

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. R., Erlangga, H., Jasmani, J., Oktarini, R., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 94. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9986>
- Amilia, S., & Nasution, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm di Kota Depok. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 419–433. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.148>
- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen Dalam Suatu Penelitian. *Jurnal Theorems (the Original Research of Mathematics)*, 2(1), 28–36.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Irwin. <https://books.google.co.id/books?id=nrjTnAEACAAJ>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamidi, Z. D., & Prakoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “GAN” Di Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 4(2), 1–18. <https://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/view/69>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.; 12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson. www.mymktlab.com
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *EBOOK: Principles of Marketing, 16th Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Larasari, E., Lutfi, & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 261–280.
- Laura, N., & Ringo, S. N. S. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* (Vol. 14, Issue 2).
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=Ao8vvankpQcC>
- Liya, I., Karmila, K., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh hallyu wave, brand ambassador, brand image dan wom terhadap keputusan pembelian pada mie sedap selection korean spicy chicken. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7700>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 171–179. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek

Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>

Pamudyaning, S. R., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga terhadap Brand Image Serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Face Care Garnier di Kota Semarang). *Journal of Management*, 5(2), 1–12.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13854>

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>

Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375.
<https://doi.org/10.35877/454RI.qems360>

Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Elex Media Komputindo.

Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>

Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 1–10.

Silmi, Z., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Menguji Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Riset Manajemen*, 121–135.

Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue 2010). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukawati. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 190. <https://doi.org/10.26858/pir.v1i2.6649>
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144. <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Tjiptono, F. (2008). Strategi pemasaran. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi Keempat). *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *International Conference Od Entrepreneurship, March*, 292–306.
- Warnandi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=B-miDwAAQBAJ&lpg=PA24&hl=id&pg=PA24#v=onepage&q&f=false>

- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 2337–3792. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Zilfiyah Silmi, N. Rachma, & M. Hufron. (2019). Prodi: Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 2015, 121–135.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Pengguna Produk *Scarlett Whitening* di Kota Makassar)”

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Petunjuk: Lingkari jawaban yang Anda anggap paling sesuai

1. Berapa Usia Anda?
 - a. 17 – 20 tahun
 - b. 21 – 25 tahun
 - c. 26 – 30 tahun
 - d. 30 – 35 tahun
2. Berapa lama Anda menggunakan produk *Scarlett Whitening*?
 - a. < 3 bulan
 - b. 3 - 6 bulan
 - c. 6-12 bulan
 - d. > 12 bulan
3. Berapa kali Anda melakukan pembelian terhadap produk *Scarlett Whitening*?
 - a. 1-3 kali
 - b. 4-6 kali
 - c. 6-9 kali
 - d. > 9 kali
4. Kapan terakhir kali Anda melakukan pembelian terhadap produk *Scarlett Whitening*?
 - a. 1 bulan terakhir
 - b. 3 bulan terakhir
 - c. 6 bulan terakhir
 - d. > 6 bulan terakhir
5. Jenis produk apa yang biasa Anda beli?
 - a. *Body care*
 - b. *Face care*
 - c. *Hair care*
 - d. Semua jenis produk

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bacalah setiap pernyataan berikut ini dengan cermat dan berikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan. Ada 5 alternatif jawaban yang disiapkan, dimana kelima alternatif tersebut dikembangkan atas dasar kategori skala likert, yaitu:

Simbol	Kategori	Nilai Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
BRAND AMBASSADOR (X1)						
Visibility (Kepopuleran)						
1.	Song Joong Ki merupakan aktor yang populer dengan banyak penggemar					
2.	Song Joong Ki memiliki paras yang tampan dan menarik					
Credibility (Kredibilitas)						
3.	Song Joong Ki memiliki kemampuan menarik rasa percaya diri konsumen untuk menggunakan produk <i>Scarlett Whitening</i>					
4.	Song Joong Ki memiliki kecocokan dengan merek atau produk <i>Scarlett Whitening</i> sehingga memiliki nilai positif untuk merek yang diwakilkan					
Attraction (Daya Tarik)						
5.	Song Joong Ki sebagai <i>brand ambassador Scarlett Whitening</i> sangat menarik					
6.	Daya Tarik yang diberikan Song Joong Ki terhadap iklan produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki pengaruh positif					
Power (Kekuatan)						
7.	Song Joong Ki memiliki integritas yang tinggi dan prestasi yang baik					
8.	Song Joong Ki memiliki kharismatik sebagai <i>brand ambassador Scarlett Whitening</i> untuk meyakinkan konsumen terhadap produk yang diwakilkan.					
KUALITAS PRODUK (X2)						
Performance (Kinerja)						
9.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> dapat digunakan sebagai <i>personal care</i>					

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
10.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> mampu menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan kulit wajah, badan, hingga rambut					
Features (Keistimewaan Tambahan)						
11.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki fitur kode unik untuk mengecek keaslian produk					
12.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> dibuat dengan bahan alami & halal					
Reliability (Kehandalan)						
13.	produk <i>Scarlett Whitening</i> aman sehingga tidak menimbulkan efek samping penggunaan produk					
14.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> yang dijual tidak mengalami kecacatan					
Conformance to Specifications (Kesesuaian dengan Spesifikasi)						
15.	Kualitas produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki kesesuaian dengan yang ditawarkan di iklan karena sudah terdaftar BPOM					
16.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> memberikan efek yang sesuai dengan klaim produk.					
Durability (Daya Tahan)						
17.	Jangka waktu <i>expired</i> produk <i>Scarlett Whitening</i> relatif lama sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu lama					
18.	Kemasan produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki daya tahan yang baik					
Serviceability (Kemampuan Melayani)						
19.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> tersedia diberbagai <i>e-commerce</i> ataupun <i>offline store</i> sehingga mudah didapatkan					
Aesthetics (Estetika)						
21.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki desain dan warna yang menarik					
22.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki aroma yang wangi, lembut, dan tahan lama					
Perceived Quality (Kesan Kualitas)						
23.	Serangkaian produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki mutu atau keunggulan dimasing-masing produknya					
24.	Produk <i>Scarlett Whitening</i> memberikan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu					
BRAND IMAGE (Z)						
Keunggulan Asosiasi Merek						
25.	<i>Scarlett Whitening</i> dikenal oleh berbagai kalangan					
26.	<i>Scarlett Whitening</i> memiliki citra yang kuat di ingatan					
Kekuatan Asosiasi Merek						
27.	<i>Scarlett Whitening</i> memiliki produk yang berkualitas dan terpercaya					

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
28.	<i>Scarlett Whitening</i> menawarkan produk yang dapat memenuhi serta memuaskan kebutuhan kulit					
Keunikan Asosiasi Merek						
29.	<i>Scarlett Whitening</i> memiliki produk yang beragam dan menarik					
30.	<i>Scarlett Whitening</i> memiliki logo yang mudah dikenali					
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
Pemilihan Produk						
31.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena pilihan produk yang ditawarkan beragam dan menarik					
32.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena memiliki kualitas yang baik					
Pemilihan Merek						
33.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena memiliki <i>brand image</i> yang baik					
34.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> berdasarkan kepopulerannya					
Pilihan Penyalur						
35.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena memiliki banyak jaringan distribusi sehingga mudah ditemukan					
36.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena kemudahan dalam pesan antar					
Waktu Pembelian						
37.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> pada hari-hari tertentu, seperti <i>weekend</i> , <i>harbolnas</i> , <i>pay day sale</i>					
38.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> pada waktu tertentu, seperti ada promo, diskon, atau <i>cashback</i>					
Jumlah Pembelian						
39.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> sesuai dengan jumlah kebutuhan					
40.	Saya membeli banyak produk <i>Scarlett Whitening</i> karena ada diskon untuk jumlah pembelian tertentu					
Metode Pembayaran						
41.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena adanya kemudahan dalam pembayaran					
42.	Saya membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> karena metode pembayaran dapat dilakukan secara tunai maupun non-tunai					

No	BRAND AMBASSADOR (X1)								Total X1	KUALITAS PRODUK (X2)												Total X2			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12		X2.13	X2.14	X2.15
177	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
178	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
179	5	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	69
180	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
181	5	5	4	4	4	4	4	5	35	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	5	5	5	4	3	62
182	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	66
183	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
184	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	78
185	4	5	3	3	4	3	3	4	29	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	77
186	5	5	4	4	4	5	4	4	35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	64
187	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	62
188	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	70
189	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	3	63
190	2	2	3	3	3	3	3	3	22	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	3	54
191	5	5	3	1	3	3	5	4	29	5	3	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	3	69
192	5	5	5	4	4	3	4	4	34	4	3	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	71
193	5	5	4	3	3	4	5	4	33	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	65
194	4	4	4	4	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
195	5	5	5	4	5	5	4	5	38	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	71
196	5	5	4	2	5	5	5	4	35	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	69
197	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	62
198	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	68
199	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	77
200	5	5	5	3	3	4	4	5	34	5	5	5	5	4	2	5	4	4	5	4	3	5	4	5	69
201	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	70
202	5	4	3	2	4	5	4	4	31	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	61
203	5	4	5	5	5	3	5	3	35	5	3	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	69
204	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
205	5	4	5	4	4	5	5	5	37	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	69
206	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	4	3	66
207	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
208	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
209	5	4	4	5	5	5	4	4	36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	62
210	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
211	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	58
212	5	5	5	5	5	4	5	5	39	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	63
213	5	4	4	5	5	3	3	5	34	3	5	5	4	4	5	4	5	4	2	4	5	5	5	4	69
214	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
215	5	5	4	3	5	5	4	5	36	4	3	4	4	5	2	3	2	4	4	5	5	5	5	3	63
216	5	5	5	5	5	5	3	2	35	3	3	2	2	4	4	3	3	5	5	3	3	4	5	4	57
217	3	4	3	3	3	3	4	3	26	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	66
218	5	5	5	4	4	5	4	5	37	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	58
219	5	5	5	4	5	4	5	5	38	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	77
220	5	4	3	4	4	4	5	4	33	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	63
221	5	5	4	4	5	4	4	5	36	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	77
222	4	4	5	3	4	5	5	3	33	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	72
223	4	4	5	4	5	4	4	4	34	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	59
224	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
225	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
226	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	53
227	4	5	4	4	4	4	3	3	31	5	5	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3	4	3	63
228	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
229	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
230	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
231	5	5	3	5	5	5	5	5	38	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	74
232	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	77
233	4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	77
234	5	3	3	3	3	3	5	5	32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
235	5	5	4	3	3	4	4	4	32	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	62
236	5	5	4	3	4	5	5	5	36	5	3	4	4	4	3	5	3	5	4	5	5	5	3	4	66

No	BRAND AMBASSADOR (X1)								Total X1	KUALITAS PRODUK (X2)											Total X2					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11		X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16
237	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	55	
238	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	
239	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
240	5	5	4	5	4	5	5	4	37	5	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	56	
241	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
242	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
243	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
244	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
245	5	5	5	5	4	4	4	5	37	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	73	
246	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
247	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	61	
248	3	5	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
249	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	5	4	4	4	5	61	
250	5	5	5	4	5	5	5	4	38	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	75	
251	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	63	
252	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	
253	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
254	4	4	3	3	3	4	4	3	28	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	62	
255	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
256	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	63	
257	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	73	
258	4	5	3	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	68	
259	5	5	3	3	4	3	5	4	32	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	65	
260	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
261	5	5	4	3	5	5	4	3	34	5	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	66	
262	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
263	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	70	
264	4	5	5	5	5	5	5	5	39	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	62	
265	4	4	4	4	4	4	5	4	33	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	73	
266	4	5	3	4	4	5	4	3	32	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	72	
267	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	4	3	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	62	
268	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	66	
269	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	3	3	56	
270	4	4	4	4	3	4	3	3	29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	66	
271	5	5	5	4	5	5	4	5	38	4	4	5	5	4	4	5	2	5	4	5	5	2	5	5	2	66
272	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	
273	4	4	3	3	4	3	3	4	28	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	
274	4	4	3	4	4	5	4	5	33	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	65	
275	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	77	
276	5	4	3	4	4	4	4	4	32	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	62	
277	3	5	4	4	5	4	5	4	34	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	71	
278	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
279	5	5	3	4	5	5	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	63	
280	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	74	
281	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	
282	5	5	3	3	3	3	4	3	29	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	47	
283	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
284	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	2	4	4	2	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	2	53
285	5	3	4	4	5	5	5	5	36	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	58	
286	4	4	5	4	5	5	5	5	37	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	64	
287	4	5	4	5	5	5	5	5	38	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	69	
288	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76	
289	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
290	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	61	
291	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	66	
292	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
293	1	1	3	3	3	3	4	3	21	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	
294	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
295	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
296	4	5	4	5	5	5	4	5	37	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	76	

No	BRAND AMBASSADOR (X1)								Total X1	KUALITAS PRODUK (X2)												Total X2			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12		X2.13	X2.14	X2.15
297	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
298	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
299	5	5	5	4	4	5	5	5	38	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	74
300	5	4	3	4	4	3	4	4	31	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	56
301	5	5	3	3	4	4	4	4	32	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	62
302	5	5	5	3	3	3	4	4	31	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	70
303	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
304	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	74
305	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	73
306	5	5	3	3	3	4	3	3	29	4	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	68
307	5	5	4	4	5	5	4	4	36	3	3	5	3	3	3	3	4	4	5	5	5	3	3	5	58
308	5	5	5	4	5	5	4	4	37	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	67
309	5	5	4	3	5	4	4	4	34	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	63
310	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	70
311	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	74
312	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
313	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
314	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
315	4	5	4	5	5	5	4	5	37	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	74
316	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
317	5	5	4	5	5	4	4	5	37	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	77
318	3	4	4	4	4	4	5	3	32	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	69
319	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	71
320	4	4	3	2	4	4	5	4	30	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	3	2	67
321	4	4	4	4	4	4	4	5	33	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	71
322	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	72
323	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	3	3	3	5	3	4	3	5	3	4	4	3	60
324	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
325	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
326	5	5	5	4	4	5	4	4	36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	66
327	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	57
328	5	4	4	4	5	5	5	4	36	5	4	4	5	5	5	4	3	4	2	3	4	4	5	5	67
329	5	5	5	4	5	4	5	5	38	5	5	3	5	4	3	5	2	3	2	5	5	4	4	4	61
330	4	5	4	5	4	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	66
331	5	5	5	5	5	4	4	4	37	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	74
332	5	5	5	5	5	4	3	1	33	3	3	4	3	4	3	5	4	3	4	3	5	4	4	5	61
333	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
334	3	4	3	3	4	3	4	4	29	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	57
335	4	3	5	5	4	5	4	5	35	3	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	70
336	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	73
337	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	78
338	5	4	4	5	5	4	5	4	36	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	58
339	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	63
340	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	65
341	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	68
342	5	5	5	5	5	4	4	4	37	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	77
343	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
344	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	56
345	5	5	5	4	5	5	5	4	38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	66
346	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
347	5	5	5	5	4	3	3	4	34	3	5	4	4	3	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	69
348	5	5	4	4	3	4	4	3	32	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	72
349	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
350	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
351	5	5	3	4	5	4	5	4	35	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	69
352	3	4	4	5	4	5	5	4	34	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	51
353	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
354	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
355	5	5	5	5	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
356	3	4	4	4	5	4	4	3	31	4	4	5	4	3	3	5	3	4	4	4	4	5	4	4	65

No	BRAND AMBASSADOR (X1)								Total X1	KUALITAS PRODUK (X2)											Total X2				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11		X2.12	X2.13	X2.14	X2.15
357	5	5	3	4	4	4	4	3	32	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3	4	66	
358	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	67	
359	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
360	4	3	3	3	3	4	3	3	26	5	3	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3	63	
361	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
362	4	4	3	3	4	5	5	5	33	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	
363	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	63	
364	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
365	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	78	
366	5	5	3	4	4	5	4	4	34	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	72	
367	5	5	5	4	5	5	4	4	37	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	76	
368	4	5	5	4	5	4	4	5	36	4	3	5	4	5	3	5	3	4	5	5	4	5	3	68	
369	5	4	4	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	74	
370	5	5	5	5	5	4	3	4	36	4	3	5	3	3	3	5	2	4	4	5	5	3	3	62	
371	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	64	
372	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	
373	5	5	4	4	4	4	5	4	35	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	76	
374	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	58
375	5	5	3	4	5	5	4	4	35	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	64	
376	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	69
377	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76
378	5	5	3	3	3	3	4	3	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
379	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	61
380	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	66
381	5	3	4	4	4	5	5	5	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
382	4	4	5	4	5	5	5	5	37	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
383	4	5	4	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
384	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
385	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	76

No	BRAND IMAGE (Z)						Total Z	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)												Total Y1
	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	
86	4	4	4	4	4	3	23	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	52
87	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	1	4	4	1	1	5	1	1	31	
88	4	1	4	4	4	5	22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40	
89	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
90	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
91	5	5	4	4	4	4	26	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	47	
92	5	4	4	3	5	5	26	4	4	5	2	4	3	1	2	5	1	3	38	
93	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	47	
94	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
95	5	4	5	4	4	5	27	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	52	
96	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	43	
97	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	4	5	4	3	3	5	3	5	51	
98	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
99	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
100	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
101	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	53	
102	5	5	5	5	4	5	29	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46	
103	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
104	5	5	5	5	5	5	29	4	5	3	3	4	4	5	3	5	4	4	49	
105	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	57	
106	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
107	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	1	1	1	4	3	3	36	
108	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	50	
109	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	3	3	3	2	2	5	2	2	38	
110	3	4	4	3	4	3	21	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	39	
111	4	4	5	4	4	4	25	4	5	5	3	4	3	3	4	5	3	5	47	
112	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	43	
113	5	4	4	4	5	3	25	4	3	5	5	5	3	2	2	3	3	3	42	
114	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	2	4	2	4	4	45	
115	3	4	4	4	4	3	22	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	48	
116	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	
117	3	3	4	3	4	3	20	4	3	3	4	3	2	1	1	3	3	3	34	
118	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	44	
119	5	4	4	4	4	4	25	5	5	4	5	5	4	5	5	2	5	5	55	
120	5	5	4	4	5	5	28	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	56	
121	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	47	
122	5	4	4	4	4	4	25	3	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	48	
123	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	54	
124	5	4	5	4	5	5	28	4	4	4	5	4	4	2	2	4	2	4	43	
125	4	4	4	4	5	5	26	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	52	
126	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	41	
127	5	5	5	4	5	5	29	2	4	4	1	2	1	5	5	5	1	1	23	
128	5	5	5	3	5	5	28	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	57	
129	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	53	
130	3	3	4	3	4	4	21	4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	40	
131	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	1	3	3	3	3	4	3	3	43	
132	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
133	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	58	
134	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	3	4	4	3	2	4	3	4	46	
135	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	3	4	5	4	3	5	3	4	51	
136	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58	
137	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	56	
138	4	5	5	4	5	5	28	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	47	
139	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	3	1	5	1	5	48	
140	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59	
141	4	4	3	4	3	4	22	3	4	4	4	2	2	1	4	5	2	3	37	
142	4	5	4	3	5	4	25	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	57	
143	4	5	5	5	5	3	27	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59	
144	4	4	3	3	3	3	20	3	3	1	4	3	3	3	4	4	3	3	37	
145	3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	3	39	
146	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
147	4	3	4	5	4	4	24	5	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	48	
148	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	3	4	5	4	3	5	4	47	
149	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	43	
150	5	5	4	4	5	4	27	4	5	4	2	4	2	4	5	5	2	5	44	
151	5	5	5	4	4	5	28	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	54	
152	3	4	4	4	5	4	24	4	4	3	3	4	3	2	2	5	2	5	39	
153	4	4	5	4	4	5	26	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	55	
154	5	5	5	4	4	3	26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47	
155	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
156	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	44	
157	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
158	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
159	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
160	2	3	4	4	3	3	19	3	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	40	
161	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
162	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	45	
163	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
164	5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	54	
165	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	56	
166	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47	
167	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	53	
168	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	
169	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	3	4	4	2	2	5	2	3	43	
170	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
171	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	44	
172	3	3	3	3	4	4	20	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	4	39	
173	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	48	

Lampiran 4 Analisis Deskriptif

A. Deskriptif Responden

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	76	19.7	19.7	19.7
	Laki-laki	309	80.3	80.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 20 Tahun	44	11.4	11.4	11.4
	21 - 25 Tahun	289	75.1	75.1	86.5
	26 - 30 Tahun	39	10.1	10.1	96.6
	31 - 35 Tahun	13	3.4	3.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	201	52.2	52.2	52.2
	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	112	29.1	29.1	81.3
	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	45	11.7	11.7	93.0
	> Rp. 5.000.000	26	6.8	6.8	99.7
	5	1	.3	.3	100.0
Total		385	100.0	100.0	

Lama_Pemakaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 3 Bulan	140	36.4	36.4	36.4
	3 - 6 Bulan	88	22.9	22.9	59.2
	6 - 12 Bulan	63	16.4	16.4	75.6
	> 12 Bulan	94	24.4	24.4	100.0
	Total		385	100.0	100.0

Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 3 Kali	179	46.5	46.5	46.5
	4 - 6 Kali	105	27.3	27.3	73.8
	6 - 9 Kali	40	10.4	10.4	84.2
	> 9 Kali	61	15.8	15.8	100.0
	Total		385	100.0	100.0

Terakhir_Membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Bulan Terakhir	246	63.9	63.9	63.9
	3 Bulan Terakhir	55	14.3	14.3	78.2
	6 Bulan Terakhir	29	7.5	7.5	85.7
	> 6 Bulan Terakhir	55	14.3	14.3	100.0
	Total		385	100.0	100.0

Jenis_Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Body Care	182	47.3	47.3	47.3
	Face Care	101	26.2	26.2	73.5
	Hair Care	16	4.2	4.2	77.7
	Senua Jenis Produk	86	22.3	22.3	100.0
	Total		385	100.0	100.0

B. Deskriptif Pernyataan

1. Variabel Brand Ambassador (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	5	1.3	1.3	2.3
	3	22	5.7	5.7	8.1
	4	89	23.1	23.1	31.2
	5	265	68.8	68.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1.3	1.3	1.3
	2	6	1.6	1.6	2.9
	3	19	4.9	4.9	7.8
	4	91	23.6	23.6	31.4
	5	264	68.6	68.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	6	1.6	1.6	2.6
	3	50	13.0	13.0	15.6
	4	128	33.2	33.2	48.8
	5	197	51.2	51.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	6	1.6	1.6	2.6
	3	55	14.3	14.3	16.9
	4	154	40.0	40.0	56.9
	5	166	43.1	43.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	3	.8	.8	1.6
	3	32	8.3	8.3	9.9
	4	125	32.5	32.5	42.3
	5	222	57.7	57.7	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	3	.8	.8	1.6
	3	34	8.8	8.8	10.4
	4	116	30.1	30.1	40.5
	5	229	59.5	59.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	2	.5	.5	1.3
	3	34	8.8	8.8	10.1
	4	145	37.7	37.7	47.8
	5	201	52.2	52.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	4	1.0	1.0	2.1
	3	38	9.9	9.9	11.9
	4	131	34.0	34.0	46.0
	5	208	54.0	54.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

2. Variabel Kualitas Produk (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	4	1.0	1.0	1.8
	3	48	12.5	12.5	14.3
	4	174	45.2	45.2	59.5
	5	156	40.5	40.5	100.0
Total		385	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	6	1.6	1.6	2.3
	3	71	18.4	18.4	20.8
	4	151	39.2	39.2	60.0
	5	154	40.0	40.0	100.0
Total		385	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	4	1.0	1.0	1.8
	3	34	8.8	8.8	10.6
	4	155	40.3	40.3	50.9
	5	189	49.1	49.1	100.0
Total		385	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	3	.8	.8	1.8
	3	53	13.8	13.8	15.6
	4	166	43.1	43.1	58.7
	5	159	41.3	41.3	100.0
Total		385	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	5	1.3	1.3	2.3
	3	77	20.0	20.0	22.3
	4	154	40.0	40.0	62.3
	5	145	37.7	37.7	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	9	2.3	2.3	3.1
	3	76	19.7	19.7	22.9
	4	150	39.0	39.0	61.8
	5	147	38.2	38.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	3	.8	.8	1.6
	3	38	9.9	9.9	11.4
	4	141	36.6	36.6	48.1
	5	200	51.9	51.9	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	11	2.9	2.9	3.6
	3	73	19.0	19.0	22.6
	4	156	40.5	40.5	63.1
	5	142	36.9	36.9	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	3	.8	.8	1.6
	3	40	10.4	10.4	11.9
	4	162	42.1	42.1	54.0
	5	177	46.0	46.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	3	.8	.8	1.6
	3	38	9.9	9.9	11.4
	4	175	45.5	45.5	56.9
	5	166	43.1	43.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	5	1.3	1.3	2.1
	3	20	5.2	5.2	7.3
	4	132	34.3	34.3	41.6
	5	225	58.4	58.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	2	.5	.5	1.3
	3	19	4.9	4.9	6.2
	4	147	38.2	38.2	44.4
	5	214	55.6	55.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	4	1.0	1.0	1.8
	3	22	5.7	5.7	7.5
	4	151	39.2	39.2	46.8
	5	205	53.2	53.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	3	.8	.8	1.6
	3	18	4.7	4.7	6.2
	4	132	34.3	34.3	40.5
	5	229	59.5	59.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	4	1.0	1.0	1.8
	3	33	8.6	8.6	10.4
	4	166	43.1	43.1	53.5
	5	179	46.5	46.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

X2.16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	7	1.8	1.8	2.6
	3	64	16.6	16.6	19.2
	4	160	41.6	41.6	60.8
	5	151	39.2	39.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

3. Variabel Brand Image (Z)

Z1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	10	2.6	2.6	3.4
	3	39	10.1	10.1	13.5
	4	150	39.0	39.0	52.5
	5	183	47.5	47.5	100.0
Total		385	100.0	100.0	

Z1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1.3	1.3	1.3
	2	4	1.0	1.0	2.3
	3	42	10.9	10.9	13.2
	4	166	43.1	43.1	56.4
	5	168	43.6	43.6	100.0
Total		385	100.0	100.0	

Z1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	3	.8	.8	1.6
	3	42	10.9	10.9	12.5
	4	181	47.0	47.0	59.5
	5	156	40.5	40.5	100.0
Total		385	100.0	100.0	

Z1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1.3	1.3	1.3
	2	5	1.3	1.3	2.6
	3	51	13.2	13.2	15.8
	4	188	48.8	48.8	64.7
	5	136	35.3	35.3	100.0
Total		385	100.0	100.0	

Z1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	2	.5	.5	1.6
	3	21	5.5	5.5	7.0
	4	183	47.5	47.5	54.5
	5	175	45.5	45.5	100.0
Total		385	100.0	100.0	

Z1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1.3	1.3	1.3
	2	4	1.0	1.0	2.3
	3	43	11.2	11.2	13.5
	4	169	43.9	43.9	57.4
	5	164	42.6	42.6	100.0
Total		385	100.0	100.0	

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	7	1.8	1.8	2.9
	3	42	10.9	10.9	13.8
	4	167	43.4	43.4	57.1
	5	165	42.9	42.9	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	5	1.3	1.3	2.3
	3	46	11.9	11.9	14.3
	4	172	44.7	44.7	59.0
	5	158	41.0	41.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	1.6	1.6	1.6
	2	4	1.0	1.0	2.6
	3	43	11.2	11.2	13.8
	4	181	47.0	47.0	60.8
	5	151	39.2	39.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	3.1	3.1	3.1
	2	24	6.2	6.2	9.4
	3	74	19.2	19.2	28.6
	4	142	36.9	36.9	65.5
	5	133	34.5	34.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	11	2.9	2.9	3.9
	3	52	13.5	13.5	17.4
	4	174	45.2	45.2	62.6
	5	144	37.4	37.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	1.6	1.6	1.6
	2	11	2.9	2.9	4.4
	3	76	19.7	19.7	24.2
	4	148	38.4	38.4	62.6
	5	144	37.4	37.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	6.2	6.2	6.2
	2	44	11.4	11.4	17.7
	3	81	21.0	21.0	38.7
	4	99	25.7	25.7	64.4
	5	137	35.6	35.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	4.7	4.7	4.7
	2	39	10.1	10.1	14.8
	3	74	19.2	19.2	34.0
	4	114	29.6	29.6	63.6
	5	140	36.4	36.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	1.6	1.6	1.6
	2	6	1.6	1.6	3.1
	3	32	8.3	8.3	11.4
	4	151	39.2	39.2	50.6
	5	190	49.4	49.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Y1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	21	5.5	5.5	5.5
	2	44	11.4	11.4	16.9
	3	72	18.7	18.7	35.6
	4	119	30.9	30.9	66.5
	5	129	33.5	33.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

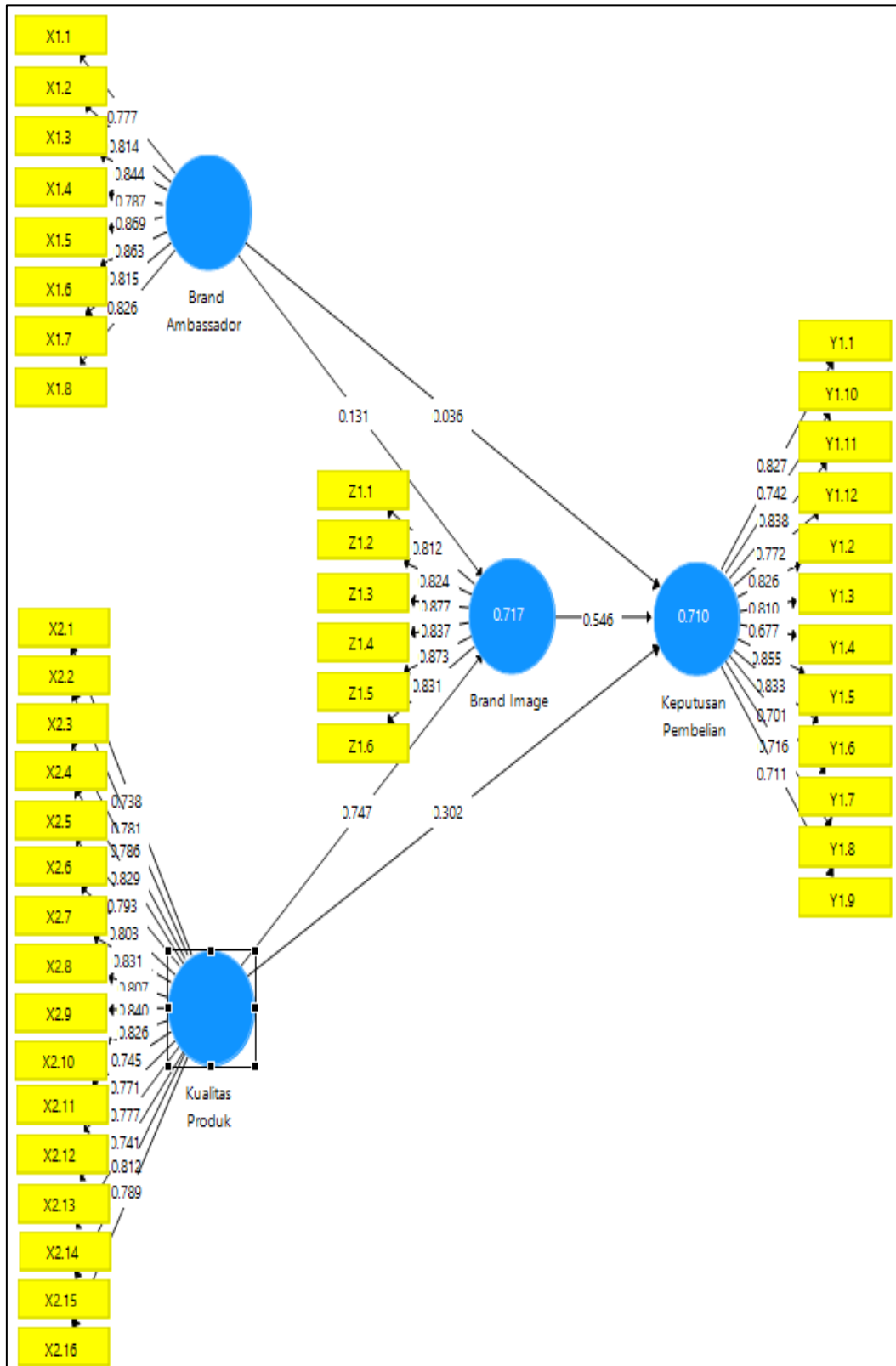
Y1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	2.1	2.1	2.1
	2	16	4.2	4.2	6.2
	3	67	17.4	17.4	23.6
	4	148	38.4	38.4	62.1
	5	146	37.9	37.9	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

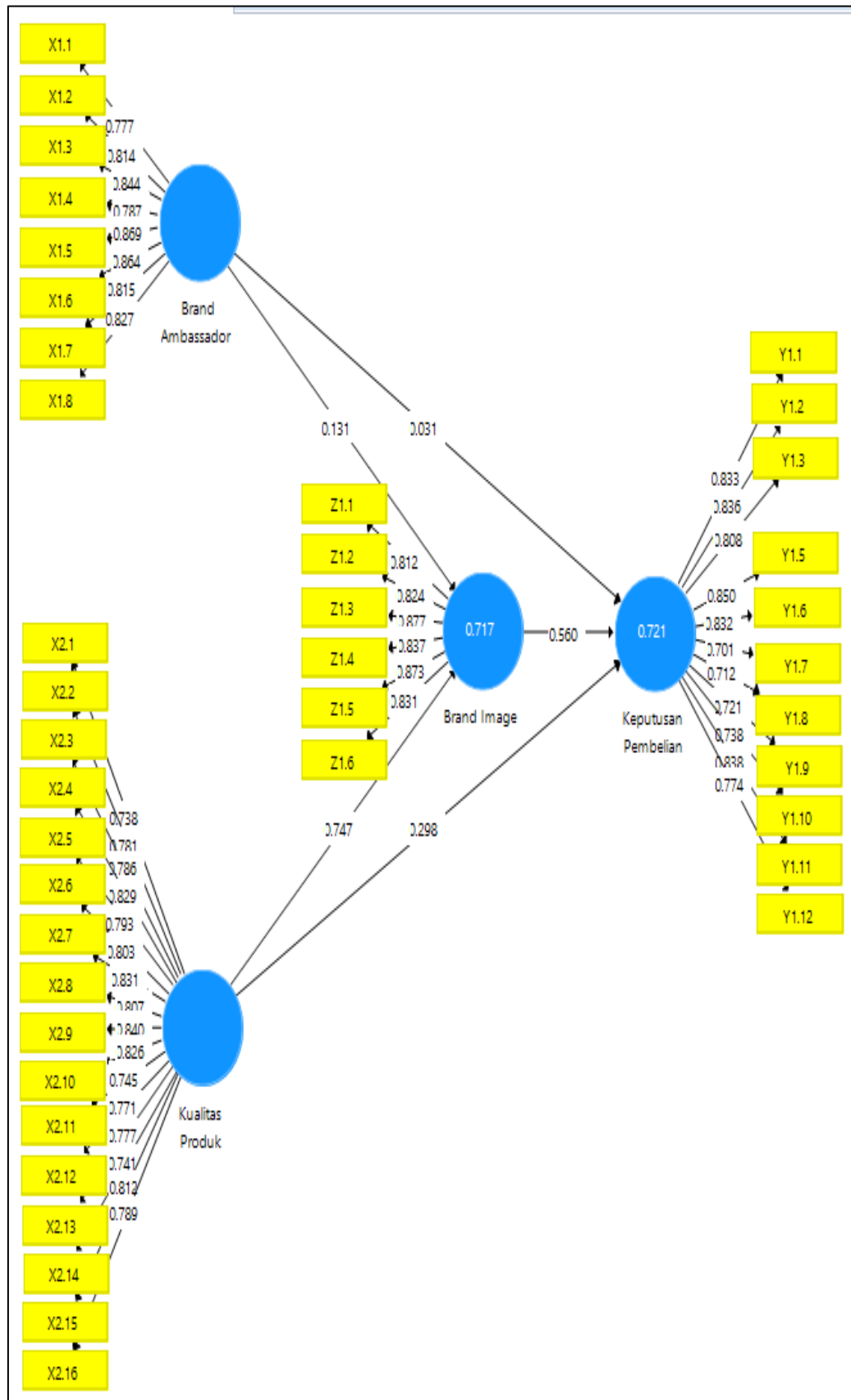
Y1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	2.1	2.1	2.1
	2	12	3.1	3.1	5.2
	3	45	11.7	11.7	16.9
	4	147	38.2	38.2	55.1
	5	173	44.9	44.9	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Lampiran 5 Hasil Analisis PLS
Model Struktur Awal



Model Struktur setelah *Outlier*



Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
BA (X1) -> BI (Z)	0,131	0,135	0,050	2,627	0,009
BA (X1) -> KP (Y)	0,031	0,034	0,049	0,635	0,526
BI (Z) -> KP (Y)	0,560	0,554	0,064	8,716	0,000
KP (X2) -> BI (Z)	0,747	0,744	0,046	16,300	0,000
KP (X2) -> KP (Y)	0,298	0,301	0,072	4,124	0,000

Total Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
BA (X1) -> BI (Z)					
BA (X1) -> KP (Y)	0,073	0,074	0,028	2,589	0,010
BI (Z) -> KP (Y)					
KP (X2) -> BI (Z)					
KP (X2) -> KP (Y)	0,418	0,412	0,055	7,597	0,000

Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
BA (X1) -> BI (Z) -> KP (Y)	0,073	0,074	0,028	2,589	0,010
KP (X2) -> BI (Z) -> KP (Y)	0,418	0,412	0,055	7,597	0,000

Total Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
BA (X1) -> BI (Z)	0,131	0,135	0,050	2,627	0,009
BA (X1) -> KP (Y)	0,104	0,108	0,056	1,866	0,063
BI (Z) -> KP (Y)	0,560	0,554	0,064	8,716	0,000
KP (X2) -> BI (Z)	0,747	0,744	0,046	16,300	0,000
KP (X2) -> KP (Y)	0,716	0,713	0,051	14,144	0,000

Nilai Cross Loading

	Brand Ambassador	Brand Image	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
X1.1	0,777	0,486	0,418	0,550
X1.2	0,814	0,513	0,473	0,588
X1.3	0,844	0,540	0,522	0,599
X1.4	0,787	0,541	0,569	0,564
X1.5	0,869	0,588	0,526	0,607
X1.6	0,864	0,576	0,497	0,595
X1.7	0,815	0,579	0,533	0,617
X1.8	0,827	0,588	0,546	0,638
X2.1	0,620	0,589	0,564	0,738
X2.2	0,533	0,649	0,649	0,781
X2.3	0,563	0,641	0,615	0,786
X2.4	0,626	0,678	0,673	0,829
X2.5	0,524	0,652	0,659	0,793
X2.6	0,516	0,686	0,659	0,803
X2.7	0,611	0,635	0,583	0,831
X2.8	0,531	0,680	0,668	0,807
X2.9	0,590	0,675	0,618	0,840
X2.10	0,620	0,687	0,624	0,826
X2.11	0,584	0,614	0,525	0,745
X2.12	0,585	0,654	0,561	0,771
X2.13	0,587	0,679	0,607	0,777
X2.14	0,572	0,644	0,579	0,741
X2.15	0,558	0,727	0,698	0,812
X2.16	0,556	0,750	0,709	0,789
Z1.1	0,601	0,812	0,635	0,650
Z1.2	0,561	0,824	0,652	0,671
Z1.3	0,592	0,877	0,725	0,748
Z1.4	0,518	0,837	0,766	0,736
Z1.5	0,581	0,873	0,720	0,753
Z1.6	0,542	0,831	0,695	0,687
Y1.1	0,536	0,744	0,833	0,713
Y1.2	0,565	0,807	0,836	0,766
Y1.3	0,559	0,725	0,808	0,690
Y1.5	0,520	0,730	0,850	0,666
Y1.6	0,495	0,683	0,832	0,638
Y1.7	0,371	0,501	0,701	0,455
Y1.8	0,377	0,484	0,712	0,472
Y1.9	0,525	0,686	0,721	0,683
Y1.10	0,412	0,506	0,738	0,484
Y1.11	0,495	0,604	0,838	0,594
Y1.12	0,447	0,587	0,774	0,559

Nilai Outer Loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1.1 <- BA	0,777	0,771	0,042	18,346	0,000
X1.2 <- BA	0,814	0,811	0,030	27,174	0,000
X1.3 <- BA	0,844	0,843	0,020	41,902	0,000
X1.4 <- BA	0,787	0,786	0,026	30,389	0,000
X1.5 <- BA	0,869	0,867	0,019	45,768	0,000
X1.6 <- BA	0,864	0,861	0,021	41,273	0,000
X1.7 <- BA	0,815	0,812	0,029	28,236	0,000
X1.8 <- BA	0,827	0,825	0,027	30,553	0,000
X2.1 <- KP	0,738	0,735	0,038	19,584	0,000
X2.2 <- KP	0,781	0,780	0,025	31,415	0,000
X2.3 <- KP	0,786	0,783	0,033	24,003	0,000
X2.4 <- KP	0,829	0,829	0,022	38,394	0,000
X2.5 <- KP	0,793	0,791	0,022	35,453	0,000
X2.6 <- KP	0,803	0,803	0,021	38,794	0,000
X2.7 <- KP	0,831	0,830	0,025	33,032	0,000
X2.8 <- KP	0,807	0,806	0,020	39,799	0,000
X2.9 <- KP	0,840	0,838	0,024	34,280	0,000
X2.10 <- KP	0,826	0,824	0,027	30,060	0,000
X2.11 <- KP	0,745	0,741	0,043	17,278	0,000
X2.12 <- KP	0,771	0,767	0,037	21,016	0,000
X2.13 <- KP	0,777	0,775	0,033	23,228	0,000
X2.14 <- KP	0,741	0,737	0,042	17,450	0,000
X2.15 <- KP	0,812	0,811	0,025	32,336	0,000
X2.16 <- KP	0,789	0,790	0,024	32,765	0,000
Z1.1 <- BI	0,812	0,808	0,027	30,327	0,000
Z1.2 <- BI	0,824	0,824	0,026	31,457	0,000
Z1.3 <- BI	0,877	0,875	0,017	50,153	0,000
Z1.4 <- BI	0,837	0,836	0,024	34,777	0,000
Z1.5 <- BI	0,873	0,871	0,020	44,614	0,000
Z1.6 <- BI	0,831	0,830	0,027	30,276	0,000
Y1.1 <- KP (Y)	0,833	0,832	0,021	40,393	0,000
Y1.2 <- KP (Y)	0,836	0,835	0,020	41,717	0,000
Y1.3 <- KP (Y)	0,808	0,806	0,033	24,745	0,000
Y1.5 <- KP (Y)	0,850	0,849	0,020	42,205	0,000
Y1.6 <- KP (Y)	0,832	0,831	0,019	42,801	0,000
Y1.7 <- KP (Y)	0,701	0,701	0,031	22,704	0,000
Y1.8 <- KP (Y)	0,712	0,712	0,031	23,090	0,000
Y1.9 <- KP (Y)	0,721	0,720	0,037	19,366	0,000
Y1.10 <- KP (Y)	0,738	0,736	0,026	28,176	0,000
Y1.11 <- KP (Y)	0,838	0,837	0,018	46,523	0,000
Y1.12 <- KP (Y)	0,774	0,774	0,035	22,056	0,000

Nilai Outer Weight

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1.1 <- BA	0,777	0,771	0,042	18,346	0,000
X1.2 <- BA	0,814	0,811	0,030	27,174	0,000
X1.3 <- BA	0,844	0,843	0,020	41,902	0,000
X1.4 <- BA	0,787	0,786	0,026	30,389	0,000
X1.5 <- BA	0,869	0,867	0,019	45,768	0,000
X1.6 <- BA	0,864	0,861	0,021	41,273	0,000
X1.7 <- BA	0,815	0,812	0,029	28,236	0,000
X1.8 <- BA	0,827	0,825	0,027	30,553	0,000
X2.1 <- KP	0,738	0,735	0,038	19,584	0,000
X2.2 <- KP	0,781	0,780	0,025	31,415	0,000
X2.3 <- KP	0,786	0,783	0,033	24,003	0,000
X2.4 <- KP	0,829	0,829	0,022	38,394	0,000
X2.5 <- KP	0,793	0,791	0,022	35,453	0,000
X2.6 <- KP	0,803	0,803	0,021	38,794	0,000
X2.7 <- KP	0,831	0,830	0,025	33,032	0,000
X2.8 <- KP	0,807	0,806	0,020	39,799	0,000
X2.9 <- KP	0,840	0,838	0,024	34,280	0,000
X2.10 <- KP	0,826	0,824	0,027	30,060	0,000
X2.11 <- KP	0,745	0,741	0,043	17,278	0,000
X2.12 <- KP	0,771	0,767	0,037	21,016	0,000
X2.13 <- KP	0,777	0,775	0,033	23,228	0,000
X2.14 <- KP	0,741	0,737	0,042	17,450	0,000
X2.15 <- KP	0,812	0,811	0,025	32,336	0,000
X2.16 <- KP	0,789	0,790	0,024	32,765	0,000
Z1.1 <- BI	0,812	0,808	0,027	30,327	0,000
Z1.2 <- BI	0,824	0,824	0,026	31,457	0,000
Z1.3 <- BI	0,877	0,875	0,017	50,153	0,000
Z1.4 <- BI	0,837	0,836	0,024	34,777	0,000
Z1.5 <- BI	0,873	0,871	0,020	44,614	0,000
Z1.6 <- BI	0,831	0,830	0,027	30,276	0,000
Y1.1 <- KP (Y)	0,833	0,832	0,021	40,393	0,000
Y1.2 <- KP (Y)	0,836	0,835	0,020	41,717	0,000
Y1.3 <- KP (Y)	0,808	0,806	0,033	24,745	0,000
Y1.5 <- KP (Y)	0,850	0,849	0,020	42,205	0,000
Y1.6 <- KP (Y)	0,832	0,831	0,019	42,801	0,000
Y1.7 <- KP (Y)	0,701	0,701	0,031	22,704	0,000
Y1.8 <- KP (Y)	0,712	0,712	0,031	23,090	0,000
Y1.9 <- KP (Y)	0,721	0,720	0,037	19,366	0,000
Y1.10 <- KP (Y)	0,738	0,736	0,026	28,176	0,000
Y1.11 <- KP (Y)	0,838	0,837	0,018	46,523	0,000
Y1.12 <- KP (Y)	0,774	0,774	0,035	22,056	0,000

Latent Variable Correlations

	Brand Ambassador	Brand Image	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
Brand Ambassador	1,000	0,671	0,622	0,722
Brand Image	0,671	1,000	0,832	0,842
Keputusan Pembelian	0,622	0,832	1,000	0,792
Kualitas Produk	0,722	0,842	0,792	1,000

R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Brand Image	0,717	0,715
Keputusan Pembelian	0,721	0,719

F-Square

	Brand Ambassador	Brand Image	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
Brand Ambassador		0,029	0,002	
Brand Image			0,318	
Keputusan Pembelian				
Kualitas Produk		0,942	0,079	

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Brand Ambassador	0,933	0,935	0,945	0,681
Brand Image	0,918	0,920	0,936	0,710
Keputusan Pembelian	0,939	0,946	0,947	0,620
Kualitas Produk	0,960	0,961	0,964	0,628

Discriminant Validity

	Brand Ambassador	Brand Image	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
Brand Ambassador	0,825			
Brand Image	0,671	0,843		
Keputusan Pembelian	0,622	0,832	0,788	
Kualitas Produk	0,722	0,842	0,792	0,792

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Brand Ambassador	Brand Image	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
Brand Ambassador				
Brand Image	0,724			
Keputusan Pembelian	0,651	0,876		
Kualitas Produk	0,764	0,893	0,814	

Model Fit**Fit Summary**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,062	0,062
d_ ULS	3,281	3,281
d_ G	1,354	1,354
Chi-Square	2844,691	2844,691
NFI	0,807	0,807

rms Theta

rms Theta	0,116
-----------	-------

Model Selection Criteria

	AIC (Akaike's Information Criterion)	AICu (Unbiased Akaikes Information Criterion)	AICc (Corrected Akaikes Information Criterion)	BIC (Bayesian Information Criteria)	HQ (Hannan Quinn Criterion)	HQc (Corrected Hannan- Quinn Criterion)
Brand Image	-480,501	-477,489	-93,396	-468,641	- 475,797	-475,656
Keputusan Pembelian	-484,356	-480,335	-97,198	-468,543	- 478,085	-477,859

Lampiran 6 Media Penyebaran Kuesioner

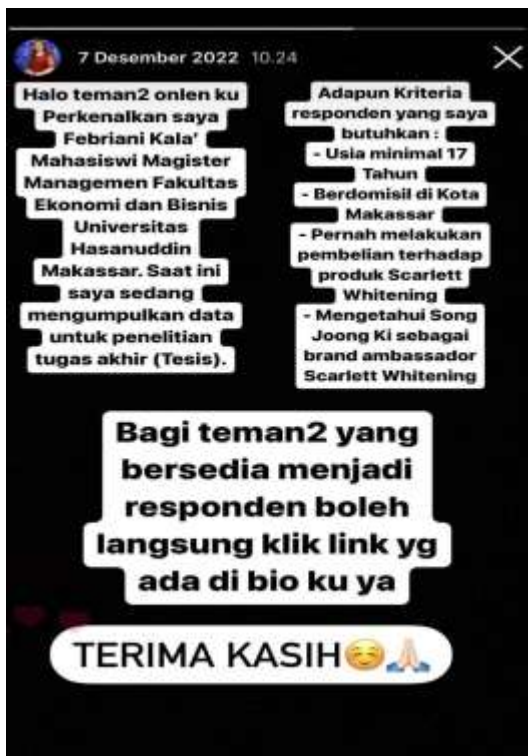
Google Form



Pamflet



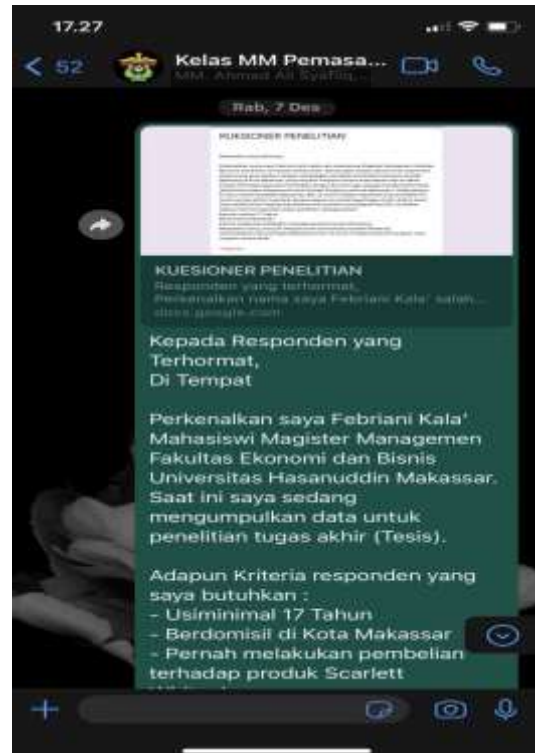
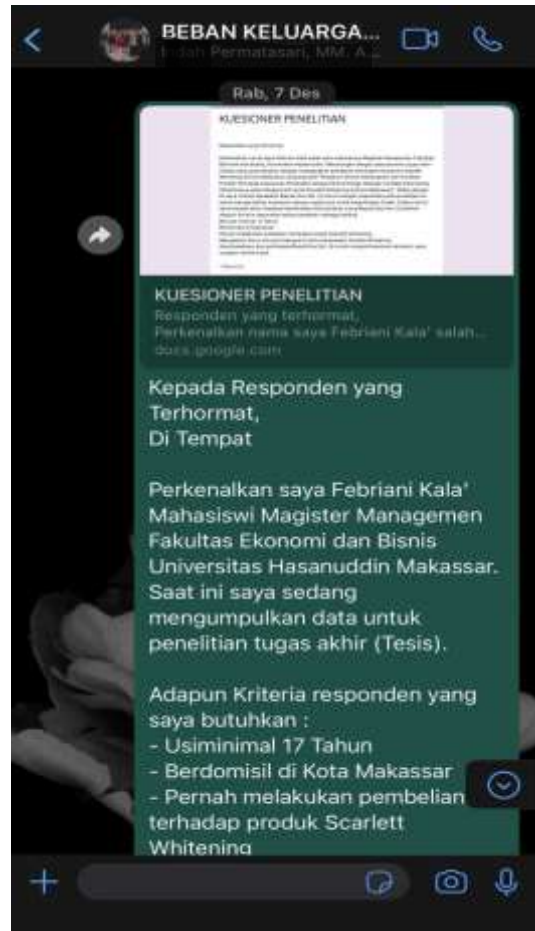
Instagram



Facebook



WhatsApp



Lampiran 7 Tanggapan Responden pada Google Form

