	<-- -	Kualitas._Produk	1.268	.09 3	13.56 9	***	par_2 1
KL2	<-- -	Kualitas._Produk	.857	.08 7	9.849	***	par_2 2
KL1	<--	Kualitas._Produk	1.075	.08	12.41	***	par_2

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
	-			7	2		3
CM1	<-- -	Citra._Merek	1.000				
CM2	<-- -	Citra._Merek	1.097	.06 6	16.71 7	***	par_2 4
CM3	<-- -	Citra._Merek	.843	.07 1	11.93 1	***	par_2 5
CM5	<-- -	Citra._Merek	1.145	.06 4	17.96 4	***	par_2 6
CM6	<-- -	Citra._Merek	.445	.05 6	7.960	***	par_2 7
CM8	<-- -	Citra._Merek	.536	.05 6	9.638	***	par_2 8
KP1	<-- -	Keputusan._Pembelian	1.000				
KP2	<-- -	Keputusan._Pembelian	.935	.09 3	10.09 1	***	par_2 9
KP3	<-- -	Keputusan._Pembelian	.437	.08 2	5.308	***	par_3 0
KP4	<-- -	Keputusan._Pembelian	1.315	.11 0	11.98 7	***	par_3 1
KP5	<-- -	Keputusan._Pembelian	1.424	.12 2	11.67 0	***	par_3 2
CM4	<-- -	Citra._Merek	1.084	.06 2	17.35 2	***	par_3 3

Pengaruh mediasi

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas._Produk	Celebrity._Endorser	Citra._Merek	Keputusan._Pembelian
--	------------------	---------------------	--------------	----------------------

	Kualitas._Pr oduk	Celebrity._En dorser	Citra._M erek	Keputusan._Pe mbelian
Citra._Merek	.875	-.177	.000	.000
Keputusan._Pe mbelian	.000	.000	.902	.000
KP5	.000	.000	.000	.896
KP4	.000	.000	.000	.920
KP3	.000	.000	.000	.422
KP2	.000	.000	.000	.782
KP1	.000	.000	.000	.731
CM8	.000	.000	.646	.000
CM6	.000	.000	.560	.000
CM5	.000	.000	.922	.000
CM4	.000	.000	.908	.000
CM3	.000	.000	.745	.000
CM2	.000	.000	.893	.000
CM1	.000	.000	.876	.000
KL1	.812	.000	.000	.000
KL2	.689	.000	.000	.000
KL3	.860	.000	.000	.000
KL4	.535	.000	.000	.000
KL5	.751	.000	.000	.000
KL6	.740	.000	.000	.000
KL7	.725	.000	.000	.000
KL8	.713	.000	.000	.000
KL9	.826	.000	.000	.000
CE1	.000	.500	.000	.000
CE2	.000	.696	.000	.000
CE3	.000	.633	.000	.000
CE4	.000	.649	.000	.000
CE5	.000	.665	.000	.000
CE6	.000	.550	.000	.000
CE7	.000	.602	.000	.000
CE8	.000	.733	.000	.000
CE9	.000	.628	.000	.000
CE10	.000	.809	.000	.000
CE11	.000	.780	.000	.000
CE12	.000	.685	.000	.000
CE13	.000	.767	.000	.000
CE15	.000	.626	.000	.000
CE16	.000	.603	.000	.000
CE17	.000	.676	.000	.000

Pengaruh tidak langsung

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas._Pr oduk	Celebrity._En dorse	Citra._M erek	Keputusan._Pe mbelian
Citra._Merek	.000	.000	.000	.000
Keputusan._Pe mbelian	.789	-.160	.000	.000
KP5	.707	-.143	.808	.000
KP4	.726	-.147	.830	.000
KP3	.333	-.067	.380	.000
KP2	.617	-.125	.705	.000
KP1	.577	-.117	.659	.000
CM8	.565	-.115	.000	.000
CM6	.490	-.099	.000	.000
CM5	.807	-.163	.000	.000
CM4	.795	-.161	.000	.000
CM3	.652	-.132	.000	.000
CM2	.781	-.158	.000	.000
CM1	.766	-.155	.000	.000
KL1	.000	.000	.000	.000
KL2	.000	.000	.000	.000
KL3	.000	.000	.000	.000
KL4	.000	.000	.000	.000
KL5	.000	.000	.000	.000
KL6	.000	.000	.000	.000
KL7	.000	.000	.000	.000
KL8	.000	.000	.000	.000
KL9	.000	.000	.000	.000
CE1	.000	.000	.000	.000
CE2	.000	.000	.000	.000
CE3	.000	.000	.000	.000
CE4	.000	.000	.000	.000
CE5	.000	.000	.000	.000
CE6	.000	.000	.000	.000
CE7	.000	.000	.000	.000
CE8	.000	.000	.000	.000
CE9	.000	.000	.000	.000
CE10	.000	.000	.000	.000
CE11	.000	.000	.000	.000

	Kualitas._Pr oduk	Celebrity._En dorser	Citra._M erek	Keputusan._Pe mbelian
CE12	.000	.000	.000	.000
CE13	.000	.000	.000	.000
CE15	.000	.000	.000	.000
CE16	.000	.000	.000	.000
CE17	.000	.000	.000	.000

SKRIPSI HAFID LINTAS DANA

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

21%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	docplayer.info Internet Source	5%
2	id.123dok.com Internet Source	2%
3	www.scribd.com Internet Source	2%
4	media.neliti.com Internet Source	2%
5	ojs.unud.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Student Paper	1%
7	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
8	dspace.uui.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.undip.ac.id	

Internet Source

1%

10

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

1%

11

Submitted to Udayana University

Student Paper

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On