

LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuesioner

PENGANTAR KUESIONER

Yth. Bapak / Ibu / Saudara

Di tempat

Dengan ini saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara agar meluangkan waktu sejenak untuk mengisi daftar pernyataan untuk kesiapan penyusunan skripsi secara sukarela, jujur dan benar. Pernyataan ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana Bapak/Ibu/Saudara mengambil keputusan melakukan pembelian produk melalui e-commerce Shopee di Planetbags.id.

Penelitian ini hanya untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan dipublikasikan, sehingga saya akan menjamin kerahasiaan dari semua pendapat/opini atau komentar yang Bapak/Ibu/Saudara berikan. Oleh karena itu besar harapan saya Bapak/Ibu/Saudara berkenan mengisi semua pernyataan dalam kuesioner ini.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara, saya mengucapkan terima kasih.

Semarang, 20 Oktober 2020

Hormat Saya

Rinda Mega Anugrah

DAFTAR PERNYATAAN

No. Responden :

Tanggal Pengisian :

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :tahun
3. Jenis kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Tingkat pendidikan :
 - a. SD/SLTP
 - b. SLTA
 - c. DIII
 - d. S1/ S2
5. Pekerjaan :
 - a. PNS/ABRI
 - b. Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Lain – lain

PETUNJUK PENGISIAN

Beri jawaban atas pernyataan dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang ada, yaitu dengan skor 1 sampai dengan 5 untuk setiap pernyataan

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Kurang Setuju (KS)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Brand Image

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Produk yang ditawarkan Planetbags.id di Shopee mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan produk <i>e-commerce</i> lain.					
2	Kualitas produk yang ditawarkan mempunyai keunggulan yang lebih baik dibandingkan produk <i>e-commerce</i> lain.					
3.	Saya memilih belanja produk Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee karena gratis ongkos kirim.					
4	Produk Planetbags.id yang dijual di <i>e-commerce</i> Shopee menyediakan banyak pilihan dan variasi produk yang lebih lengkap dan <i>up-to-date</i> dibandingkan di <i>e-commerce</i> lain.					
5	Produk Planetbags.id yang dijual di aplikasi Shopee mempunyai citra yang positif karena adanya fitur penilaian belanja yang unik dan berbeda dari yang lain.					
Bagaimana pengalaman Anda mengenai berbelanja di <i>e-commerce</i> Shopee Planetbags.id :						

Fashion Involvement

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memiliki satu atau lebih produk Planetbags.id dengan model terbaru.					
2	Saya membeli produk Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee karena selalu <i>update</i> mengenai <i>fashion</i> terbaru.					
3.	Saya lebih percaya diri dengan mengenakan produk <i>fashion</i> terbaru karena <i>fashion</i> yang saya gunakan dapat menunjukkan karakteristik diri saya.					

4	Saya selalu mengikuti informasi tentang <i>fashion</i> model terbaru.					
Bagaimana pendapat Anda mengenai keterlibatan produk Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee terhadap perkembangan <i>fashion</i> :						
.....						
.....						
.....						

Kepercayaan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya percaya pihak Planetbags.id selalu mengutamakan keterusterangan dalam menjual barang dagangannya.					
2	Saya merasa aman dan nyaman berbelanja produk Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee karena memiliki jaminan kepuasan pelanggan yang baik karena adanya fitur pengembalian barang atas komplain pesanan yang dilakukan.					
3.	Saya yakin informasi yang diberikan Planetbags.id dapat dipercaya dan tidak akan mengecewakan konsumennya.					
Bagaimana pendapat Anda mengenai kepercayaan yang anda miliki terhadap produk Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee :						
.....						
.....						
.....						

Purchase Intention

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya membaca deksripsi terlebih dahulu dan mencari informasi melalui review pembeli sebelum memutuskan untuk membeli produk Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee.					
2	Produk yang ditawarkan Planetbags.id di <i>e-</i>					

	<i>commerce</i> Shopee selalu berkualitas dan pelayanan dalam merespon pembeli yang baik dan cepat.					
3.	Saya selalu tertarik berbelanja produk <i>fashion</i> dari Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee karena produknya yang selalu terbaru dan stoknya yang terbatas.					
<p>Bagaimana pendapat Anda mengenai keinginan untuk melakukan pembelian produk Planetbags.id di <i>e-commerce</i> Shopee :</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>						



Lampiran 2 Hasil Perolehan Kuesioner

Perolehan Kuesioner

Res	Brand Image						Fashion Involvement					Kepercayaan				Purchase Intention			
	1	2	3	4	5	Jml	1	2	3	4	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	Jml
1	3	4	4	5	5	21	4	3	4	5	16	3	4	4	11	4	4	4	12
2	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	15	3	3	3	9	4	3	3	10
3	5	4	3	3	3	18	5	4	3	3	15	3	3	3	9	3	3	4	10
4	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	18	5	4	4	13	4	5	5	14
5	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	18	4	4	5	13	4	5	5	14
6	5	3	3	3	3	17	3	3	4	4	14	5	4	5	14	3	4	4	11
7	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	4	14	5	5	5	15
8	5	4	4	4	5	22	5	3	5	4	17	4	5	3	12	3	5	5	13
9	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	3	3	10	3	4	4	11
10	5	4	4	5	4	22	4	5	3	5	17	5	3	4	12	4	5	4	13
11	5	5	4	4	4	22	5	5	3	4	17	4	4	4	12	4	4	5	13
12	5	4	4	4	4	21	5	4	4	3	16	4	3	4	11	4	4	4	12
13	4	4	4	3	4	19	3	5	3	4	15	4	3	3	10	3	4	4	11
14	5	5	4	5	5	24	4	5	4	5	18	4	5	4	13	4	5	5	14
15	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	19	4	5	4	13	4	5	5	14
16	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	18	5	3	5	13	5	5	5	15
17	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	14	3	3	3	9	4	3	3	10
18	5	5	5	5	5	25	3	5	3	3	14	3	3	3	9	4	3	3	10
19	4	3	5	4	3	19	3	4	4	4	15	4	3	3	10	4	3	4	11
20	5	4	5	5	5	24	5	4	4	5	18	5	4	5	14	4	5	5	14
21	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	15	4	3	3	10	3	4	4	11
22	5	4	4	4	4	21	4	5	4	3	16	3	5	3	11	4	3	5	12
23	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	15	4	3	3	10	3	4	4	11
24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	4	4	11
25	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	19	4	5	5	14	5	5	5	15
26	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19	5	5	4	14	5	5	5	15
27	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	18	5	4	5	14	5	5	5	15
28	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	19	5	5	4	14	5	5	5	15
29	4	4	4	5	5	22	5	5	4	3	17	5	4	3	12	4	4	5	13
30	4	3	4	4	4	19	4	5	4	3	16	4	3	3	10	4	3	4	11
31	5	5	4	4	4	22	5	5	4	3	17	4	4	4	12	5	4	4	13
32	5	4	4	4	4	21	4	5	4	3	16	5	3	3	11	4	4	4	12
33	5	4	4	4	4	21	5	3	5	3	16	4	3	4	11	3	4	5	12
34	5	4	4	4	5	22	5	3	5	4	17	5	3	4	12	4	4	5	13

Res	Brand Image						Fashion Involvement					Kepercayaan				Purchase Intention			
	1	2	3	4	5	Jml	1	2	3	4	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	Jml
35	3	4	4	4	5	20	5	4	4	3	16	4	3	3	10	3	4	4	11
36	4	5	5	4	5	23	4	5	5	3	17	5	3	4	12	3	5	5	13
37	5	5	4	4	4	22	5	5	4	3	17	4	4	4	12	4	5	4	13
38	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	3	3	5	11	4	4	4	12
39	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	19	5	5	4	14	5	5	5	15
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	5	14	5	5	5	15
41	4	4	5	5	5	23	5	4	5	3	17	5	4	3	12	4	5	4	13
42	4	4	4	4	4	20	5	3	5	3	16	4	3	3	10	4	3	4	11
43	5	4	4	4	5	22	4	3	5	5	17	5	4	3	12	5	4	4	13
44	3	4	4	3	5	19	5	4	4	3	16	4	3	3	10	4	3	4	11
45	5	4	4	4	5	22	5	3	4	5	17	4	4	4	12	5	4	4	13
46	5	4	4	4	4	21	5	5	4	3	17	4	3	4	11	4	4	4	12
47	4	4	4	4	5	21	5	3	5	4	17	5	3	3	11	4	4	4	12
48	3	5	5	4	4	21	5	4	3	5	17	3	4	4	11	3	4	5	12
49	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	4	4	11
50	3	5	4	4	5	21	4	5	5	3	17	4	3	4	11	3	4	5	12
51	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	17	5	3	4	12	3	5	5	13
52	5	4	4	4	4	21	5	4	5	3	17	5	3	3	11	3	5	5	13
53	5	4	4	3	5	21	5	5	4	3	17	5	3	4	12	4	4	5	13
54	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	18	5	3	4	12	5	4	5	14
55	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	19	5	5	4	14	5	5	5	15
56	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	17	4	5	3	12	3	5	5	13
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	4	12
58	5	5	4	4	5	23	5	4	5	4	18	5	3	5	13	5	5	4	14
59	4	4	4	3	3	18	4	5	3	3	15	3	3	3	9	4	3	3	10
60	5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	17	4	5	3	12	5	4	4	13
61	3	4	3	4	3	17	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	3	10
62	4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	18	5	3	5	13	4	5	5	14
63	4	3	3	4	4	18	5	3	4	3	15	3	3	3	9	4	3	3	10
64	5	5	4	4	5	23	4	4	5	5	18	5	3	5	13	4	5	5	14
65	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	17	5	3	4	12	5	4	4	13
66	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	18	5	4	4	13	5	4	5	14
67	5	5	4	4	5	23	5	5	5	3	18	4	4	5	13	4	5	5	14
68	5	5	5	4	4	23	4	5	4	5	18	5	4	4	13	4	5	5	14
69	4	5	5	4	5	23	5	5	4	4	18	5	3	5	13	5	4	5	14
70	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	17	5	3	4	12	3	5	5	13
71	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	19	4	5	5	14	5	5	5	15

Res	Brand Image						Fashion Involvement					Kepercayaan				Purchase Intention			
	1	2	3	4	5	Jml	1	2	3	4	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	Jml
72	4	3	3	3	4	17	4	3	4	3	14	3	3	3	9	3	3	4	10
73	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	4	4	11
74	5	3	3	3	3	17	3	4	3	4	14	3	3	3	9	4	3	3	10
75	4	4	4	5	3	20	5	3	4	4	16	5	3	3	11	4	4	4	12
76	5	5	4	5	4	23	5	5	5	3	18	4	4	5	13	4	5	5	14
77	4	4	4	4	4	20	4	4	5	3	16	5	3	3	11	3	5	4	12
78	3	3	3	4	5	18	4	4	3	4	15	3	3	3	9	3	3	4	10
79	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	5	3	3	11	4	4	4	12
80	4	4	4	4	4	20	3	4	4	5	16	4	3	4	11	3	4	5	12
81	4	4	4	4	4	20	3	4	4	5	16	5	3	3	11	3	4	5	12
82	3	4	4	4	5	20	3	3	5	5	16	3	3	5	11	3	4	5	12
83	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	5	14	5	5	5	15
84	5	4	5	3	3	20	4	4	5	3	16	4	3	4	11	4	4	4	12
85	3	3	3	4	5	18	4	4	4	3	15	3	3	3	9	4	3	3	10
86	3	4	4	3	3	17	4	3	3	4	14	3	3	3	9	4	3	3	10
87	3	5	3	4	4	19	5	4	4	3	16	3	4	3	10	3	5	3	11
88	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	18	4	5	4	13	5	4	5	14
89	3	4	3	4	4	18	5	3	4	3	15	4	3	3	10	3	3	4	10
90	3	5	3	4	3	18	4	5	3	3	15	3	3	4	10	3	5	3	11
91	5	5	4	5	4	23	5	5	3	5	18	4	4	5	13	5	4	5	14
92	4	5	4	4	5	22	5	5	4	3	17	4	3	5	12	4	5	4	13
93	4	4	3	3	5	19	5	3	3	5	16	4	3	3	10	3	4	4	11
94	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	18	4	5	4	13	4	5	5	14
95	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	5	4	5	14	5	5	5	15
96	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	15
97	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	5	15
98	3	3	4	4	3	17	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	5	15
99	4	3	4	3	3	17	5	3	3	3	14	3	3	3	9	4	3	3	10
100	3	4	4	3	3	17	3	3	4	4	14	3	3	3	9	3	3	4	10

NO	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	TINGKAT PENDIDIKAN	PEKERJAAN
1	EW	31	WANITA	S1/S2	SWASTA
2	IM	20	WANITA	SLTA	SWASTA
3	KT	23	WANITA	SLTA	Mahasiswa
4	NP	39	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
5	WF	25	WANITA	DIII	SWASTA
6	BN	30	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
7	MI	28	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
8	EN	21	WANITA	SLTA	SWASTA
9	HS	29	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
10	WD	24	WANITA	SD/SLTP	SWASTA
11	IA	27	WANITA	DIII	PNS / ABRI
12	EN	24	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
13	GS	25	WANITA	DIII	SWASTA
14	EP	32	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
15	CW	22	WANITA	SLTA	SWASTA
16	SP	28	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
17	SV	25	WANITA	S1/S2	freelance
18	AN	30	WANITA	S1/S2	SWASTA
19	DO	22	WANITA	SLTA	SWASTA
20	SO	30	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
21	MS	20	WANITA	SLTA	SWASTA
22	NA	26	WANITA	S1/S2	SWASTA
23	SC	20	WANITA	SLTA	SWASTA
24	PP	32	WANITA	DIII	SWASTA
25	VS	31	WANITA	S1/S2	SWASTA
26	FAV	33	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
27	R	22	WANITA	S1/S2	SWASTA
28	D	21	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
29	J	43	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
30	PH	32	PRIA	S1/S2	SWASTA
31	E	30	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
32	PDA	24	PRIA	SLTA	SWASTA
33	CH	33	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
34	EC	27	PRIA	DIII	photographer
35	Y	29	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA

36	RP	22	PRIA	SLTA	SWASTA
37	AAS	30	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
38	R	26	WANITA	SLTA	SWASTA
39	W	24	WANITA	S1/S2	BUMN
40	RP	34	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
41	NR	24	WANITA	SLTA	SWASTA
42	T	34	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
43	Indri	23	WANITA	SLTA	SWASTA
44	ANT	34	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
45	IA	38	PRIA	S1/S2	SWASTA
46	J	23	WANITA	SLTA	Mahasiswa
47	II	33	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
48	R	29	WANITA	SLTA	SWASTA
49	DR	33	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
50	A	23	WANITA	SLTA	SWASTA
51	H	34	PRIA	S1/S2	SWASTA
52	MM	32	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
53	RB	28	PRIA	S1/S2	WIRASWASTA
54	M	27	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
55	RR	25	WANITA	SLTA	SWASTA
56	YS	29	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
57	SZ	36	WANITA	DIII	WIRASWASTA
58	YH	20	WANITA	SLTA	SWASTA
59	R	24	WANITA	S1/S2	SWASTA
60	DY	29	WANITA	DIII	SWASTA
61	NEY	31	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
62	F	24	WANITA	S1/S2	SWASTA
63	J	23	WANITA	S1/S2	SWASTA
64	PM	32	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
65	I	32	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
66	C	27	PRIA	S1/S2	WIRASWASTA
67	CN	32	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
68	RT	23	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
69	N	26	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
70	SB	23	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
71	RAA	25	WANITA	S1/S2	SWASTA
72	NN	26	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
73	A	27	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA

74	DJ	25	WANITA	DIII	SWASTA
75	H	24	WANITA	S1/S2	SWASTA
76	A	25	PRIA	S1/S2	WIRASWASTA
77	APD	32	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
78	MZN	25	PRIA	S1/S2	SWASTA
79	A	27	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
80	AS	25	PRIA	S1/S2	SWASTA
81	AP	28	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
82	T	35	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
83	SGP	31	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
84	AS	36	PRIA	S1/S2	PNS / ABRI
85	KN	33	WANITA	S1/S2	SWASTA
86	PM	37	WANITA	S1/S2	SWASTA
87	MI	28	WANITA	S1/S2	SWASTA
88	WY	32	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
89	NA	29	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA
90	IP	33	WANITA	S1/S2	SWASTA
91	TS	23	WANITA	S1/S2	SWASTA
92	RSF	34	WANITA	S1/S2	SWASTA
93	PHK	43	WANITA	S1/S2	PNS / ABRI
94	NA	36	WANITA	S1/S2	Ibu Rumah Tangga
95	IMC	28	WANITA	DIII	WIRASWASTA
96	K	23	WANITA	S1/S2	SWASTA
97	AN	25	PRIA	S1/S2	MAHASISWA
98	SN	33	WANITA	S1/S2	MAHASISWI
99	L	27	PRIA	SLTA	SWASTA
100	LC	27	WANITA	S1/S2	WIRASWASTA

Lampiran 3 Deskripsi Frekuensi

Karakteristik Responden

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	14	14.0	14.0	14.0
	perempuan	86	86.0	86.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang dari 21	6	6.0	6.0	6.0
	21 - 30	58	58.0	58.0	64.0
	lebih dari 30	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/SLTP	1	1.0	1.0	1.0
	SMA	18	18.0	18.0	19.0
	DIII	9	9.0	9.0	28.0
	S1 / S2	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS / ABRI	12	12.0	12.0	12.0
	swasta	44	44.0	44.0	56.0
	wiraswasta	36	36.0	36.0	92.0
	lain - lain	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sebaran Jawaban Kuesioner

Brand Image

Jawaban	Brand Image				
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5
1	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0
3	15	14	15	16	13
4	33	49	56	58	41
5	52	37	29	26	46
Rata-rata	4,37	4,23	4,14	4,1	4,33

Fashion Involvement

jawaban	Fashion Involvement			
	item 1	item 2	item 3	item 4
1	0	0	0	0
2	0	0	0	0
3	10	19	18	34
4	33	39	51	39
5	57	42	31	27
Rata-rata	4,47	4,23	4,13	3,93

Kepercayaan

jawaban	Kepercayaan		
	item 1	item 2	item 3
1	0	0	0
2	0	0	0
3	22	59	43
4	40	23	35
5	38	18	22
Rata-rata	4,16	3,59	3,79

Purchase Intention

Jawaban	Purchase Intention		
	item 1	item 2	item 3
1	0	0	0
2	0	0	0
3	30	20	12
4	44	40	40
5	26	40	48
Rata-rata	3,96	4,2	4,36

Lampiran 4 Uji Validitas

Uji Validitas Brand Image

Correlations

		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	TOTBI
BI1	Pearson Correlation	1	.314**	.398**	.284**	.213*	.644**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.004	.033	.000
	N	100	100	100	100	100	100
BI2	Pearson Correlation	.314**	1	.497**	.386**	.371**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
BI3	Pearson Correlation	.398**	.497**	1	.496**	.342**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
BI4	Pearson Correlation	.284**	.386**	.496**	1	.376**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
BI5	Pearson Correlation	.213*	.371**	.342**	.376**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTBI	Pearson Correlation	.644**	.729**	.770**	.712**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

UNISSULA
جامعة سلطان أبوبنوح الإسلامية

**Uji Validitas Fashion Involvement
Correlations**

		FI1	FI2	FI3	FI4	TOTFI
FI1	Pearson Correlation	1	.144	.280**	-.052	.583**
	Sig. (2-tailed)		.154	.005	.607	.000
	N	100	100	100	100	100
FI2	Pearson Correlation	.144	1	-.019	.028	.534**
	Sig. (2-tailed)	.154		.849	.784	.000
	N	100	100	100	100	100
FI3	Pearson Correlation	.280**	-.019	1	.092	.585**
	Sig. (2-tailed)	.005	.849		.364	.000
	N	100	100	100	100	100
FI4	Pearson Correlation	-.052	.028	.092	1	.519**
	Sig. (2-tailed)	.607	.784	.364		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTFI	Pearson Correlation	.583**	.534**	.585**	.519**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

**Uji Validitas Kepercayaan
Correlations**

		K1	K2	K3	TOTK
K1	Pearson Correlation	1	.163	.311**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.106	.002	.000
	N	100	100	100	100
K2	Pearson Correlation	.163	1	.305**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.106		.002	.000
	N	100	100	100	100
K3	Pearson Correlation	.311**	.305**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.000
	N	100	100	100	100
TOTK	Pearson Correlation	.684**	.690**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Uji Validitas Purchase Intention

Correlations

		Pu1	Pu2	Pu3	TOTPu
Pu1	Pearson Correlation	1	.229*	.223*	.651**
	Sig. (2-tailed)		.022	.026	.000
	N	100	100	100	100
Pu2	Pearson Correlation	.229*	1	.620**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.022		.000	.000
	N	100	100	100	100
Pu3	Pearson Correlation	.223*	.620**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.026	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTPu	Pearson Correlation	.651**	.817**	.800**	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).

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Reliabilitas Brand Image

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	5

Reliabilitas Fashion Involvement

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	4

Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	3

Reliabilitas Purchase Intention

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	3

Lampiran 6 Uji Normalitas

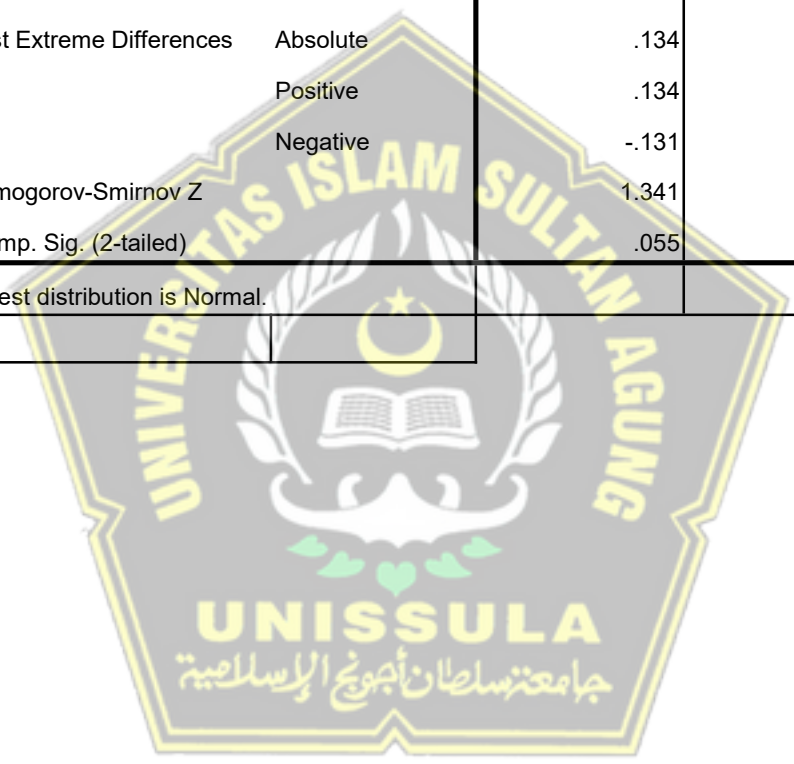
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepercayaan	Purchase Intention
N		100	100
Normal Parameters ^a	Mean	11.5400	12.5200
	Std. Deviation	1.65401	1.65438
Most Extreme Differences	Absolute	.134	.134
	Positive	.134	.131
	Negative	-.131	-.134
Kolmogorov-Smirnov Z		1.341	1.345
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055	.054

a. Test distribution is Normal.

--	--



Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas Brand Image dan Fashion Involvement terhadap Kepercayaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.825	.69228

a. Predictors: (Constant), TOTFI, TOTBI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224.353	2	112.177	234.068	.000 ^a
	Residual	46.487	97	.479		
	Total	270.840	99			

a. Predictors: (Constant), TOTFI, TOTBI

b. Dependent Variable: TOTK

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTBI	.299	3.345
	TOTFI	.299	3.345

a. Dependent Variable: TOTK

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	TOTBI	TOTFI
1	1	2.992	1.000	.00	.00	.00
	2	.007	21.070	.85	.16	.03
	3	.002	42.535	.15	.84	.97

a. Dependent Variable: TOTK

Uji Multikolinieritas Brand Image, Fashion Involvement, Kepercayaan terhadap Purchase Intention

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.984 ^a	.968	.967	.30201

a. Predictors: (Constant), TOTK, TOTBI, TOTFI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262.204	3	87.401	958.265	.000 ^a
	Residual	8.756	96	.091		
	Total	270.960	99			

a. Predictors: (Constant), TOTK, TOTBI, TOTFI

b. Dependent Variable: TOTPu

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTBI	.278	3.596
	TOTFI	.155	6.441
	TOTK	.172	5.826

a. Dependent Variable: TOTPu

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	TOTBI	TOTFI	TOTK
1	1	3.986	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.010	19.534	.41	.01	.00	.11
	3	.003	38.559	.10	.90	.01	.31
	4	.001	62.458	.49	.09	.99	.58

a. Dependent Variable: TOTPu

Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas Brand Image dan Fashion Involment terhadap Kepercayaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.167 ^a	.028	.008	.54987

a. Predictors: (Constant), TOTFI, TOTBI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.837	2	.419	1.384	.255 ^a
	Residual	29.329	97	.302		
	Total	30.166	99			

a. Predictors: (Constant), TOTFI, TOTBI

b. Dependent Variable: absres

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.086	.581		1.871	.064
	TOTBI	-.051	.042	-.219	-1.196	.235
	TOTFI	.023	.063	.067	.369	.713

a. Dependent Variable: absres

Hasil Uji Heteroskedastisitas Brand Image, Fashion Involment dan Kepercayaan terhadap Purchase Intention

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.237 ^a	.056	.027	.19615

a. Predictors: (Constant), TOTK, TOTBI, TOTFI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.220	3	.073	1.903	.134 ^a
	Residual	3.694	96	.038		
	Total	3.913	99			

a. Predictors: (Constant), TOTK, TOTBI, TOTFI

b. Dependent Variable: absres2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.662	.239		2.772	.007
	TOTBI	-.028	.016	-.331	-1.762	.081
	TOTFI	-.016	.031	-.131	-.520	.604
	TOTK	.036	.029	.299	1.249	.215

a. Dependent Variable: absres2

Lampiran 9 Analisis Regresi Berganda

Pengaruh Brand Image dan Fasihon Involvmnt terhadap Kepercayaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.825	.69228

a. Predictors: (Constant), TOTFI, TOTBI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224.353	2	112.177	234.068	.000 ^a
	Residual	46.487	97	.479		
	Total	270.840	99			

a. Predictors: (Constant), TOTFI, TOTBI

b. Dependent Variable: TOTK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.119	.731		-5.635	.000
	TOTBI	.144	.053	.208	2.702	.008
	TOTFI	.752	.079	.729	9.476	.000

a. Dependent Variable: TOTK

Pengaruh Brand Image, Fasihon Involmt dan Kepercayaan terhadap Purchase Intention

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTK, TOTBI, TOTFI ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOTPu

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.984 ^a	.968	.967	.30201

a. Predictors: (Constant), TOTK, TOTBI, TOTFI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262.204	3	87.401	958.265	.000 ^a
	Residual	8.756	96	.091		
	Total	270.960	99			

a. Predictors: (Constant), TOTK, TOTBI, TOTFI

b. Dependent Variable: TOTPu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	-2.045		
	TOTBI	.095	.024	.137	3.942	.000
	TOTFI	.416	.048	.403	8.660	.000
	TOTK	.483	.044	.483	10.910	.000

a. Dependent Variable: TOTPu