

LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian

Variabel	Indikator	Tolak Ukur	Skala
Terpaan Kampanye Iklan (X1)	Frekuensi Paparan Iklan	- Responden menyebutkan seberapa sering mereka melihat kampanye iklan <i>American Eagle Outfitters</i> di media sosial. - Responden menyebutkan apakah mereka pernah menemukan konten kreator atau pengguna media sosial lain yang membahas kampanye iklan AEO. - Responden menyebutkan apakah mereka pernah secara aktif dan disengaja mencari kampanye iklan AEO.	Ordinal (1-4)
	Intensitas Paparan Iklan	- Responden menjawab apakah mereka memerhatikan detail-detail visual yang ditampilkan dalam kampanye iklan AEO. - Responden menyebutkan apakah mereka memahami maksud dari visualisasi gerakan dan penampilan Sydney Sweeney dalam iklan tersebut. - Responden menyebutkan apakah mereka mengerti makna tersirat dari pesan iklan yang disampaikan, baik oleh narator maupun oleh Sydney Sweeney.	

	Durasi Paparan Iklan	• Responden menyebutkan perkiraan berapa lama mereka menghabiskan waktu saat menyimak kampanye iklan AEO. • Responden menyebutkan apakah mereka terdistraksi atau tidak ketika sedang menonton video kampanye iklan AEO tersebut. • Responden menyebutkan apakah mereka menonton keseluruhan video kampanye iklan AEO tanpa beralih ke konten lainnya.	
Reputasi Sydney Sweeney Sebagai <i>Human Brand (X2)</i>	<i>Autonomy</i>	• Responden menyebutkan apakah keputusan mereka untuk membeli produk AEO muncul atas kemauan sendiri dan bukan semata-mata karena dorongan dari kampanye iklan yang menampilkan Sydney Sweeney. • Responden menilai apakah kampanye iklan AEO yang menggaet Sydney Sweeney mampu memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian secara sukarela. • Responden menilai apakah terdapat unsur paksaan atau tekanan dalam kampanye iklan AEO yang menggaet Sydney Sweeney untuk mendorong konsumen membeli produk.	Ordinal (1-4)
	<i>Relatedness</i>	• Responden menyebutkan apakah terdapat kesamaan kepribadian,	

		minat, atau pandangan hidup antara mereka dan Sydney Sweeney sebagai <i>Human Brand</i> dari AEO. • Responden menyebutkan apakah kepribadian dan citra publik Sydney Sweeney yang kontroversial memengaruhi cara pandang mereka terhadap <i>brand American Eagle Outfitters</i>. • Responden menyebutkan apakah mereka merasakan keterikatan emosional terhadap AEO karena adanya kesamaan nilai atau identitas dengan Sydney Sweeney sebagai <i>Human Brand</i>-nya.	
	<i>Competence</i>	• Responden menilai apakah Sydney Sweeney memiliki kemampuan dan kapabilitas yang memadai sebagai talent iklan untuk mewakili <i>brand</i> AEO di hadapan konsumen. • Responden menyatakan apakah Sydney Sweeney dinilai cocok sebagai representasi dan personifikasi dari <i>brand American Eagle Outfitters</i>. • Responden menilai apakah AEO dianggap tepat dan kompeten dalam memilih Sydney Sweeney sebagai <i>Human Brand</i> dalam kampanye iklan mereka.	

	<i>Brand Favorability</i>	• Responden menyebutkan seberapa besar tingkat kesukaan mereka terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh <i>American Eagle Outfitters</i>. • Responden menilai seberapa suka mereka terhadap pelayanan yang diberikan oleh AEO, baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>. • Responden menyebutkan seberapa suka mereka terhadap konsep dan eksekusi kampanye iklan terbaru AEO yang menggaet Sydney Sweeney.	
	<i>Pleasantness</i>	• Responden menyebutkan apakah membeli dan memiliki produk AEO memberikan perasaan kesenangan atau kepuasan tersendiri bagi diri mereka. • Responden memberi tahu seberapa nyaman mereka ketika menggunakan atau memakai produk dari <i>American Eagle Outfitters</i>. • Responden memberi tahu apakah kualitas dan standar layanan yang diberikan oleh AEO mampu menciptakan rasa kenyamanan bagi konsumen.	
	<i>Goodness/Badness</i>	• Responden menyebutkan penilaian mereka terhadap kualitas produk AEO, apakah tergolong baik atau buruk	

		berdasarkan pengalaman dan persepsi mereka. • Responden menyebutkan penilaian mereka mengenai kualitas kampanye iklan AEO yang menggaet Sydney Sweeney, apakah dianggap baik atau justru buruk. • Responden menyebutkan apakah citra <i>image</i> brand AEO di mata konsumen menjadi baik atau justru memburuk setelah merilis kampanye iklan yang menggaet Sydney Sweeney.	
	<i>Appeal/Appealness</i>	• Responden menyebutkan apakah konsep kampanye iklan AEO yang menggaet Sydney Sweeney berhasil menarik perhatian mereka terhadap produk yang ditampilkan. • Responden menilai apakah produk-produk American Eagle Outfitters memiliki daya tarik yang cukup kuat untuk mendorong minat konsumen. • Responden menyebutkan apakah kampanye iklan AEO yang menggaet Sydney Sweeney memiliki daya tarik yang cukup kuat hingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.	

Keputusan Pembelian (Y)	Melakukan Pembelian	• Responden menyebutkan apakah mereka berencana atau bersedia untuk melakukan pembelian produk AEO dalam waktu dekat setelah terpapar kampanye iklan tersebut. • Responden menyebutkan apakah kampanye iklan terbaru AEO yang menggaet Sydney Sweeney secara langsung mendorong niat dan keputusan mereka untuk membeli produk. • Responden menyebutkan apakah mereka tetap ingin melanjutkan pembelian produk AEO meskipun sudah mengetahui dan mendengar berbagai opini negatif dari warganet terkait iklan tersebut.	Ordinal (1-4)
-------------------------	---------------------	---	---------------

	Menunda Pembelian	• Responden menyebutkan apakah mereka memilih untuk menunda keputusan pembelian produk AEO karena sedang mempertimbangkan pilihan dari merek fashion lain. • Responden menyebutkan apakah setelah melihat kampanye iklan AEO yang menggaet Sydney Sweeney, mereka justru menunda-nunda pembelian produk dan tidak segera mengambil keputusan. • Responden menyebutkan kemungkinan yang mereka ambil antara tetap melanjutkan pembelian atau mengurungkan niat pembelian setelah mempertimbangkan lebih lanjut.	
	Membatalkan Pembelian	• Responden menyebutkan apakah mereka pada akhirnya membatalkan rencana pembelian produk AEO meskipun sebelumnya sudah terpapar dan melihat kampanye iklan tersebut. • Responden menyebutkan apakah mereka memutuskan untuk tetap melanjutkan pembelian atau justru tidak jadi membeli setelah sempat berpikir untuk membatalkannya.	

		• Responden menyebutkan apakah kampanye iklan terbaru AEO yang menggaet Sydney Sweeney dinilai cukup meyakinkan dan persuasif sehingga mengurungkan niat mereka untuk membatalkan pembelian.	
--	--	--	--

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i yang Saya Hormati

Di Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Perkenalkan saya Anindhita Shahirah, mahasiswi prodi Ilmu Komunikasi tahun angkatan 2022, Universitas Diponegoro. Saat ini, saya sedang melaksanakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Kampanye Iklan *American Eagle Outfitters* yang Menggaet Sydney Sweeney dan Reputasi Sydney Sweeney Sebagai *Human Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Attitude* Sebagai Variabel Mediasi”** dengan tujuan untuk memenuhi gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Adapun salah satu cara untuk mendapatkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Untuk itu, saya mengharapkan Bapak/Ibu dan Saudara/i sekalian bersedia untuk mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, saya akan jamin kerahasiaannya untuk kepentingan akademik. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

1. Gambaran Umum Responden

Petunjuk: Bacalah setiap butir pertanyaan dan jawab dengan mengisi bagian kosong atau melingkari pilihan jawaban yang sesuai.

Nama Lengkap :

I. Pertanyaan Representasi Jawaban

1. Menurut Anda, tampilan iklan merupakan suatu hal yang mengganggu atau menyenangkan untuk ditonton?

- Mengganggu
- Menyenangkan

2. Menurut Anda, kampanye iklan dari suatu *brand*, khususnya *brand fashion*, menjadi pertimbangan Anda dalam melakukan keputusan pembelian?

- Ya
- Tidak

3. Seberapa banyak pengeluaran Anda (estimasi) untuk pembelian produk-produk *fashion* dalam sebulan?

- Kurang dari Rp 300.000,00
- 300.000,00 - 600.000,00
- 600.000,00 - 1.000.000,00
- Lebih dari 1.000.000,00

II. Pertanyaan Variabel

Petunjuk: Bacalah setiap butir pertanyaan yang tersedia dan berilah tanda centang () pada kotak yang menunjukkan pilihan Anda!

Terpaan Kampanye Iklan (X1)

4. Apakah Anda sering menjumpai iklan terbaru dari *brand American Eagle Outfitters* yang dibintangi oleh Sydney Sweeney di sosial media (TikTok, Instagram, dan Youtube) dalam waktu tiga bulan terakhir?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Sering
- Sangat Sering

5. Apakah Anda pernah melihat pengguna sosial media lain (TikTok, Instagram, dan Youtube) yang membahas tentang iklan dari *brand American Eagle Outfitters* yang dibintangi oleh Sydney Sweeney dalam waktu tiga bulan terakhir?

- Tidak Pernah
- Pernah
- Sering
- Sangat Sering

6. Apakah Anda memahami maksud dari visualisasi gerakan yang dilakukan oleh Sydney Sweeney dalam iklan terbaru *American Eagle Outfitters* yang dibintangi oleh Sydney Sweeney?

- Tidak Memahami
- Cukup Memahami
- Memahami
- Sangat Memahami

7. Apakah Anda mengerti makna dalam pesan iklan terbaru *American Eagle Outfitters* yang disampaikan oleh naratornya dan Sydney Sweeney?

- Tidak Mengerti
- Cukup Mengerti
- Mengerti
- Sangat Mengerti

Reputasi Sydney Sweeney Sebagai *Human Brand* (X2)

8. Apakah Anda merasa terdorong untuk membeli produk *American Eagle Outfitters* setelah melihat kampanye iklan yang dibintangi oleh Sydney Sweeney?

- Tidak Merasa Terdorong
- Cukup Merasa Terdorong
- Merasa Terdorong
- Sangat Merasa Terdorong

9. Apakah Anda mengetahui informasi terkait reputasi Sydney Sweeney yang sedang kontroversial karena *project* ia yang lainnya dan latar belakangnya yang ditunjukkan kepada media?

- Tidak Mengetahui
- Cukup Mengetahui
- Mengetahui
- Sangat Mengetahui

10. Apakah terdapat kesamaan antara kepribadian Anda dengan citra yang ditampilkan Sydney Sweeney dalam kampanye iklan *American Eagle Outfitters*?

- Tidak Terdapat Kesamaan
- Cukup Terdapat Kesamaan
- Terdapat Kesamaan
- Banyak Terdapat Kesamaan

11. Apakah menurut Anda, reputasi Sydney Sweeney yang sedang kontroversial tersebut dapat mengubah cara pandang Anda terhadap merek dan iklan *American Eagle Outfitters*?

- Tidak Mengubah
- Sedikit Mengubah
- Cukup Mengubah
- Sangat Mengubah

12. Apakah Anda merasa memiliki perasaan keterikatan dengan Sydney Sweeney karena memiliki kepribadian yang sama melalui reputasinya?

- Tidak Terikat
- Cukup Terikat
- Terikat
- Sangat Terikat

13. Apakah menurut Anda, Sydney Sweeney telah menunjukkan kemampuan yang baik sebagai *talent* dalam iklan terbaru *American Eagle Outfitters*?

- Tidak Baik
- Cukup Baik
- Baik
- Sangat Baik

14. Apakah menurut Anda, *American Eagle Outfitters* sudah tepat dalam memilih Sydney Sweeney sebagai personifikasi *brand* mereka?

- Tidak Tepat
- Cukup Tepat
- Tepat
- Sangat Tepat

Brand Attitude (Z)

15. Apakah Anda menyukai produk-produk *American Eagle Outfitters*?
- Tidak Suka
 - Cukup Suka
 - Suka
 - Sangat Suka
16. Apakah Anda menyukai konsep setiap kampanye iklannya *American Eagle Outfitters*?
- Tidak Suka
 - Cukup Suka
 - Suka
 - Sangat Suka
17. Apakah Anda menyukai pelayanan dari *American Eagle Outfitters* ketika membeli produk mereka, baik secara *online* atau *offline*?
- Tidak Suka
 - Cukup Suka
 - Suka
 - Sangat Suka
18. Apakah Anda merasa nyaman saat memakai produk-produk *American Eagle Outfitters*?
- Tidak Nyaman
 - Kurang Nyaman

- Nyaman
- Sangat Nyaman
- Sangat sering

19. Apakah setiap pembelian produk-produk *American Eagle Outfitters* memberikan Anda kesenangan?

- Tidak Suka
- Kurang Suka
- Suka
- Sangat Suka

20. Bagaimana menurut Anda mengenai kualitas produk *American Eagle Outfitters*?

- Tidak Baik
- Cukup Baik
- Baik
- Sangat Baik

21. Bagaimana menurut Anda *image American Eagle Outfitters* setelah merilis kampanye iklan dengan Sydney Sweeney?

- Tidak Baik
- Cukup Baik
- Baik
- Sangat Baik

22. Apakah Produk *American Eagle Outfitters* memiliki daya tarik yang kuat bagi Anda?

- Tidak Kuat
- Cukup Kuat
- Kuat
- Sangat Kuat

23. Apakah dengan menggandeng Sydney Sweeney, kampanye iklan *American Eagle Outfitters* menarik perhatian Anda?

- Tidak Menarik
- Cukup Menarik
- Menarik
- Sangat Menarik

Keputusan Pembelian (Y)

24. Apakah Anda berencana membeli produk *American Eagle Outfitters* dalam waktu dekat?

- Tidak
- Ya

25. Apakah Anda tetap merasa terdorong untuk segera membeli produk *American Eagle Outfitters*, meskipun terdapat orang lain yang tidak menyukai kampanye iklannya?

- Tidak Terdorong

- Cukup Terdorong
- Terdorong
- Sangat Terdorong

26. Apakah kampanye iklan *American Eagle Outfitters* dengan Sydney Sweeney cukup meyakinkan Anda untuk melanjutkan keputusan pembelian?

- Tidak Meyakinkan
- Cukup Meyakinkan
- Meyakinkan
- Sangat Meyakinkan

27. Apakah Anda akan menunda pembelian produk *American Eagle Outfitters* untuk mempertimbangkan opsi brand lain terlebih dahulu?

- Pasti Menunda
- Menunda
- Akan Menunda
- Tidak Menunda

28. Apakah Anda ingin membatalkan rencana pembelian produk *American Eagle Outfitters* meskipun telah melihat kampanye iklan dengan Sydney Sweeney?

- Ya
- Tidak

29. Apakah Anda tetap ingin melanjutkan keputusan pembelian produk *American Eagle*

Outfitters meskipun sempat berpikir untuk membatalkannya?

- Tidak Ingin Melanjutkan
- Cukup Ingin Melanjutkan
- Ingin Melanjutkan
- Sangat Ingin Melanjutkan

Lampiran 3 Tabulasi Data

Terpaan Kampanye Iklan (X1)

3	2	2	2	9
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	2	2	2	9
2	2	2	3	9
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
2	2	3	3	10
2	1	2	2	7
2	2	2	2	8
3	3	4	4	14
2	2	2	3	9
2	2	3	3	10
4	4	4	2	14
2	2	2	3	9
3	2	3	3	11
2	2	2	2	8
2	2	1	1	6
2	2	1	1	6
3	2	2	3	10
2	2	2	2	8
3	2	3	3	11
2	2	3	3	10

3	2	3	3	11
2	2	3	2	9
2	2	3	3	10
3	2	2	2	9
3	2	3	2	10
2	1	1	1	5
2	2	2	2	8
2	2	1	1	6
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	2	2	2	9
3	2	2	3	10
2	3	2	2	9
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	2	2	2	9
2	2	2	2	8
2	1	3	1	7
2	2	3	3	10
2	2	2	2	8
3	2	3	3	11
3	3	2	3	11
2	1	3	2	8
2	1	1	1	5
3	3	3	3	12

2	1	3	2	8
3	1	2	3	9
2	2	3	3	10
2	2	3	3	10
2	2	3	3	10
3	2	2	3	10
3	2	3	3	11
2	1	3	3	9
2	2	2	2	8
2	1	2	2	7
2	1	4	4	11
2	2	3	2	9
2	1	1	2	6
2	2	3	3	10
2	1	2	2	7
2	2	1	2	7
2	1	1	1	5
2	2	2	2	8
2	1	1	1	5
2	2	2	2	8
2	2	1	2	7
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
2	1	2	2	7
2	3	3	3	11
2	1	1	1	5

2	2	2	2	8
2	1	2	3	8
2	1	4	4	11
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
3	2	3	3	11
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
2	2	1	1	6
2	2	2	2	8
2	2	2	3	9
2	2	2	2	8
3	2	3	3	11
2	2	2	2	8
2	2	2	3	9
2	2	2	3	9
3	2	2	1	8
3	2	2	2	9
4	2	3	3	12
2	2	3	2	9
3	2	2	2	9
2	2	2	3	9
2	2	3	2	9
2	2	2	3	9
3	3	2	3	11

2	2	2	3	9
2	2	2	3	9
2	2	3	2	9
3	3	2	3	11
2	2	3	2	9
2	2	2	2	8
3	2	2	3	10
2	2	3	2	9
3	2	3	4	12
2	2	3	3	10
2	2	3	4	11
2	1	4	4	11
2	2	3	3	10
3	2	2	3	10
2	2	2	2	8
3	3	2	3	11
2	2	3	3	10
3	2	2	3	10
3	2	3	2	10
3	3	2	3	11
2	2	2	3	9
2	2	2	4	10
3	3	3	4	13
2	1	2	3	8
2	1	2	2	7
2	2	2	2	8

3	2	3	3	11
2	2	2	3	9
2	2	2	3	9
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
2	2	4	4	12
3	3	2	3	11
2	2	2	2	8
4	2	3	4	13
3	3	2	2	10
2	1	2	3	8
4	4	3	4	15
4	3	3	3	13
2	2	2	3	9
4	4	2	3	13
3	2	3	3	11
3	3	2	3	11
2	2	3	3	10
3	2	3	2	10
3	3	2	3	11
2	2	3	3	10
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	3	3	4	13
2	4	4	4	14
3	3	3	3	12

2	2	2	2	8
2	2	3	2	9
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
2	2	3	2	9
2	2	3	3	10
2	2	2	2	8

Reputasi Sydney Sweeney Sebagai *Human Brand* (X2)

2	2	2	3	2	2	3	16
1	3	1	3	4	4	4	20
1	1	1	1	4	2	2	12
1	3	1	4	4	3	4	20
1	2	2	2	4	4	4	19
2	3	1	4	4	3	4	21
1	2	2	3	4	3	4	19
2	3	1	4	3	4	3	20
1	3	1	4	4	3	3	19
2	2	3	2	2	3	3	17
1	4	1	4	4	3	4	21
1	4	1	3	4	3	4	20

1	2	1	3	4	3	3	17
1	3	1	4	4	4	4	21
2	3	3	3	2	3	2	18
2	3	1	3	4	2	3	18
1	2	1	3	4	3	3	17
1	2	1	2	4	4	4	18
2	1	1	2	4	3	3	16
1	3	1	3	4	4	4	20
2	2	2	2	3	3	1	15
3	3	1	2	3	2	2	16
2	2	2	1	4	3	3	17
2	2	2	3	3	2	2	16
1	2	1	1	4	3	3	15
3	3	3	3	2	2	2	18
3	3	2	1	3	2	2	16
2	2	2	2	3	2	2	15
2	2	1	1	4	3	3	16
3	3	1	2	4	3	3	19
2	1	1	1	4	3	2	14
2	2	1	1	3	2	2	13
2	1	1	3	4	3	3	17
1	2	1	2	4	3	3	16

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

2	3	1	2	3	4	4	19
2	2	2	2	2	2	2	14
2	2	1	2	3	3	3	16
1	3	1	4	4	1	1	15
2	2	1	3	4	3	4	19
1	2	1	1	4	3	3	15
3	1	2	1	3	3	2	15
1	1	1	1	4	3	3	14
2	2	1	2	4	3	3	17
1	1	1	1	4	4	3	15
2	2	2	2	4	2	3	17
2	1	1	2	4	3	3	16
1	2	1	4	4	4	4	20
1	2	1	2	4	3	3	16
1	3	1	3	4	3	4	19
1	3	2	4	4	4	4	22
2	1	1	2	4	3	3	16
1	2	1	3	4	4	4	19
2	1	1	2	4	3	3	16
2	1	2	3	3	3	3	17
2	3	1	1	4	2	2	15
3	3	3	2	2	2	2	17

3	3	2	1	4	1	1	15
2	3	1	1	4	2	2	15
2	2	2	3	3	3	3	18
2	3	1	1	4	1	2	14
2	2	1	3	4	3	3	18
1	2	1	3	4	3	4	18
1	1	1	2	4	3	4	16
1	4	1	3	4	3	4	20
2	4	2	1	3	1	1	14
1	2	1	3	4	3	4	18
1	3	2	2	4	3	3	18
2	3	2	3	3	2	4	19
2	2	1	3	3	3	3	17
2	3	1	2	3	2	3	16
1	2	1	3	4	3	4	18
4	2	4	3	3	2	3	21
4	3	4	2	4	4	4	25
4	3	4	2	3	3	4	23
4	3	4	2	4	4	4	25
4	2	4	4	4	4	4	26
4	2	4	2	3	3	3	21
4	2	4	2	4	3	3	22

3	2	4	3	4	3	4	23
4	2	4	2	4	3	3	22
4	3	3	3	3	3	3	22
4	2	4	2	4	3	2	21
3	1	3	2	3	3	2	17
3	1	3	2	4	2	2	17
4	2	4	3	4	3	3	23
4	3	3	4	4	4	4	26
4	2	4	2	4	4	4	24
4	2	4	4	4	3	2	23
4	3	4	1	4	3	4	23
4	2	4	1	4	3	3	21
3	2	4	2	3	2	2	18
3	4	4	3	4	2	3	23
4	2	4	3	4	4	4	25
4	2	4	1	4	2	3	20
4	3	4	2	4	3	4	24
3	2	2	1	3	1	1	13
3	2	4	2	4	3	2	20
4	3	4	3	4	3	4	25
4	3	4	4	4	4	4	27
2	2	3	2	3	2	2	16

4	3	4	1	4	1	2	19
4	2	4	4	4	4	4	26
4	3	4	2	4	3	3	23
4	2	4	3	4	2	3	22
3	3	4	2	4	2	3	21
4	4	4	3	4	3	4	26
4	2	4	3	4	3	4	24
4	2	4	2	4	3	3	22
4	3	4	3	4	4	4	26
4	3	4	3	4	3	3	24
4	3	4	3	1	1	1	17
4	2	4	3	4	2	2	21
3	3	3	3	3	2	3	20
4	2	4	2	4	3	4	23
4	2	4	3	4	3	3	23
3	2	4	2	4	3	3	21
4	3	4	4	4	4	4	27
3	2	4	2	4	2	2	19
4	2	3	2	4	3	3	21
4	3	4	3	4	3	3	24
4	4	4	3	2	3	3	23
4	3	4	3	4	3	4	25

4	4	4	4	4	3	4	27
2	3	2	2	2	3	3	17
4	3	4	2	4	3	4	24
4	2	4	2	4	1	1	18
4	3	4	2	4	3	3	23
4	3	4	2	4	3	2	22
4	4	4	4	4	3	3	26
4	3	4	2	4	4	3	24
3	3	4	1	3	3	3	20
4	3	4	1	4	4	4	24
3	3	2	3	1	1	1	14
3	3	3	3	3	1	1	17
2	3	4	2	3	3	3	20
3	3	2	3	2	2	2	17
4	3	4	4	4	3	3	25
3	2	4	2	4	1	3	19
4	3	4	1	4	3	3	22
4	2	4	2	4	4	4	24

Brand Attitude (Z)

2	2	2	3	2	2	4	1	2	20
2	2	2	3	3	2	4	1	4	23
3	1	1	1	2	2	4	2	3	19
2	3	2	3	3	2	4	2	4	25

1	1	2	3	1	2	3	2	3	18
2	2	3	3	3	3	4	2	3	25
1	1	1	1	1	2	4	1	4	16
2	2	2	3	2	2	4	1	3	21
1	2	2	3	3	3	4	2	3	23
3	3	3	3	3	2	3	2	3	25
3	2	2	3	3	3	4	2	4	26
4	3	3	4	4	3	4	3	4	32
2	2	2	2	2	2	4	2	4	22
3	1	3	4	3	3	4	2	4	27
3	3	3	3	3	4	2	4	1	26
3	3	2	4	3	4	4	2	4	29
2	1	2	2	1	3	4	1	4	20
2	2	2	3	3	4	4	2	4	26
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
3	2	3	3	3	3	4	2	4	27
3	2	2	3	4	2	3	3	3	25
2	3	3	3	3	2	4	1	3	24
2	2	3	3	3	3	3	2	3	24
2	3	2	3	3	2	3	2	3	23
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
4	4	4	4	4	4	1	4	1	30
3	3	3	3	3	3	2	2	3	25
2	2	2	2	2	2	3	2	3	20
2	3	2	3	3	2	3	2	3	23
2	2	2	3	3	2	2	3	2	21
3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
1	1	2	1	1	2	3	1	4	16
3	3	3	3	4	3	2	3	2	26
3	2	3	3	4	4	2	3	1	25
2	1	1	2	1	1	4	1	4	17
1	1	1	1	1	2	4	1	4	16
2	2	2	3	3	2	4	2	3	23
2	2	2	3	3	3	2	2	2	21
3	2	2	3	3	3	2	1	2	21

3	3	2	3	3	3	2	3	2	24
2	2	3	3	3	3	2	2	2	22
3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
4	4	3	3	3	4	2	2	2	27
1	2	1	1	1	2	3	1	4	16
3	2	2	3	3	2	3	2	3	23
4	3	3	3	3	3	2	3	2	26
2	1	2	3	3	3	4	1	4	23
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
1	1	2	2	2	2	4	1	4	19
2	2	2	3	3	3	2	3	3	23
3	2	2	2	2	2	3	2	3	21
2	2	3	3	3	2	4	2	3	24
2	1	3	3	3	2	4	2	4	24
2	2	3	3	3	3	4	2	3	25
2	3	4	3	3	2	3	3	3	26
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
1	2	1	2	2	3	4	1	1	17
4	1	4	3	3	3	4	2	3	27
2	2	2	3	2	2	3	2	3	21
2	1	2	2	3	2	3	2	3	20
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
1	1	1	1	1	1	4	1	4	15
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
2	2	2	2	2	2	3	2	2	19
2	2	2	3	3	2	4	1	4	23
2	2	2	2	2	2	3	2	3	20
2	3	3	3	3	3	4	2	3	26
2	2	2	3	3	3	4	2	4	25
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
3	2	2	3	3	3	4	2	3	25
2	2	2	3	3	3	3	3	3	24
2	2	2	3	3	3	2	3	2	22
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
3	2	2	3	3	3	2	3	1	22
2	2	2	3	3	3	2	1	4	22

3	3	3	3	3	3	2	2	3	25
3	3	2	3	3	3	1	2	2	22
2	1	2	3	3	2	3	2	3	21
2	2	2	3	3	2	4	1	4	23
2	2	2	3	3	3	2	2	3	22
3	2	3	3	3	4	3	2	4	27
3	2	2	3	3	3	2	2	1	21
1	2	1	2	1	2	4	1	4	18
2	2	2	3	3	2	3	1	3	21
2	2	3	4	3	3	3	2	3	25
2	3	3	3	3	2	3	2	3	24
2	1	3	3	3	3	4	2	3	24
2	1	3	2	3	2	4	1	4	22
2	1	2	2	3	2	3	3	3	21
2	1	2	2	1	2	4	1	4	19
2	2	2	2	3	2	4	1	2	20
2	1	2	1	1	2	4	1	4	18
2	2	2	3	2	1	4	1	4	21
2	3	4	3	2	2	2	2	3	23
3	3	3	2	3	2	3	1	4	24
3	2	3	3	2	1	4	1	4	23
3	3	4	3	3	2	4	1	4	27
3	2	1	3	3	3	2	1	2	20
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
2	3	2	2	3	3	2	3	3	23
2	2	2	3	3	3	2	3	2	22
3	1	2	1	2	2	3	2	3	19
3	2	3	3	4	3	4	1	4	27
3	3	3	4	3	3	4	2	4	29
1	1	1	3	3	2	4	2	4	21
3	1	1	1	3	2	4	1	4	20
2	3	1	2	1	2	4	1	4	20
1	3	1	1	1	2	2	1	2	14
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
2	1	2	2	1	2	4	1	4	19
2	2	2	3	3	2	3	1	4	22
1	1	1	1	1	3	4	1	3	16
2	3	2	3	2	2	2	2	3	21

2	2	3	3	3	2	3	2	3	23
2	1	1	1	1	2	4	1	4	17
2	1	2	1	2	1	4	1	4	18
3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
1	4	2	3	2	1	2	1	2	18
2	1	2	3	3	3	4	2	4	24
1	2	1	1	1	1	3	1	3	14
1	2	2	2	2	2	3	1	4	19
3	2	2	3	3	3	4	2	2	24
2	2	2	3	3	2	4	1	4	23
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
2	1	3	3	3	2	4	2	4	24
2	1	1	2	2	2	4	1	4	19
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
2	2	2	3	3	3	2	2	1	20
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
2	3	2	3	3	2	3	2	3	23
3	1	3	3	3	2	4	1	4	24
2	2	2	3	3	2	4	1	4	23
2	2	2	3	3	2	3	2	2	21
4	1	4	4	3	3	4	3	4	30
2	3	2	3	3	2	2	2	3	22
3	1	3	3	3	3	3	1	4	24
3	2	3	2	3	3	3	1	3	23
2	2	2	2	3	2	4	1	3	21
2	1	2	3	3	3	4	1	4	23
1	1	1	1	1	2	4	1	4	16
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
2	2	2	3	3	3	3	2	4	24
2	2	1	2	3	2	2	2	1	17
2	2	2	3	3	2	3	1	3	21
3	3	2	3	3	3	2	3	2	24
2	2	3	3	3	2	4	2	4	25
1	1	1	1	1	1	4	1	4	15
2	3	2	3	3	3	2	2	1	21
1	1	1	2	1	2	4	1	4	17
2	4	2	3	4	3	2	1	1	22
3	3	3	4	3	4	1	4	1	26

2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
1	1	2	3	2	2	4	1	4	20
2	2	2	3	3	3	1	2	3	21
2	2	2	3	3	2	3	1	2	20
2	2	2	3	3	2	4	2	4	24

Keputusan Pembelian (Y)

4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	2	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	3	4	4	23
4	3	3	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
1	3	4	3	4	4	19
4	4	4	4	1	4	21
1	2	3	3	1	3	13
4	4	4	3	4	4	23
1	4	4	4	4	4	21
4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	2	1	3	18
4	4	4	4	4	4	24
1	2	2	2	4	3	14
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	1	1	2	14
1	3	3	1	1	2	11
4	3	3	3	1	3	17
1	2	2	1	1	2	9
1	2	2	1	1	1	8
4	3	3	3	4	3	20
4	4	3	1	4	3	19

4	3	3	2	1	4	17
4	3	3	2	1	3	16
1	3	3	1	1	3	12
4	3	3	3	1	3	17
4	4	3	3	1	3	18
4	4	4	3	4	4	23
1	2	2	1	1	2	9
4	2	1	1	4	1	13
1	4	4	4	4	4	21
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	2	1	3	18
4	3	3	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
1	2	2	1	1	2	9
1	3	3	3	1	3	14
1	2	2	3	1	2	11
1	3	3	1	1	2	11
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	1	1	2	16
1	2	2	1	1	2	9
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	1	1	3	15
4	2	2	2	1	3	14
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
1	3	3	3	4	4	18
4	3	2	3	4	4	20
4	3	3	2	1	3	16
4	4	4	4	1	4	21
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	3	4	4	23
1	3	3	4	1	2	14
4	4	4	1	1	3	17
4	3	3	3	1	3	17
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	1	3	17

4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	1	3	19
1	4	4	2	4	4	19
1	4	4	4	4	4	21
4	3	3	3	1	3	17
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	1	4	20
1	3	3	3	4	3	17
1	3	3	3	1	2	13
1	2	2	1	1	2	9
1	3	3	1	1	3	12
4	4	3	3	1	3	18
1	3	3	2	1	3	13
1	2	2	1	1	2	9
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
4	3	3	3	1	4	18
4	2	3	1	1	2	13
4	1	1	1	4	2	13
4	4	4	3	4	4	23
4	3	3	3	4	4	21
1	3	4	2	4	3	17
1	3	3	3	4	3	17
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	1	4	21
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	2	4	4	22
4	4	3	4	4	3	22
4	4	3	3	1	2	17
4	4	4	3	1	4	20
4	3	3	3	1	3	17

1	2	2	1	1	2	9
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
1	4	4	4	4	4	21
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	1	2	19
4	4	3	4	1	4	20
4	3	3	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	3	1	4	4	20
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
1	2	2	1	4	2	12
4	4	4	4	1	2	19
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	2	4	4	22
4	4	3	3	4	3	21
4	4	1	3	1	4	17
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	1	3	18
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	3	1	3	19
4	3	3	2	4	3	19
4	4	3	4	4	4	23
4	3	3	3	4	4	21
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	3	4	4	23

4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	2	1	3	17
4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	4	4	4	22
4	4	4	2	1	3	18
1	3	2	3	1	3	13
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	1	3	17
4	4	4	3	4	4	23
1	2	1	1	1	1	7
1	2	2	1	1	1	8
4	3	3	2	1	4	17
4	3	3	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	2	2	3	1	2	14
4	3	3	2	4	2	18
4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 4 Uji Validitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	122.14	586.538	.337	.	.735
P2	121.66	585.232	.310	.	.735
P3	122.46	590.138	.223	.	.737
P4	122.06	583.350	.303	.	.734
P5	121.94	592.173	.083	.	.739
P6	121.26	592.550	.072	.	.739
P7	121.03	599.793	-.100	.	.742
P8	123.06	578.467	.636	.	.731
P9	120.66	596.644	-.002	.	.740
P10	123.20	579.282	.614	.	.731
P11	122.03	592.793	.078	.	.739
P12	122.97	577.029	.515	.	.731
P13	122.14	573.361	.559	.	.729
P14	122.43	568.017	.662	.	.726
P15	122.63	576.299	.651	.	.730
P16	122.54	568.197	.763	.	.726
P17	122.63	579.358	.551	.	.732
P18	121.94	569.703	.624	.	.727
P19	121.94	569.703	.624	.	.727
P20	122.09	573.669	.660	.	.729
P21	122.57	564.899	.710	.	.725
P22	122.83	576.793	.585	.	.730
P23	122.46	561.903	.697	.	.723
P24	123.06	570.232	.556	.	.728
P25	123.03	572.676	.770	.	.728
P26	122.89	565.222	.836	.	.724
P27	122.49	572.904	.507	.	.729
P28	122.43	587.017	.174	.	.737
P29	122.46	562.608	.482	.	.725
P30	122.80	564.224	.794	.	.724
Total	62.20	149.224	1.000	.	.890