

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENINGKATAN EKUITAS PELANGGAN DAN INTENSI
PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION* MEREK RABBANI
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

Kepada Yth

Sdr/i Responden

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Bersama ini saya mohon kesedian Anda untuk meluangkan waktu sebentar dengan membuka media sosial dari produk merek Rabbani dan untuk mengisi kuisisioner penelitian dengan judul “Pengaruh Aktivitas Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Peningkatan Ekuitas Pelanggan dan Intensi Pembelian pada produk *Fashion* Merek Rabbani”.

Informasi yang Sdr/i berikan adalah bantuan yang bernilai dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMY.

Atas kerjasama Anda, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

KUISIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Fakultas :
3. Prodi :
4. Asal propinsi :
5. Tahun angkatan : a. 2013 b. 2014 c. 2015 d. 2016

(Lingkari pada jawaban pilihan anda)

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang ada alami dengan memberi tanda centang (√) dari pertanyaan-pertanyaan yang ada dibawah ini:
2. Keterangan Alternatif jawaban dan skor:
 - a. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
 - b. TS = Tidak Setuju (2)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. S = Setuju (4)
 - e. SS = Sangat Setuju (5)

Dalam satu nomor tidak boleh ada jawaban atau tanda centang lebih dari satu.

NO	Variabel Aktifitas Pemasaran Melalui Media Sosial Persepsian	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa senang melihat produk-produk Rabbani di media sosial.					
2	Gambar busana yang ditampilkan di media sosial Rabbani cukup trendi.					
3	Sosial media Rabbani menyajikan gambar busana sesuai dengan selera saya.					
4	Media sosial Rabbani memungkinkan saya berinteraksi dengan penjual.					
5	Pada media sosial Rabbani memungkinkan saya membaca komentar pelanggan sebelumnya.					

NO	Variabel Ekuitas Nilai	STS	TS	KS	S	SS
1	Produk-produk Rabbani terlihat nyaman ketika digunakan					
2	Desain produk-produk Rabbani memperlihatkan busana yang sopan dan islami					

No	Variabel Ekuitas Hubungan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa tertarik membeli di toko Rabbani karena produk-produknya sesuai yang saya butuhkan					
2	Saya merasa senang karena produk Rabbani memberikan diskon khusus kepada pelangganya					

No	Variabel Ekuitas Merek	STS	TS	KS	S	SS
1	Bentuk produk Rabbani yang unik sehingga mudah mengenalinya					
2	Ciri khas dari kerudung Rabbani yang besar dan muslimah					

No	Variabel Intensi Pembelian	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya ingin membeli produk Rabbani					
2	Saya ingin merekomendasikan kepada teman saya untuk memakai produk Rabbani					

-Terimakasih-

LAMPIRAN 2. FREKUENSI KARAKTERISTIK RESPONDEN

Statistics

		Asal Fakultas	Tahun Angkatan
N	Valid	131	131
	Missing	0	0

Asal Fakultas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FPB	5	3.8	3.8	3.8
	FH	16	12.2	12.2	16.0
	FISIPOL	23	17.6	17.6	33.6
	FE	39	29.8	29.8	63.4
	FKIK	14	10.7	10.7	74.0
	FP	9	6.9	6.9	80.9
	FT	7	5.3	5.3	86.3
	FAI	18	13.7	13.7	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Tahun Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2013	63	48.1	48.1	48.1
	2014	35	26.7	26.7	74.8
	2015	19	14.5	14.5	89.3
	2016	14	10.7	10.7	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3. UJI KUALITAS INSTRUMEN

A. Variabel SMM

Correlations

		SMM_1	SMM_2	SMM_3	SMM_4	SMM_5	SMM
SMM_1	Pearson Correlation	1	.566**	.377*	.484**	.183	.538**
	Sig. (2-tailed)		.001	.040	.007	.334	.002
	N	30	30	30	30	30	30
SMM_2	Pearson Correlation	.566**	1	.496**	.646**	.422*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.000	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SMM_3	Pearson Correlation	.377*	.496**	1	.556**	.378*	.737**
	Sig. (2-tailed)	.040	.005		.001	.040	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SMM_4	Pearson Correlation	.484**	.646**	.556**	1	.669**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SMM_5	Pearson Correlation	.183	.422*	.378*	.669**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.334	.020	.040	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
SMM	Pearson Correlation	.538**	.786**	.737**	.877**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	5

B. Variabel Ekuitas Nilai

Correlations

		EN_1	EN_2	EN
EN_1	Pearson Correlation	1	.646**	.923**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
EN_2	Pearson Correlation	.646**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
EN	Pearson Correlation	.923**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	2

C. Variabel Ekuitas Hubungan

Correlations

		EH_1	EH_2	EH
EH_1	Pearson Correlation	1	.586**	.894**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	30	30	30
EH_2	Pearson Correlation	.586**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	30	30	30
EH	Pearson Correlation	.894**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	2

D. Variabel Ekuitas Merek

Correlations

		EM_1	EM_2	EM
EM_1	Pearson Correlation	1	.382*	.859**
	Sig. (2-tailed)		.037	.000
	N	30	30	30
EM_2	Pearson Correlation	.382*	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.037		.000
	N	30	30	30
EM	Pearson Correlation	.859**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	2

E. Variabel Intensi Pembelian

Correlations

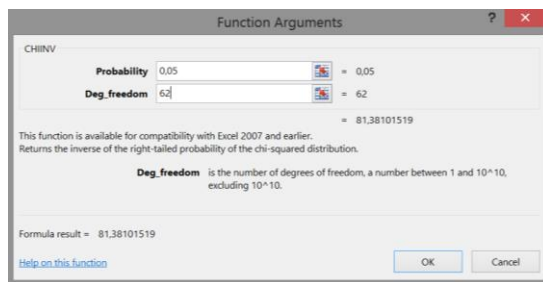
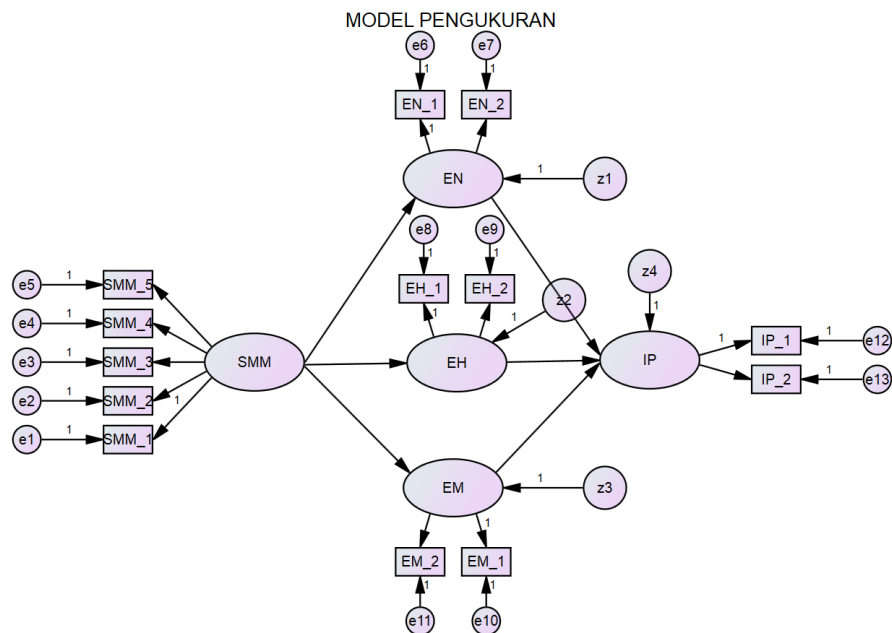
		IP_1	IP_2	IP
IP_1	Pearson Correlation	1	.663**	.908**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
IP_2	Pearson Correlation	.663**	1	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
IP	Pearson Correlation	.908**	.916**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	2

LAMPIRAN 4 MODEL FIT (GOODNESS OF FIT)



CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	29	70,794	62	,208	1,142
Saturated model	91	,000	0		
Independence model	13	181,974	78	,000	2,333

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,029	,923	,887	,629
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,058	,775	,737	,664

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,611	,511	,927	,894	,915
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,795	,486	,728
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	8,794	,000	33,757
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	103,974	68,437	147,226

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,033	,000	,065	,781
Independence model	,101	,082	,120	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	128,794	135,794	212,174	241,174
Saturated model	182,000	203,966	443,643	534,643
Independence model	207,974	211,112	245,352	258,352

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	,991	,923	1,183	1,045
Saturated model	1,400	1,400	1,400	1,569
Independence model	1,600	1,326	1,933	1,624

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	150	167
Independence model	72	79

LAMPIRAN 5. REGRESSION WEIGHT**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EN	<---	SMM	,814	,340	2,035	,044	par_11
EH	<---	SMM	1,345	,332	4,751	***	par_12
EM	<---	SMM	,988	,476	3,145	,002	par_13
IP	<---	EN	,342	,750	,992	,323	par_14
IP	<---	EH	1,654	,439	4,508	***	par_15
IP	<---	EM	,342	,382	1,390	,107	par_16
Item1	<---	SMM	1,000				
Item2	<---	SMM	1,224	,480	2,553	,011	par_1
Item3	<---	SMM	,648	,413	1,570	,116	par_2
Item4	<---	SMM	1,387	,570	2,432	,015	par_3
Item5	<---	SMM	1,102	,494	2,233	,026	par_4
Item6	<---	EN	1,000				
Item7	<---	EN	,419	,280	1,497	,134	par_5
Item8	<---	EN	,944	,297	3,173	,002	par_6
Item9	<---	EN	1,149	,342	3,356	***	par_7
Item10	<---	EN	,686	,234	2,934	,003	par_8
Item11	<---	EN	,532	,291	1,828	,068	par_9
Item12	<---	IP	1,000				
Item13	<---	IP	1,305	,430	3,031	,002	par_10

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

			Estimate
EN	<---	SMM	,727
EH	<---	SMM	1,023
EM	<---	SMM	,542
IP	<---	EN	,987
IP	<---	EH	1,004
IP	<---	EM	,323
Item1	<---	SMM	,378
Item2	<---	SMM	,460
Item3	<---	SMM	,220
Item4	<---	SMM	,521

	Estimate
Item5 <--- SMM	,361
Item6 <--- EN	,500
Item7 <--- EN	,171
Item8 <--- EN	,417
Item9 <--- EN	,464
Item10 <--- EN	,360
Item11 <--- EN	,208
Item12 <--- IP	,446
Item13 <--- IP	,474