

LAMPIRAN 1
Matrik Penelitian

MATRIKS PENELITIAN

Variabel	DefinisiKonseptual	DefinisiOperasional	TolakUkur	Indikator	Skala
<i>Brand Ambassador</i>	<i>Brand Ambassador</i> merupakan pemahaman merek dan mempengaruhi tanggapan konsumen dalam hubungannya pengenalan merek (Sadat, 2009:168).	<i>Brand Ambassador</i>	<p><i>Expertise</i></p> <p><i>Trustworthiness</i></p> <p><i>Attractiveness</i></p> <p><i>Power</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyampaian informasi dengan baik 2. <i>Celebrity</i> tidak berlebihan dalam menyampaikan informasi 3. <i>Celebrity</i> memiliki pengetahuan tentang produk 4. Informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Celebrity</i> dapat memberi keyakinan akan produk kepada khalayak 2. Pesan yang disampaikan dapat dipercaya <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Celebrity</i> merupakan artis yang sedang populer 2. <i>Celebrity</i> memiliki penampilan yang menarik <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Celebrity</i> merupakan remaja yang sukses 2. <i>Celebrity</i> 	Likert

				kualitas produk	
MinatBeli	Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk serta banyaknya unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu (Maria, 2018:6)	MinatBeli	<p>Transaksional adalah kecenderungan seseorang untuk membeli produk</p> <p><i>Refrensial</i> Adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain</p> <p><i>Preferensial</i> Adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.</p> <p>Eksploratif Adalah minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatnya dan</p>	<p>1.Respon dengan membeli produk dalam waktu dekat</p> <p>2.Respon dan akan membeli sesuai dengan kebutuhan</p> <p>1. Respon denakanmerefere nsikanprodu kkepadakeluar ga</p> <p>2. Respondenaka nmereferensik anprodukkepa dateman</p> <p>1. Respon dan akan membeli produk karena produk sangat sesuai dengan dirinya</p> <p>2. Respon dan akan membeli produk lain jika terjadi sesuatu dengan produk preferensi.</p> <p>1. Respon dan selalu mencari informasi mengenai produk</p> <p>2. Respon dan selalu mencari promo produk</p>	Likert

			mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.		
--	--	--	---	--	--

LAMPIRAN 2
Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Brand Ambassador

NO	URAIAN	RESPONDEN				
		SS	S	R	TS	STS
1	<i>Expertise</i>					
	Atta Halilintar memberikan penyampaian informasi dengan baik					
	Atta Halilintar tidak berlebihan dalam menyampaikan informasi					
	Atta Halilintar memiliki pengetahuan tentang produk					
	Informasi yang disampaikan oleh Atta Halilintar dapat dipahami dengan mudah					
2	<i>Trustworthiness</i>					
	Atta Halilintar dapat memberi keyakinan akan produk kepada saya					
	Pesan yang disampaikan Atta Halilintar dapat dipercaya					
3	<i>Attractiveness</i>					
	Atta Halilintar merupakan youtuber yang sedang populer					
	Atta Halilintar memiliki penampilan yang menarik					
4	<i>Power</i>					
	Atta Halilintar merupakan remaja yang sukses					
	<i>Atta Halilintar</i> memiliki sikap positif					
	<i>Atta Halilintar</i> selalu menjaga tutur kata dan sopan santun					

Kualitas Produk

NO	URAIAN	RESPONDEN				
		SS	S	R	TS	STS
1	Keistimewaan					
	1. kopi abc susu memiliki manfaat yang sesuai untuk remaja sekarang					
	2. kopi abc susu berkualitas baik					
	3. Pembelian kopi abc susu sangat mudah dan praktis					
2	Kesesuaian					
	Informasi yang didapat sesuai dengan produk					
	Harga produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk					
3	Estetika					
	kopi abc susu yang dijual sudah sesuai dengan kelayakan produk					
	Bentuk kemasan produk lebih simple berbeda dengan produk lain					
4	Kualitas yang Dipersepsikan					
	Saya tidak merasakan keluhan selama mengonsumsi produk					
	Informasi produk sesuai dengan kualitas produk					

Minat Beli

NO	URAIAN	RESPONDEN				
		SS	S	R	TS	STS
1	Transaksional					
	saya akan membeli kopi abc susu minggu ini					
	Saya membeli produk karena menjadi kebutuhan sehari-hari mengkonsumsi produk					
2	referensial					
	saya akan mereferensikan kopi abc kepada keluarga					
	saya akan mereferensikan kopi abc susu kepada teman					
3	Preferensial					
	Produk menjadi favorit saya karena memiliki cita rasa yang pas untuk saya					
	Saya tetap membeli produk meskipun produk lain lebih unggul					
4	Eksploratif					
	saya selalu mencari informasi mengenai kopi abc susu					
	saya selalu mencari promo kopi abc susu					

LAMPIRAN 3

Analisis Regresi Sederhana Brand Ambassador – Minat Beli

Analisis Regresi Sederhana Brand Ambassador – Minat Beli

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TotalBA ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: TotalMB
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,616 ^a	,380	,374	5,324

- a. Predictors: (Constant), TotalBA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1701,388	1	1701,388	60,030	,000 ^b
	Residual	2777,522	98	28,342		
	Total	4478,910	99			

- a. Dependent Variable: TotalMB
 b. Predictors: (Constant), TotalBA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,590	2,620		1,370	,174
	TotalBA	,545	,070	,616	7,748	,000

- a. Dependent Variable: TotalMB

Analisis Regresi Sederhana Kualitas Produk – Minat Beli

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TotalKP ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TotalMB

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,621 ^a	,386	,380	5,297

a. Predictors: (Constant), TotalKP

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1728,887	1	1728,887	61,611	,000 ^b
	Residual	2750,023	98	28,061		
	Total	4478,910	99			

a. Dependent Variable: TotalMB

b. Predictors: (Constant), TotalKP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,566	3,359		-,764	,447
	TotalKP	,797	,102	,621	7,849	,000

a. Dependent Variable: TotalMB

Analisis Regresi Berganda X1 X2 – Y

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	TotalKP, TotalBA ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: TotalMB
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,683 ^a	,467	,456	4,961

- a. Predictors: (Constant), TotalKP, TotalBA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2091,452	2	1045,726	42,487	,000 ^b
	Residual	2387,458	97	24,613		
	Total	4478,910	99			

- a. Dependent Variable: TotalMB
 b. Predictors: (Constant), TotalKP, TotalBA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,576	3,189		-1,435	,155
	TotalBA	,328	,085	,370	3,838	,000
	TotalKP	,493	,124	,384	3,981	,000

- a. Dependent Variable: TotalMB

LAMPIRAN 4

Analisis Regresi Sederhana Kualitas Produk – Minat Beli

LAMPIRAN 5

Analisis Regresi Berganda X1 X2 – Y