

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Matriks Penelitian

No	Variabel	Indikator	Tolok Ukur
1	Terpaan Kampanye #WeAreMore	Pengetahuan tentang nama Program kampanye	Responden mengetahui tentang Kampanye XL
		Pengetahuan tentang isi pesan kampanye	Responden mengetahui isi pesan yang terdapat di Kampanye #WeAreMore XL
		Pengetahuan tentang konsep iklan kampanye	Responden mengetahui konsep iklan kampanye yang terdapat di Kampanye #WeAreMore XL
		Pengetahuan tentang promosi Kampanye	Responden mengetahui promosi yang terdapat dalam Kampanye #WeAreMore XL
		Pengetahuan tentang konten Kampanye	Responden mengetahui konten yang diunggah dalam Kampanye #WeAreMore XL
		Pengetahuan tentang tagline Kampanye	Responden mengetahui tagline yang terdapat di Kampanye #WeAreMore XL
2	Terpaan <i>Online Customer Review</i> pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	Menerima informasi mengenai sebuah produk dari OCR yang pernah dibaca	Responden mengetahui tentang <i>Online Customer Review</i> yang pernah dibaca

		Menerima informasi mengenai produk XL dalam OCR yang pernah dibaca dari kolom komentar Instagram @Myxl	Responden mengetahui tentang produk XL dalam <i>Online Customer Review</i> yang pernah dibaca dari kolom komentar Instagram @Myxl
		Menerima informasi mengenai topik OCR pada kolom komentar Instagram @Myxl yang pernah dibaca	Responden mengetahui tentang topik <i>Online Customer Review</i> pada kolom komentar Instagram @Myxl yang pernah dibaca
3	Loyalitas Pelanggan XL	Merekomendasikan kepada orang lain	Responden pernah merekomendasikan produk XL kepada orang lain
		Melakukan Transaksi ulang	Responden akan tetap memakai produk XL
		Tetap menggunakan produk XL	Responden tidak akan pindah ke brand lain

## **Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian**

Halo teman – teman!

Perkenalkan saya Putri Febrianti, selaku Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Pada saat ini saya sedang mengerjakan tugas akhir yang bermaksud melakukan penelitian mengenai Terpaan Kampanye #WeAreMore XL dan Terpaan *Online Customer Review* pada kolom komentar Instagram @Myxl.

Anda dapat mengikuti survey ini jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 18 – 34 tahun
2. Pengguna Provider XL
3. Pernah melihat Instagram @Myxl
4. Pernah melihat review pada kolom komentar Instagram @Myxl

Hasil dari survey ini akan digunakan sebagai semestinya, artinya data dan informasi yang ada dalam survey ini akan terjaga kerahasiannya. Atas partisipasi dan kerjasama Anda, saya ucapkan Terima kasih

Salam, Feby

### **Kuisisioner**

#### **Identitas Responden**

Petunjuk : Bacalah setiap butir pertanyaan dan jawab dengan sejujurnya

1. Nama :

2. Usia :
3. Pekerjaan
4. Jenis Kelamin :
  - a. Laki – laki
  - b. Perempuan
5. No.hp (WA) :
6. Domisili :
7. Kartu SIM Card yang sedang anda gunakan :

*(Jika Anda tidak menggunakan XL jangan teruskan survey ini. Terima kasih atas partisipasinya)*

  - a. Telkomsel
  - b. Axis
  - c. XL
  - d. IM3
  - e. Lainnya....
8. Media Sosial yang paling sering anda gunakan :
  - a. Facebook
  - b. Twitter
  - c. Instagram
  - d. Youtube
  - e. TikTok
  - f. Lainnya....

**Variabel X. (Terpaan Kampanye #WeAreMore XL)**

1. Apa nama program kampanye XL yang Anda ketahui?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Xtra Sabar
- Semakin Untung
- WeAreMore
- Jadi Bisa
- Bersama Jadi Lebih Baik
- Berasa Xtra
- Ada Untuk Indonesia
- Internet Baik
- #BBB Bisa Bangkit Bersama
- Bersatu Untuk Indonesia

2. Menurut Anda, isi pesan yang ada di Kampanye We Are More adalah?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Menemani lebih maju disetiap langkah kehidupanmu
- Mendukung kesuksesan pelanggan saat melewati tahapan yang berbeda
- Ini hanyalah awal untuk hal-hal baik yang lebih baik untuk yang akan datang
- Kebaikan kecil dapat mengubah banyak hal
- Mulai kebaikan di lingkungan Keluarga

- Let's Love Yourself
- Terus melangkah lebih baik kedepannya
- Karena semua jadi bisa
- Ini cara kita berbagi cerita
- Lakukan kebaikan dari hal yang terkecil

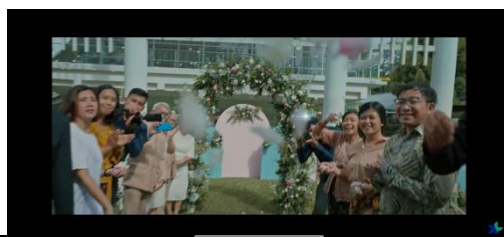
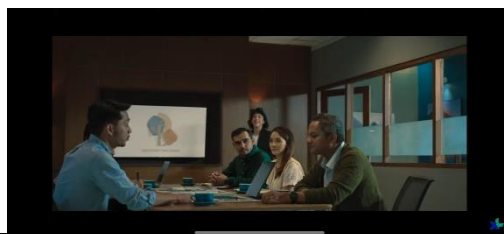
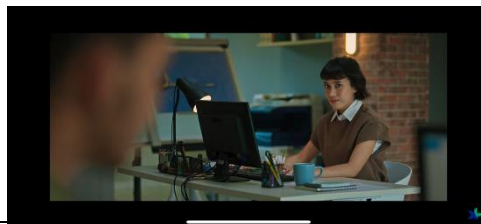
3. Dari Informasi dibawah ini, manakah *scene* yang menggambarkan Kampanye #WeAreMore?

(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)

- Seorang remaja perempuan yang memasuki dunia perguruan tinggi lalu menemukan cintanya
- Seorang remaja perempuan mempresentasikan pekerjaannya kepada client
- Seorang remaja perempuan sedang melakukan kerja kelompok bersama teman-temannya
- Seorang ibu sedang memberikan makan kepada anak dan suaminya
- Seorang ayah dan ibu sedang mengantarkan anaknya ke sekolah
- Seorang remaja perempuan yang sedang bekerja di tempat makan
- Sebuah keluarga sedang melakukan foto bersama
- Seorang kakek dan nenek sedang melakukan panggilan video kepada anaknya
- Seorang remaja perempuan sedang menjalani wisuda
- Seorang anak kecil sedang bermain bersama teman-temannya

4. Dari beberapa pilihan gambar dibawah ini, manakah informasi yang merupakan latar tempat pada iklan Kampanye #WeAreMore?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*





5. Dari informasi dibawah ini, manakah yang termasuk promosi dalam kampanye #WeAreMore XL yang kamu ketahui?



*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Bonus Double Kouta Setahun Penuh (111GB + 21GB)
- Akses Unlimeted nonton Youtube Shorts Rp1
- Merdeka Deals
- Paket Akrab
- Bonus Video Platinum Gratis
- Flash Sale Jabar
- Giveaway Samsung M32
- Menangkan Iphone 14
- Flash Sale 12.12
- Unlimeted Turbo

6. Dari informasi dibawah ini, apa saja yang kamu ketahui mengenai konten yang diunggah dalam Kampanye #WeAreMore XL yang kamu ketahui?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Mudik Lebaran Seru
- Ada Untuk Indonesia Bersama Keluarga
- Momen 17'an bersama keluarga
- Youtube Shorts
- 2023 New Plan New Hope
- Ramadhan Deals
- Streaming Time
- Banyak Kebajikan Tanpa Alasan

- Jadi Bisa Musik
- Karena XL semua jadi bisa
- Mannequin Challenge

7. Dari informasi dibawah ini, tagline apa saja yang termasuk dalam Kampanye #WeAreMore XL?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- #AdaUntuKKebaikan
- #MoreUntukIbu
- #AdaDiShortChallenge
- #AdaUntukIndonesia
- #AkrabSamaIbu
- #IniCaraKita
- #JadiLebihBaik
- #JadiBisa
- #BukaObrolanBukaKesempatan
- #XLentWeekend

**Variabel X<sub>2</sub> (Terpaan OCR pada Kolom Komentar Instagram @Myxl)**

8. Dari beberapa pilihan berikut ini, Anda mendapatkan ulasan mengenai produk atau jasa yang ingin Anda gunakan melalui media?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Instagram

- Tiktok
- Twitter
- Facebook
- Google Review
- Youtube
- Telegram

9. Dari Informasi dibawah ini, Produk XL apa saja yang terdapat pada kolom komentar

Instagram @Myx1?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Paket XL
- XL Prabayar
- XL Prioritas
- XL Home
- XL Pascabayar
- AXIS
- LiveOn
- Internet Sakti
- Freedom Internet
- By.U Unlimited

10. Dari Informasi dibawah ini, Fasilitas produk XL apa saja yang terdapat pada Kolom komentar Instagram @Myx1?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Unlimited Internet
- Bundling smartphone
- Worry-Free SMS
- Akses langganan Iflix
- Unlimited WhatsApp, Line, BBM
- Unlimited Nelfon ke XL dan AXIS ataupun Operator lain
- Unlimited SMS Anynet
- Akses Langganan Disney+
- TCash
- Akses langganan Udemy

11. Dari Informasi dibawah ini, apa saja topik yang dibahas pada kolom komentar Instagram @Myx1?

*(Jawaban bisa memilih lebih dari satu)*

- Harga
- Jaringan yang buruk
- Registrasi SIM
- Aplikasi myXL
- Promosi produk XL
- Streaming Film
- Paketan XL

- Fisik SIM Card
- Lokasi Kantor
- Informasi Brand Lain

**Variabel Y (Loyalitas Pelanggan XL)**

12. Saya akan memberikan rekomendasi mengenai produk XL kepada orang terdekat saya

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

Setuju

13. Saya akan terus menggunakan produk XL

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

Setuju

14. Saya kemungkinan akan pindah ke brand provider lain

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Setuju

Sangat Tidak Setuju

**Lampiran 3 Tabel Induk**

RESPONDEN	Terpaan Kampanye #WeAreMore								Terpaan <i>Online Customer</i> Review pada Kolom Komentar Instagram @Myxl					Loyalitas Pelanggan XL			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total	P1	P2	P3	P4	TOTAL	P1	P2	P3	TOTAL
1	6	6	5	6	5	5	5	39	5	6	5	4	20	7	6	7	20
2	7	5	7	7	5	7	7	47	7	6	6	5	24	6	7	7	20
3	6	5	7	5	5	5	5	35	6	5	6	5	22	7	7	8	22
4	4	3	4	3	4	5	4	27	4	3	4	3	14	6	7	6	19
5	6	7	6	6	6	5	7	43	5	4	6	5	20	7	8	8	23
6	7	6	4	5	5	4	5	36	5	4	5	3	17	7	6	5	18
7	5	4	5	5	5	7	5	37	4	6	5	4	19	8	10	10	28
8	4	4	3	3	6	4	4	28	3	4	5	3	15	6	7	4	17
9	6	6	6	5	5	7	4	39	5	6	4	5	20	10	10	8	28
10	5	6	7	4	5	6	6	41	6	5	4	5	20	9	8	9	26
11	6	5	6	5	6	4	5	37	5	4	4	5	18	9	7	8	24
12	4	4	6	4	5	4	5	32	4	5	5	4	18	8	8	9	25
13	5	6	5	6	5	5	5	38	6	5	4	5	20	7	7	8	22
14	6	5	5	6	6	6	4	38	5	4	6	5	20	8	7	9	24
15	5	6	5	6	6	4	4	36	5	4	5	5	19	8	8	9	25
16	6	6	5	5	5	4	6	37	4	5	6	5	20	9	9	8	26

17	6	6	6	6	5	5	5	39	5	4	6	4	19	7	9	8	24
18	5	6	6	5	7	6	6	39	6	5	5	6	22	9	8	9	26
19	5	5	5	6	6	5	5	37	4	5	4	5	18	8	7	8	23
20	6	6	6	4	5	6	6	39	6	4	5	4	19	9	7	9	25
21	6	5	6	6	5	6	6	40	6	5	6	5	22	10	8	8	26
22	6	6	6	7	6	7	7	46	5	6	5	5	21	7	8	9	24
23	6	5	4	5	4	4	6	35	4	5	5	4	18	8	6	8	22
24	5	5	4	6	5	6	5	35	5	6	4	5	20	8	7	8	23
25	6	5	4	6	5	6	5	37	5	4	5	4	18	8	9	9	26
26	5	6	5	5	4	5	4	36	6	5	5	6	22	9	8	10	27
27	5	6	6	4	6	4	6	36	6	5	4	4	19	9	8	10	27
28	6	5	6	6	5	6	5	40	5	5	5	6	21	8	9	8	25
29	7	7	7	5	6	6	5	44	6	5	6	5	22	8	8	10	26
30	6	5	6	6	5	5	4	36	6	5	6	5	22	9	9	9	27
31	7	7	6	7	6	5	7	45	5	7	6	5	23	7	6	8	21
32	4	5	4	4	5	4	5	31	4	5	5	6	20	8	7	8	23
33	6	5	4	6	5	4	6	36	5	6	4	5	20	9	8	9	26
34	5	6	5	5	6	5	5	37	6	5	6	5	22	8	7	8	23
35	5	5	4	5	5	5	5	34	4	6	5	6	21	9	7	9	25
36	4	5	4	5	5	6	5	34	5	4	5	5	19	8	9	8	25
37	5	5	5	6	5	5	4	35	4	5	6	4	19	8	8	9	25
38	6	6	5	4	5	6	5	37	6	5	4	5	20	8	9	8	25

39	5	6	6	5	5	5	4	36	5	4	5	6	20	10	8	8	26
40	4	3	4	5	4	4	5	29	4	3	4	4	15	6	7	5	18
41	6	4	5	6	6	5	6	38	6	4	4	6	20	8	9	8	25
42	5	4	5	5	6	6	6	37	4	6	5	5	20	9	8	8	25
43	6	5	4	4	5	4	6	34	4	5	6	6	21	9	9	9	27
44	5	5	6	6	6	5	5	38	5	6	5	6	22	10	8	8	26
45	4	6	5	5	6	5	6	37	5	6	5	5	21	7	10	9	26
46	6	5	5	4	6	6	5	37	6	5	5	6	22	8	8	8	24
47	5	5	6	5	5	7	6	39	5	5	6	4	20	10	8	8	26
48	5	6	6	4	6	6	7	40	6	7	6	6	25	9	8	9	26
49	6	5	6	5	6	6	5	39	5	5	4	5	19	9	9	9	27
50	7	6	6	6	4	4	5	38	5	4	4	6	19	7	9	8	24
51	6	6	6	5	4	5	5	37	5	6	6	5	22	10	8	9	27
52	6	5	6	4	6	6	5	38	6	5	6	5	22	8	7	8	23
53	5	6	6	5	6	4	6	38	4	6	5	6	21	9	7	9	25
54	6	5	5	6	5	6	6	39	6	5	4	5	20	9	8	8	25
55	5	6	7	5	6	5	4	38	7	5	6	6	24	8	9	10	27
56	7	6	6	5	7	5	6	42	6	5	5	5	21	8	9	7	24
57	6	6	7	6	6	7	5	43	5	6	6	6	23	9	8	8	25
58	4	5	5	4	5	6	4	33	6	4	4	5	19	7	8	9	24
59	6	5	5	6	6	5	5	38	6	5	4	6	21	7	8	9	24
60	5	5	6	5	6	4	5	36	5	5	6	4	20	9	9	8	26



61	5	6	5	6	6	6	6	40	6	5	5	6	22	7	10	8	25
62	5	4	6	5	5	6	6	37	5	4	4	5	18	9	8	8	25
63	7	5	5	5	4	3	7	36	4	5	6	4	19	6	5	4	15
64	6	6	5	6	5	5	6	39	6	5	5	6	22	8	7	9	24
65	3	4	5	4	3	4	3	26	3	4	3	4	14	5	6	5	16
66	6	5	6	5	6	6	5	39	6	6	5	4	21	7	9	8	24
67	6	4	5	6	5	4	6	36	5	5	5	6	21	9	10	8	27
68	5	5	6	4	6	6	5	37	5	6	6	4	21	8	8	8	24
69	3	4	3	5	2	3	3	23	4	5	4	5	18	5	4	8	17
70	6	7	6	7	5	7	6	44	7	6	6	5	24	8	8	7	23
71	6	7	6	7	6	6	5	43	5	4	5	5	19	7	8	8	23
72	5	6	7	5	5	6	5	39	6	5	6	5	22	8	7	9	24
73	6	5	6	5	6	4	5	37	5	6	4	6	21	8	6	8	22
74	4	6	7	4	5	6	4	36	6	5	6	5	22	7	7	7	21
75	6	5	4	5	6	5	6	37	5	4	5	6	20	10	8	8	26
76	5	4	5	6	7	6	4	37	7	6	6	5	24	8	9	9	26
77	6	5	6	5	6	4	6	38	6	5	5	6	22	7	8	9	24
78	4	6	6	5	6	4	5	36	5	6	6	6	23	6	8	10	24
79	6	4	6	5	5	6	6	38	5	6	6	5	22	8	10	8	26
80	5	6	5	4	6	5	3	34	4	5	5	4	18	6	5	5	16
81	4	5	5	5	4	5	6	34	4	6	6	5	21	10	6	8	24
82	6	6	5	4	6	6	4	37	6	5	5	6	22	8	8	9	25

83	5	4	6	5	6	5	5	36	5	5	4	5	19	8	7	8	23
84	6	5	5	6	5	6	5	38	5	6	4	4	19	10	10	6	26
85	7	5	6	5	6	4	5	38	5	4	6	5	20	6	8	8	22
86	5	6	5	5	7	6	6	40	5	5	6	6	22	7	10	8	25
87	6	7	6	6	5	4	5	39	5	6	6	7	24	8	8	8	24
88	5	6	5	5	4	6	6	37	5	7	4	6	22	7	8	8	23
89	6	5	5	6	5	4	6	37	6	5	4	6	21	8	9	9	26
90	5	6	7	4	7	5	5	39	5	6	6	5	22	9	8	8	25
91	5	6	6	5	5	6	4	37	6	5	6	5	22	9	10	8	27
92	5	5	4	6	5	5	3	33	5	4	4	6	19	5	4	5	14
93	6	5	6	5	5	6	6	39	5	6	5	5	21	8	8	8	24
94	7	6	5	6	5	4	5	38	5	6	5	4	20	7	6	8	21
95	6	5	6	5	6	5	5	38	6	4	5	4	19	9	8	9	26
96	6	6	5	5	4	6	7	39	6	4	6	4	20	8	7	7	22
97	5	6	5	5	6	7	5	39	6	5	5	6	22	6	9	8	23
98	6	6	7	4	5	6	6	40	5	6	5	5	21	7	8	7	22
99	6	5	4	6	5	5	5	36	5	6	4	5	20	8	8	8	24
100	5	5	6	5	4	5	6	36	5	4	5	6	20	8	8	6	22

### Lampiran 4 Tabel Uji Validitas Terpaan Kampanye #WeAreMore

Correlations

		Nama Program Kampanye #WeAreMore	Isi Pesan Kampanye #WeAreMore	Scene Iklan Kampanye #WeAreMore	Latar Tempat Iklan Kampanye #WeAreMore	Promosi Dalam Kampanye #WeAreMore	Konten Yang Diunggah Dalam Kampanye #WeAreMore	Tagline Kampanye #WeAreMore	TOTAL Terpaan Kampanye #WeAreMore
Nama Program Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 29	,524** ,004 29	,369* ,049 29	,546** ,002 29	,287 ,131 29	,280 ,141 29	,375* ,045 29	,700** ,000 29
Isi Pesan Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,524** ,004 29	1 ,413* ,026 29	,413* ,026 29	,350 ,062 29	,291 ,126 29	,048 ,803 29	,350 ,063 29	,649** ,000 29
Scene Iklan Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,369* ,049 29	,413* ,026 29	1 ,202 ,292 29	,202 ,292 29	,380* ,042 29	,368* ,049 29	,450* ,014 29	,668** ,000 29
Latar Tempat Iklan Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,546** ,002 29	,350 ,062 29	,202 ,292 29	1 ,373* ,046 29	,373* ,046 29	,397* ,033 29	,318 ,093 29	,691** ,000 29
Promosi Dalam Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,287 ,131 29	,291 ,126 29	,380* ,042 29	,373* ,046 29	1 ,278 ,144 29	,278 ,144 29	,218 ,255 29	,603** ,001 29
Konten Yang Diunggah Dalam Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,280 ,141 29	,048 ,803 29	,368* ,049 29	,397* ,033 29	,278 ,144 29	1 ,220 ,252 29	,220 ,252 29	,591** ,001 29
Tagline Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,375* ,045 29	,350 ,063 29	,450* ,014 29	,318 ,093 29	,218 ,255 29	,220 ,252 29	1 ,640** ,000 29	,640** ,000 29
TOTAL Terpaan Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,700** ,000 29	,649** ,000 29	,668** ,000 29	,691** ,000 29	,603** ,001 29	,591** ,001 29	,640** ,000 29	1 ,000 29

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

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

**Lampiran 5 Tabel Uji Validitas Terpaan *Online Customer Review* pada Kolom Komentar Instagram @Myxl**

**Correlations**

		Media Online Customer Review	Produk XL pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	Fasilitas Produk XL pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	Topik yang dibahas pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	TOTAL Terpaan Online Customer Review pada Kolom Komentar Instagram @Myxl
Media Online Customer Review	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1  29	,223 ,246 29	,214 ,265 29	,308 ,104 29	,744** ,000 29
Produk XL pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,223 ,246 29	1  29	,022 ,911 29	,134 ,490 29	,573** ,001 29
Fasilitas Produk XL pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,214 ,265 29	,022 ,911 29	1  29	,167 ,385 29	,530** ,003 29
Topik yang dibahas pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,308 ,104 29	,134 ,490 29	,167 ,385 29	1  29	,623** ,000 29
TOTAL Terpaan Online Customer Review pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,744** ,000 29	,573** ,001 29	,530** ,003 29	,623** ,000 29	1  29

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

## Lampiran 6 Tabel Uji Validitas Loyalitas Pelanggan XL

Correlations

		Rekomendasi Produk XL	Terus Menggunakan Produk XL	Pindah Ke Brand Lain	TOTAL Loyalitas Pelanggan XL
Rekomendasi Produk XL	Pearson Correlation	1	,410*	,569**	,805**
	Sig. (2-tailed)		,027	,001	,000
	N	29	29	29	29
Terus Menggunakan Produk XL	Pearson Correlation	,410*	1	,467*	,749**
	Sig. (2-tailed)	,027		,011	,000
	N	29	29	29	29
Pindah Ke Brand Lain	Pearson Correlation	,569**	,467*	1	,869**
	Sig. (2-tailed)	,001	,011		,000
	N	29	29	29	29
TOTAL Loyalitas Pelanggan XL	Pearson Correlation	,805**	,749**	,869**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	29	29	29	29

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

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

## Lampiran 7 Tabel Uji Reabilitas Terpaan Kampanye #WeAreMore

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	29	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Nama Program Kampanye #WeAreMore	32,0690	14,567	,577	,753
Isi Pesan Kampanye #WeAreMore	32,2414	14,618	,495	,767
Scene Iklan Kampanye #WeAreMore	32,3448	13,234	,604	,745
Latar Tempat Iklan Kampanye #WeAreMore	32,3793	13,530	,594	,747
Promosi Dalam Kampanye #WeAreMore	32,1379	15,337	,476	,771
Konten Yang Diunggah Dalam Kampanye #WeAreMore	32,3448	14,591	,404	,787
Tagline Kampanye #WeAreMore	32,4138	14,608	,493	,767

**Lampiran 8 Tabel Uji Reabilitas Terpaan *Online Customer Review* pada Kolom Komentar Instagram @Myxl**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	29	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	29	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,627	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Media Online Customer Review	15,1034	3,310	,320	,626
Produk XL pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	15,3103	2,865	,491	,490
Fasilitas Produk XL pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	15,0690	3,781	,337	,604
Topik yang dibahas pada Kolom Komentar Instagram @Myxl	15,1379	3,123	,499	,491

## Lampiran 9 Tabel Uji Reabilitas Loyalitas Pelanggan XL

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	29	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Rekomendasi Produk XL	15,8966	4,453	,582	,622
Terus Menggunakan Produk XL	16,1034	4,882	,498	,712
Pindah ke Brand Lain	15,6552	3,305	,618	,581



**Lampiran 10 Tabel Uji Normalitas Variabel X1 dan Y**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,64469526
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,060
	Negative	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		1,027
Asymp. Sig. (2-tailed)		,242

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Lampiran 11 Tabel Uji Normalitas Variabel X2 dan Y**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,58007132
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,069
	Negative	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z		,994
Asymp. Sig. (2-tailed)		,277

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 12 Tabel Uji Linieritas Variabel X1 dan Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pelanggan XL * Terpaan Kampanye #WeAreMore	Between	(Combined)	327,793	19	17,252	2,866	,001
	Groups	Linearity	116,943	1	116,943	19,426	,000
		Deviation from Linearity	210,850	18	11,714	1,946	,023
	Within Groups		481,597	80	6,020		
Total		809,390	99				

### Lampiran 13 Tabel Uji Linieritas Variabel X2 dan Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pelanggan * Terpaan OCR	Between	(Combined)	250,109	10	25,011	3,980	,000
	Groups	Linearity	150,370	1	150,370	23,929	,000
		Deviation from Linearity	99,739	9	11,082	1,764	,086
	Within Groups		559,281	89	6,284		
Total		809,390	99				

**Lampiran 14 Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment Variabel X1 dan Y**

**Correlations**

		Terpaan Kampanye #WeAreMore	Loyalitas Pelanggan XL
Terpaan Kampanye #WeAreMore	Pearson Correlation	1	,380**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Loyalitas Pelanggan XL	Pearson Correlation	,380**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

**Lampiran 15 Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment Variabel X2 dan Y**

**Correlations**

		Terpaan OCR	Loyalitas Pelanggan
Terpaan OCR	Pearson Correlation	1	,431**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,431**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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