

LAMPIRAN



Lampiran 1 Surat Edaran

Kepada Yth.

Bapak/IBU/Sdr Responden

Ditempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan tugas penyelesaian karya ilmiah/skripsi, maka saya:

Nama : Cerlin Safitri Helya Ananti

Status : Mahasiswa Program Sarjana (S1)

Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner berikut (terlampir) yang berkaitan dengan penelitian **Analisis Penggunaan Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Untuk Membangun Purchase Intention melalui Brand Image Produk Kecantikan Pond's**. Adapun semua informasi yang terkumpul melalui kuesioner ini hanya akan saya gunakan untuk kepentingan akademis semata. Akhir kata saya ucapkan terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 24 Januari 2020

Mengetahui,

Hormat Kami,

Dosen Pembimbing

(Drs. H. Noor Kholis, MM)

(Cerlin Safitri Helya Ananti)

Lampiran 2 Lembar Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

Analisis Penggunaan Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Dalam Membangun *Purchase Intention* melalui *Brand Image*

Berkaitan dengan penelitian saya mengenai daya tarik iklan, *celebrity endorser*, *brand image*, dan *purchase intention* memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan pendapat dengan mengisi angket berikut, yang dijamin kerahasiannya.

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah. Terimakasih saya sampaikan atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara telah meluangkan waktu untuk mengisi angket ini.

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : (Laki-Laki / Perempuan)
*Coret yang tidak perlu
3. Umur :

4. Jenis Produk Pond's yang Anda gunakan?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| a. Facial Foam/Sabun Muka | c. Pelembab Wajah |
| b. BB Cream | d. Pembersih Wajah |

5. Sudah berapa lama Anda menggunakan produk Pond's?

Jawab :bulan /tahun

6. Kapan Anda terakhir kali menonton iklan TV / social media lainnya terkait iklan produk kecantikan Pond's ?

- Seminggu yang lalu
- Dua minggu yang lalu
- Tiga minggu yang lalu
- Empat minggu yang lalu
- Lain-lain.....

7. Apa yang paling berkesan bagi Anda terkait iklan tersebut?

- Bintang iklan
- Isi pesan iklan
- Hasil yang dijanjikan dari menggunakan produk tersebut
- Lain-lain.....

8. Pesan apa yang paling Anda ingat dari iklan Pond's?

Jawab :

II. Petunjuk Pengisian

Mohon mengisi kuesioner ini dengan cara check list (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara merasa benar pada kolom lembar berikut, yaitu dengan memilih alternative jawaban yang tersedia. Terdapat lima alternative jawaban yaitu:

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Netral = 3

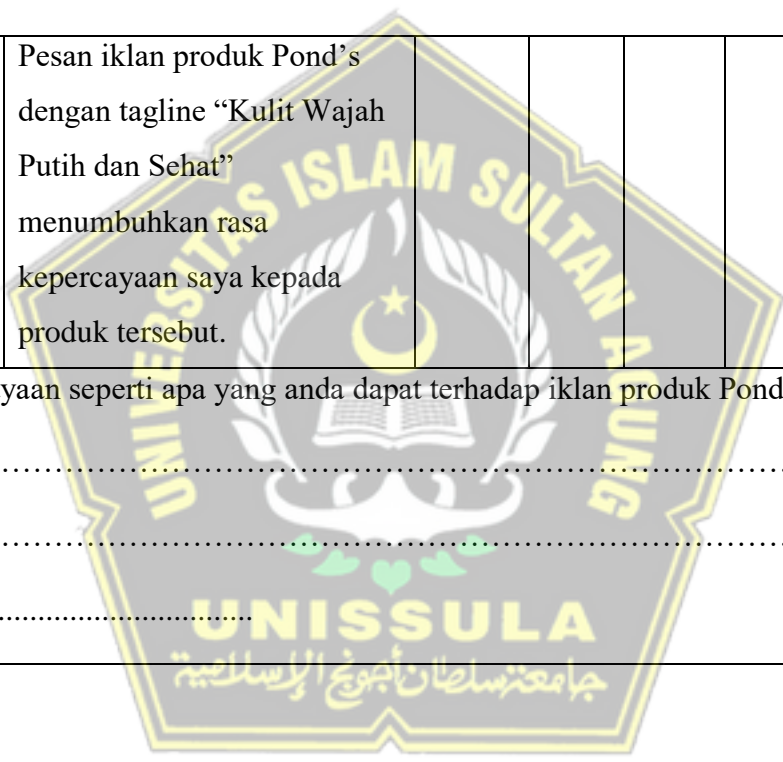
Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

A. Daya Tarik Iklan

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pesan yang disampaikan pada iklan produk Pond's memiliki makna/menunjukkan manfaat yang menarik bagi saya.					
Makna/manfaat apa yang anda peroleh dari pesan iklan produk Pond's?						
.....						
.....						
.....						
2.	Menurut saya iklan produk Pond's memiliki ciri khas tersendiri yang menarik,					

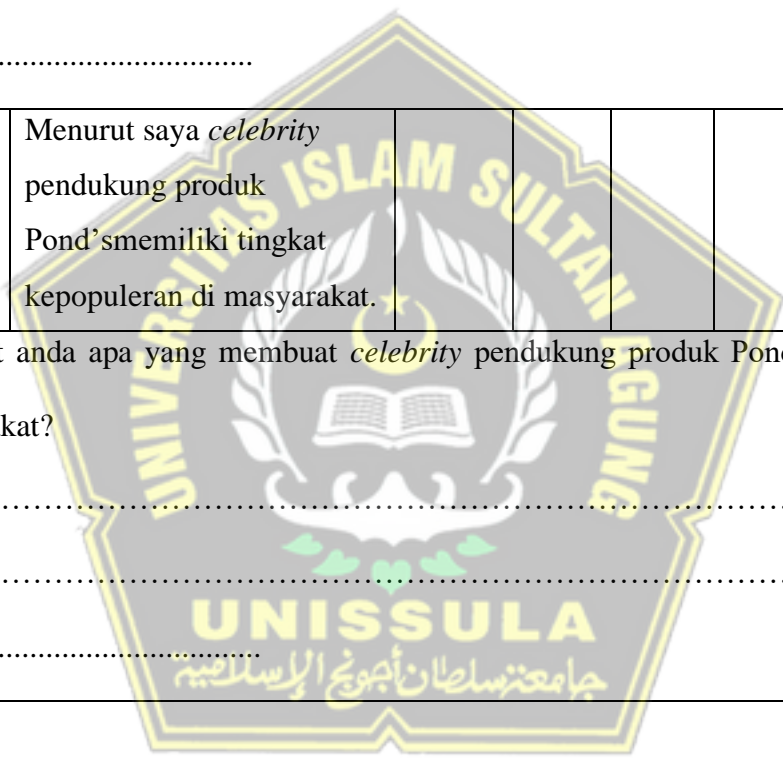
	<p>kreatif dan berbeda dengan produk lain.</p>					
<p>Ciri khas seperti apa yang ada pada iklan produk Pond's?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>						
3.	<p>Pesan iklan produk Pond's dengan tagline "Kulit Wajah Putih dan Sehat" menumbuhkan rasa kepercayaan saya kepada produk tersebut.</p>					
<p>Kepercayaan seperti apa yang anda dapat terhadap iklan produk Pond's?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>						



B. Celebrity Endorser

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	<i>Celebrity</i> pendukung produk Pond's menurut saya memiliki penampilan yang menarik.					
<p>Celebrity pendukung produk Pond's memiliki penampilan yang seperti apa yang menarik bagi anda?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>						
2.	Menurut saya <i>celebrity</i> pendukung produk Pond's memiliki keahlian/karir yang mendukung.					
<p>Keahlian/karir yang seperti apa yang membuatnya layak sebagai <i>celebrity</i> pendukung produk Pond's?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>						
3.	Menurut saya <i>celebrity</i> pendukung produk Pond's memiliki integritas dan dapat dipercaya sebagai					

	pendukung produk tersebut.					
Menurut anda celebrity pendukung produk Pond's memiliki integritas yang seperti apa sehingga dapat dipercaya?						
5.	Menurut saya <i>celebrity</i> pendukung produk Pond's memiliki tingkat kepopuleran di masyarakat.					
Menurut anda apa yang membuat <i>celebrity</i> pendukung produk Pond's populer di masyarakat?						



C. Brand Image

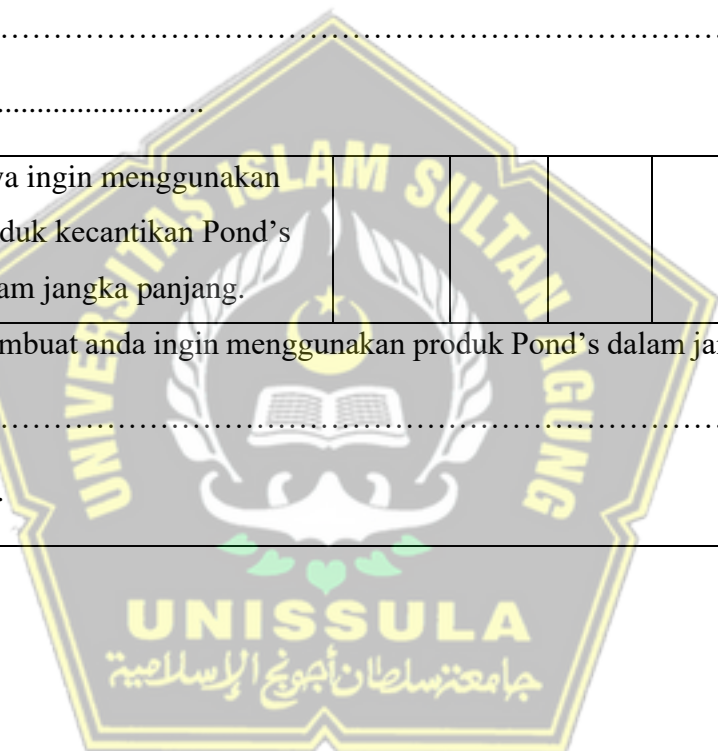
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya merek Pond's unggul dibanding merek yang lain.					
Menurut anda keunggulan yang seperti apa yang ada pada produk Pond's?						
.....						
.....						
2.	Menurut saya merek Pond's memiliki keunikan tersendiri disbanding merek yang lain.					
Menurut anda keunikan seperti apa yang ada pada produk Pond's?						
.....						
.....						
3.	Menurut saya merek Pond's memiliki kekuatan yang tinggi dibenak saya.					
Menurut anda kekuatan seperti apa yang ada pada produk Pond's?						

.....
.....
.....

D. Purchase Intention

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu memperhatikan perkembangan produk Pond's.					
Apa yang membuat anda tertarik pada perkembangan produk Pond's?						
2.	Saya tertarik untuk mencari informasi yang mendalam mengenai produk Pond's					
Apa yang membuat anda tertarik untuk mencari informasi mendalam mengenai produk Pond's?						

3.	Saya ingin membeli dan mengonsumsi produk Pond's dibandingkan merek kosmetik lain.					
<p>Apa yang membuat anda ingin membeli dan mengonsumsi produk Pond's?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>						
4.	Saya ingin menggunakan produk kecantikan Pond's dalam jangka panjang.					
<p>Apa yang membuat anda ingin menggunakan produk Pond's dalam jangka panjang?</p> <p>.....</p> <p>.....</p>						

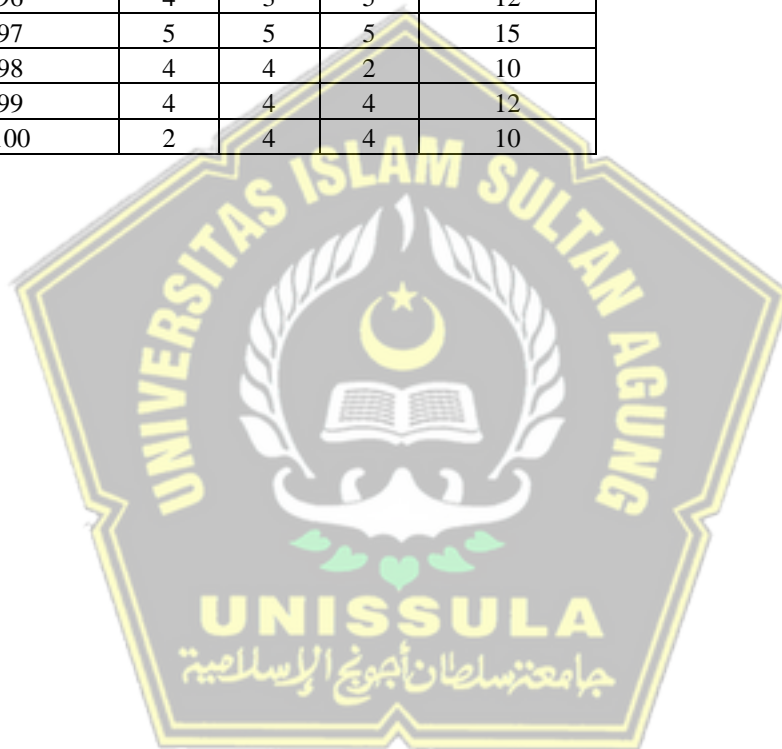


Lampiran 3 Tabulasi Data

Daya Tarik Iklan (X1)				
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1Total
1	5	4	5	14
2	5	4	5	14
3	4	4	4	12
4	5	4	5	14
5	5	5	5	15
6	4	4	4	12
7	4	2	5	11
8	3	5	5	13
9	2	5	5	12
10	3	5	5	13
11	5	4	5	14
12	4	4	4	12
13	5	4	5	14
14	5	5	4	14
15	4	5	4	13
16	4	5	5	14
17	4	4	4	12
18	4	5	4	13
19	4	4	4	12
20	5	5	5	15
21	5	4	4	13
22	3	4	5	12
23	4	4	3	11
24	4	5	4	13
25	3	4	4	11
26	4	4	3	11
27	5	5	5	15
28	3	4	3	10
29	4	4	4	12
30	4	3	4	11
31	4	4	3	11
32	3	5	2	10
33	5	5	5	15
34	5	2	5	12
35	4	4	4	12
36	5	4	5	14
37	4	5	5	14
38	4	4	4	12
39	4	3	3	10
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12

42	5	5	5	15
43	3	4	5	12
44	4	3	5	12
45	3	4	4	11
46	4	4	5	13
47	4	4	4	12
48	2	5	5	12
49	5	4	5	14
50	5	5	5	15
51	4	4	3	11
52	5	4	4	13
53	4	5	5	14
54	4	4	4	12
55	4	5	5	14
56	4	5	4	13
57	3	4	5	12
58	4	3	4	11
59	4	5	5	14
60	4	4	5	13
61	4	4	4	12
62	4	5	5	14
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	3	4	4	11
66	4	4	5	13
67	4	5	5	14
68	4	4	4	12
69	5	5	5	15
70	4	5	4	13
71	4	5	5	14
72	4	5	4	13
73	4	5	5	14
74	3	5	4	12
75	5	4	4	13
76	4	3	5	12
77	5	5	5	15
78	4	4	4	12
79	4	4	2	10
80	4	5	4	13
81	5	4	5	14
82	5	4	5	14
83	4	4	4	12
84	2	4	4	10
85	4	4	4	12

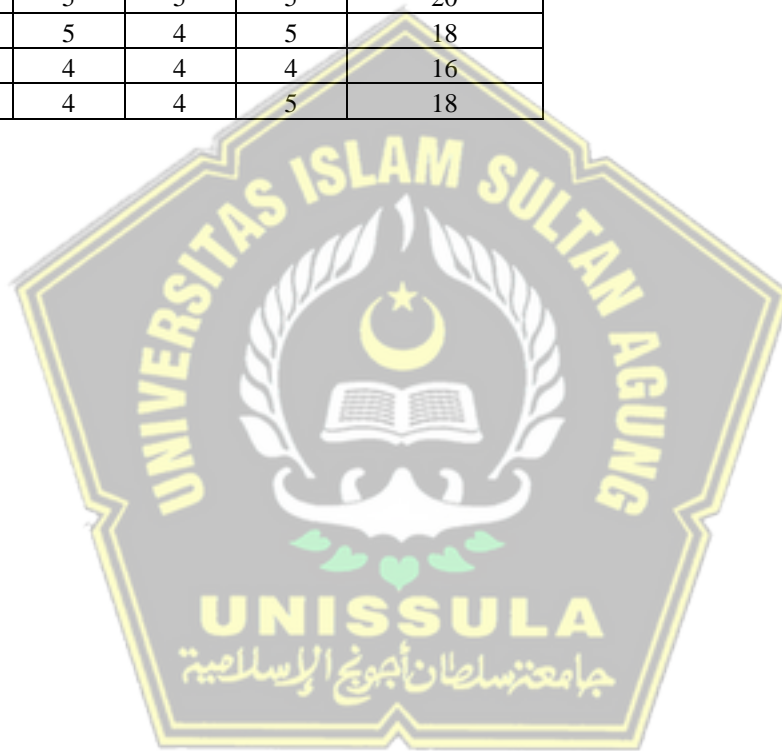
86	5	5	4	14
87	5	5	5	15
88	4	4	4	12
89	5	5	4	14
90	4	5	5	14
91	4	4	4	12
92	4	4	3	11
93	4	5	5	14
94	4	4	4	12
95	4	4	4	12
96	4	3	5	12
97	5	5	5	15
98	4	4	2	10
99	4	4	4	12
100	2	4	4	10



Celebrity Endorser (X2)				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2 Total
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	3	5	2	14
5	4	4	2	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
5	5	4	5	19
4	4	3	5	16
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	3	5	3	15
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
4	2	2	4	12
3	4	2	3	12
5	3	5	5	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	4	3	16
5	1	5	5	16
2	4	4	4	14
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	2	4	4	14
2	3	4	4	13
4	4	4	4	16
3	5	4	4	16
5	5	5	5	20

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	2	2	4	12
4	4	2	2	12
4	4	4	3	15
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	3	2	4	14
4	4	4	4	16
2	4	4	4	14
4	2	4	2	12
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	3	4	4	15
4	3	5	5	17
4	4	3	4	15
4	4	4	5	17
1	4	5	4	14
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
4	4	3	4	15
4	4	2	3	13
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19

5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
4	2	5	4	15
4	2	5	2	13
2	4	4	2	12
4	3	2	2	11
2	2	4	2	10
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18



Brand Image (Y1)			
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1 Total
4	5	5	14
5	4	5	14
4	4	5	13
5	5	5	15
4	4	5	13
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	4	14
4	4	4	12
4	5	4	13
5	5	5	15
3	5	4	12
4	4	5	13
4	5	5	14
3	3	4	10
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	5	13
2	4	4	10
5	5	5	15
5	5	2	12
4	4	3	11
3	2	5	10
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	5	2	11
4	4	4	12
4	3	4	11
5	2	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
5	5	4	14
4	4	4	12
5	4	2	11
4	4	4	12
5	5	2	12
5	5	5	15

4	4	4	12
2	5	5	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	2	10
4	4	2	10
4	5	4	13
5	5	5	15
2	4	4	10
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	2	10
4	5	5	14
5	4	4	13
5	3	4	12
4	5	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	3	11
4	5	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	4	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
4	2	4	10
4	5	4	13
4	5	2	11
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	5	13
5	4	5	14

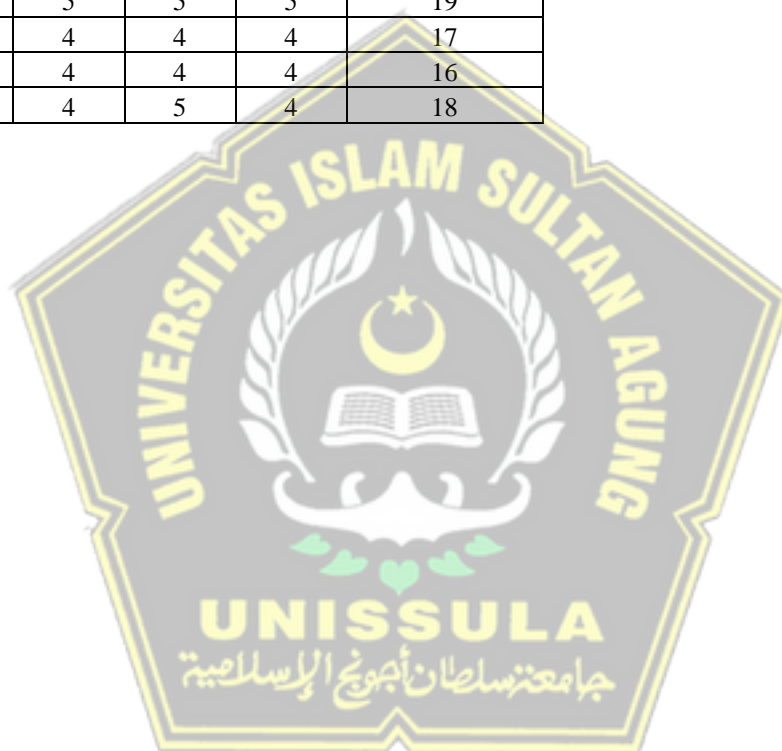
5	5	5	15
4	4	4	12
4	5	5	14
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	5	13
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	4	13



Purchase Intention (Y2)				
Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2 Total
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
5	4	2	5	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	5	4	5	18
4	5	4	4	17
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
3	4	5	4	16
4	5	4	4	17
4	4	5	3	16
4	5	4	4	17
3	5	4	4	16
5	5	5	5	20
5	3	5	5	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	3	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
2	5	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	4	4	3	13
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
5	2	4	4	15
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19
5	4	4	2	15
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	5	2	17
4	4	4	4	16
4	2	4	4	14
1	4	4	4	13
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	2	4	4	14
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
4	4	2	4	14
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	2	5	5	17
5	5	4	4	18
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18

4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
4	5	4	4	17
5	4	3	4	16
4	5	5	5	19
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18



Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

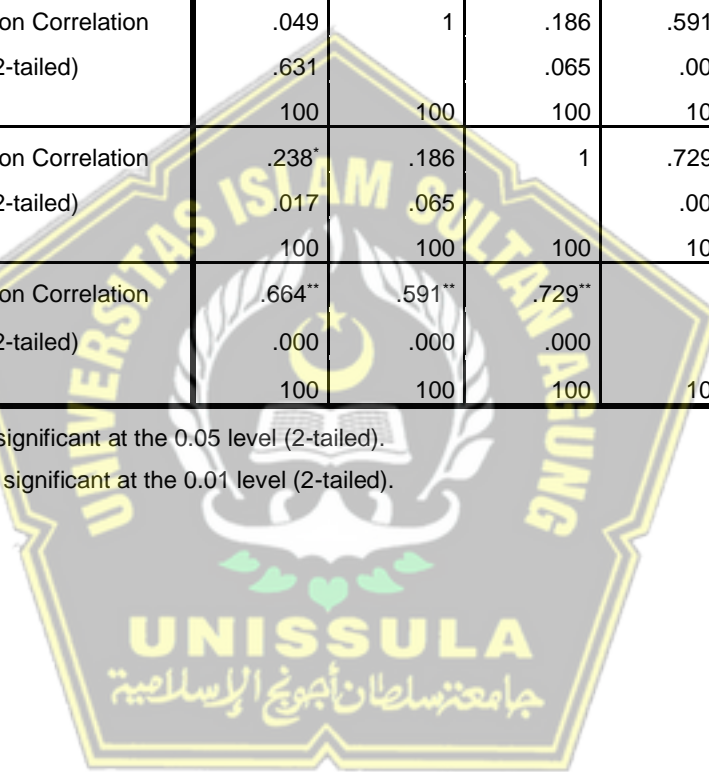
Variabel Daya Tarik Iklan (X₁)

Correlations

		I1.1	I1.2	I1.3	I1.total
I1.1	Pearson Correlation	1	.049	.238*	.664**
	Sig. (2-tailed)		.631	.017	.000
	N	100	100	100	100
I1.2	Pearson Correlation	.049	1	.186	.591**
	Sig. (2-tailed)	.631		.065	.000
	N	100	100	100	100
I1.3	Pearson Correlation	.238*	.186	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.017	.065		.000
	N	100	100	100	100
I1.total	Pearson Correlation	.664**	.591**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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



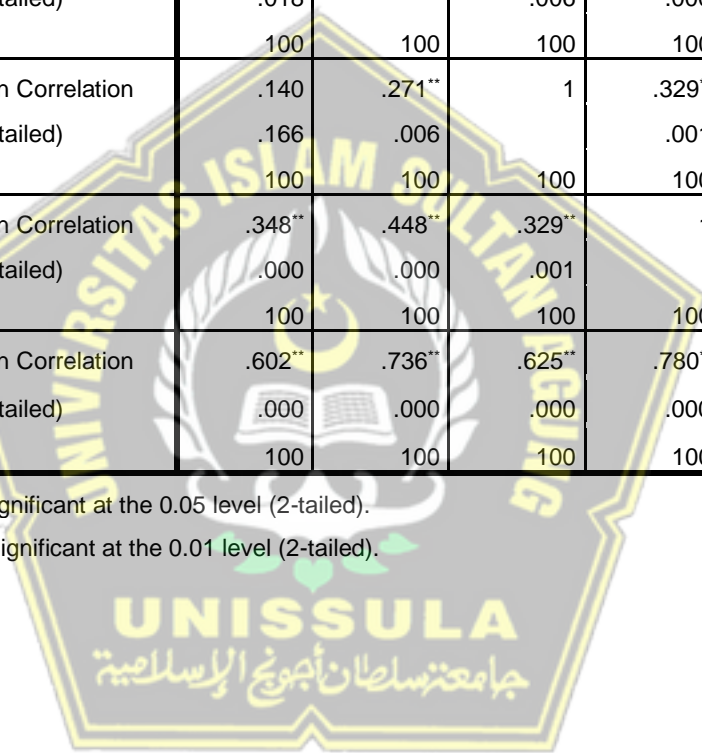
Variabel *Celebrity Endorser* (X_2)

Correlations

		I2.1	I2.2	I2.3	I2.4	I2.total
I2.1	Pearson Correlation	1	.235*	.140	.348**	.602**
	Sig. (2-tailed)		.018	.166	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
I2.2	Pearson Correlation	.235*	1	.271**	.448**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.018		.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
I2.3	Pearson Correlation	.140	.271**	1	.329**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.166	.006		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
I2.4	Pearson Correlation	.348**	.448**	.329**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
I2.total	Pearson Correlation	.602**	.736**	.625**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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



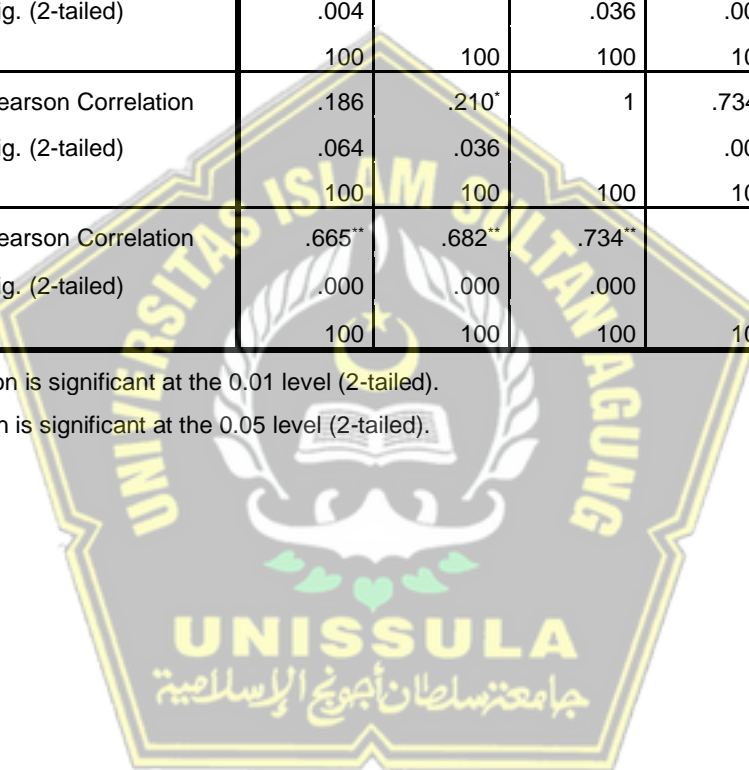
Variabel *Brand Image* (Y₁)

Correlations

		I3.1	I3.2	I3.3	I3.total
I3.1	Pearson Correlation	1	.287**	.186	.665**
	Sig. (2-tailed)		.004	.064	.000
	N	100	100	100	100
I3.2	Pearson Correlation	.287**	1	.210*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.004		.036	.000
	N	100	100	100	100
I3.3	Pearson Correlation	.186	.210*	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.064	.036		.000
	N	100	100	100	100
I3.total	Pearson Correlation	.665**	.682**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

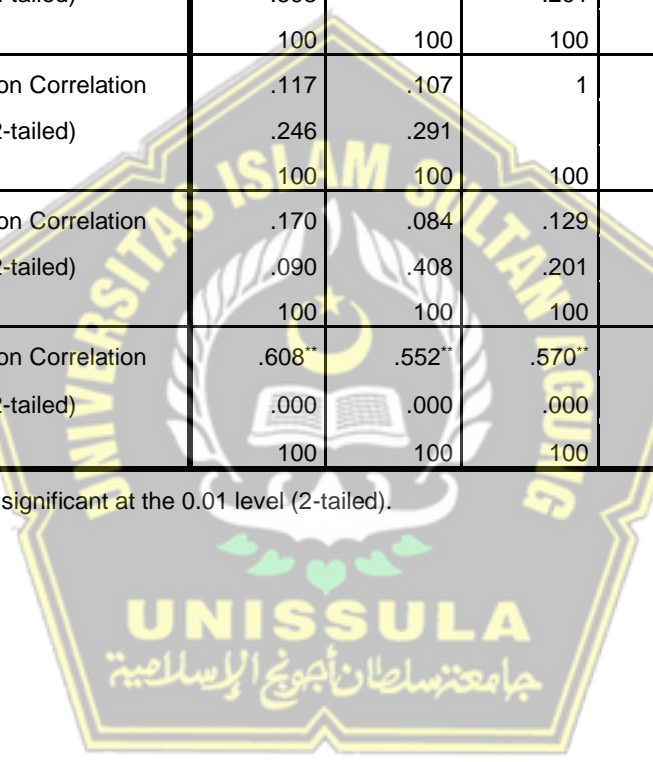
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Variabel *Purchase Intention* (Y₂)

		Correlations				
		I4.1	I4.2	I4.3	I4.4	I4.total
I4.1	Pearson Correlation	1	.054	.117	.170	.608**
	Sig. (2-tailed)		.593	.246	.090	.000
	N	100	100	100	100	100
I4.2	Pearson Correlation	.054	1	.107	.084	.552**
	Sig. (2-tailed)	.593		.291	.408	.000
	N	100	100	100	100	100
I4.3	Pearson Correlation	.117	.107	1	.129	.570**
	Sig. (2-tailed)	.246	.291		.201	.000
	N	100	100	100	100	100
I4.4	Pearson Correlation	.170	.084	.129	1	.575**
	Sig. (2-tailed)	.090	.408	.201		.000
	N	100	100	100	100	100
I4.total	Pearson Correlation	.608**	.552**	.570**	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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



Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Variabel Daya Tarik Iklan (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.747	4

Variabel *Celebrity Endorser* (X_2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.773	5

Variabel *Brand Image* (Y₁)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	4

Variabel *Purchase Intention* (Y₂)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	5

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Model Regresi 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05671367
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.630
Asymp. Sig. (2-tailed)		.822

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Model Regresi 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98841817
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.765
Asymp. Sig. (2-tailed)		.602

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Model Regresi 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.409	.998		2.413	.018		
Daya Tarik Iklan	.504	.092	.465	5.476	.000	.666	1.502
Celebrity Endorser	.240	.057	.355	4.184	.000	.666	1.502

a. Dependent Variable: Brand Image

Model Regresi 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.950	.966		7.192	.000		
Daya Tarik Iklan	.152	.099	.148	1.534	.128	.509	1.966
Celebrity Endorser	.122	.059	.191	2.084	.040	.564	1.773
Brand Image	.462	.095	.488	4.837	.000	.466	2.145

a. Dependent Variable: Purchase Intention

Uji Heterokedastisitas (Glestjer)

Model Regresi 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.225	.613		3.632	.000
	Daya Tarik Iklan	-.075	.056	-.161	-1.330	.187
	Celebrity Endorser	-.027	.035	-.095	-.781	.437

a. Dependent Variable: Abs_res

Model Regresi 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.829	.728		1.139	.258
	Celebrity Endorser	-.071	.036	-.257	-1.951	.054
	Brand Image	-.007	.062	-.016	-.107	.915
	Purchase Intention	.070	.063	.163	1.118	.266

a. Dependent Variable: Abs_res2

Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Model Regresi 1

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.409	.998		2.413	.018
	Daya Tarik Iklan	.504	.092	.465	5.476	.000
	Celebrity Endorser	.240	.057	.355	4.184	.000

a. Dependent Variable: Brand Image

Model Regresi 2

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.950	.966		7.192	.000
	Daya Tarik Iklan	.152	.099	.148	1.534	.128
	Celebrity Endorser	.122	.059	.191	2.084	.040
	Brand Image	.462	.095	.488	4.837	.000

a. Dependent Variable: Purchase Intention

Lampiran 8 Uji F

Model Regresi 1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126.612	2	63.306	55.548	.000 ^a
	Residual	110.548	97	1.140		
	Total	237.160	99			

a. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan

b. Dependent Variable: Brand Image

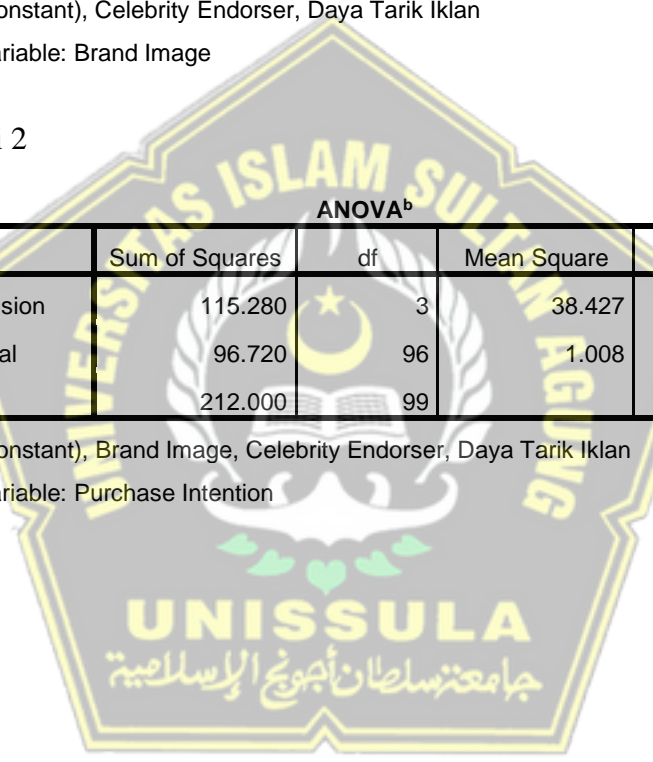
Model Regresi 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.280	3	38.427	38.141	.000 ^a
	Residual	96.720	96	1.008		
	Total	212.000	99			

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan

b. Dependent Variable: Purchase Intention



Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi

Model Regresi 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.534	.524	1.068

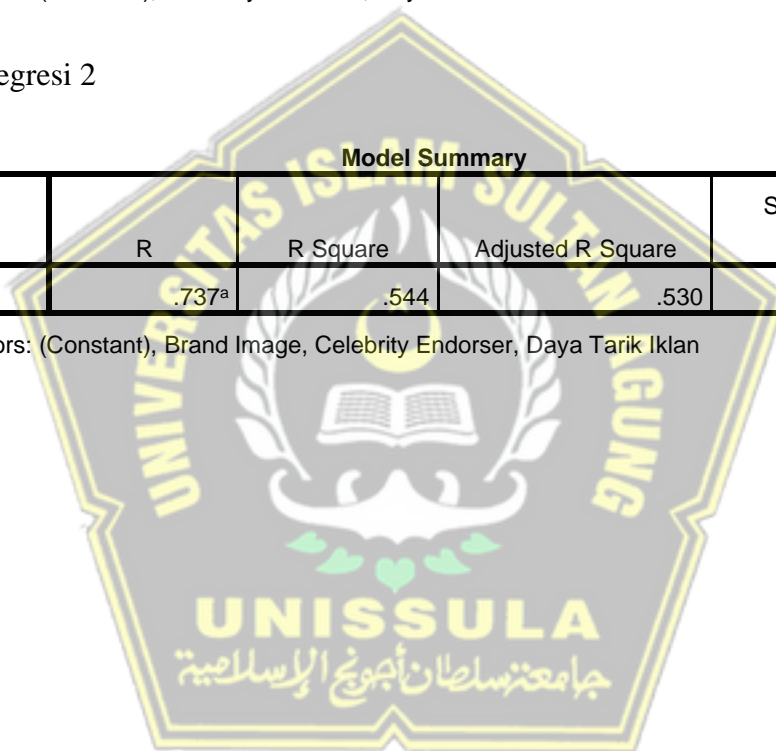
a. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan

Model Regresi 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.530	1.004

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan



Lampiran 10 Uji Sobel

Uji Sobel 1

A: ?
 B: ?
 SE_A: ?
 SE_B: ?

Sobel test statistic: **3.60277563**
 One-tailed probability: **0.00015742**
 Two-tailed probability: **0.00031484**

Uji Sobel 2

A: ?
 B: ?
 SE_A: ?
 SE_B: ?

Sobel test statistic: **3.96283369**
 One-tailed probability: **0.00003703**
 Two-tailed probability: **0.00007407**