

LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth :
Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Responden
di Kota Semarang

Dengan hormat,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Hasnul Haya Arriyani
NIM : 14030119130065
Program Studi : S1 – Administrasi Bisnis

Bermaksud akan mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap Perpindahan Merek melalui Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Susu Kemasan UHT Ultra Milk yang Berpindah Merek ke Cimory di Kota Semarang”. Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner sesuai dengan keadaan yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari alami setelah melakukan perpindahan merek dari Susu Ultra Milk ke Cimory. Hasil kuesioner ini hanya dipergunakan dalam penyusunan skripsi untuk syarat menyelesaikan pendidikan S1. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian permohonan pengisian kuesioner ini, atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Hasnul Haya Arriyani

PETUNJUK PENGISIAN

Screening Questions

1. Pada bagian ini, terdapat pertanyaan saringan (*screening question*) yang digunakan untuk menyaring responden yang benar-benar sesuai dengan kriteria.
2. Pilihlah salah satu dari 2 (dua) pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda yang sesungguhnya.

Pertanyaan Terkait Identitas Responden

1. Isilah identitas anda dengan benar sesuai dengan pertanyaan yang telah disediakan.
2. Untuk pertanyaan pilihan anda dapat memberikan tanda () pada opsi yang telah disediakan.

Pertanyaan Terkait Variabel

1. Pada lembar ini terdapat beberapa pertanyaan yang harus saudara isi dan diharapkan agar menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
2. Tidak ada jawaban yang salah. Oleh sebab itu, usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
3. Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan cara memberi tanda () pada pilihan jawaban anda

Contoh Pengisian :

1. Rasa susu Cimory dibandingkan susu UHT Ultra Milk

<input checked="" type="radio"/> a. Sangat Khas	d. Tidak Khas
b. Khas	e. Sangat Tidak Khas
c. Cukup	

Alasan karena rasa susu yang ditawarkan enak sesuai dengan rasa yang dicantumkan, tidak hambar, dan memiliki varian rasa yang berbeda dari merek lain.

Screening Questions

1. Apakah Anda berusia 17 tahun ke atas?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai disini)
2. Apakah Anda bertempat tinggal di Kota Semarang?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai disini)
3. Apakah Anda pernah mengonsumsi Ultra Milk dan beralih ke Cimory?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai disini)
4. Apakah Anda pernah menemukan ulasan mengenai susu Ultra Milk dan susu Cimory?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai disini)

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Email :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
5. Nomor HP :
6. Alamat Domisili (Kecamatan):
7. Pendidikan Terakhir

a. SD	d. Diploma
b. SMP	e. Sarjana
c. Tamat SMA	f. Lainnya
8. Pekerjaan

a. Pelajar/Mahasiswa	e. Ibu Rumah Tangga
b. TNI/Polri/PNS	f. Pensiunan
c. Karyawan BUMN	g. Lainnya
d. Karyawan Swasta	
9. Penghasilan per Bulan :
10. Berapa kali mengonsumsi susu Cimory dalam satu bulan terakhir :
11. Dimana Anda pernah membaca review susu Cimory dan susu Ultra Milk?

a. Instagram	d. Youtube
b. Twitter	e. Lainnya
c. Facebook	

II. Pertanyaan Kuesioner

Kualitas Produk

1. Kualitas yang dimiliki susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

a. Sangat Tidak Lebih Baik	d. Lebih Baik
b. Tidak Lebih Baik	e. Sangat Lebih Baik
c. Sama	

 Alasan

2. Kesegaran susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

a. Sangat Tidak Terjaga	d. Terjaga
b. Tidak Terjaga	e. Sangat Terjaga
c. Cukup	

 Alasan

3. Packaging susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

a. Sangat Tidak Praktis	d. Praktis
b. Tidak Praktis	e. Sangat Praktis
c. Cukup	

 Alasan

4. Packaging susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

a. Sangat Tidak Aman	d. Aman
b. Tidak Aman	e. Sangat aman
c. Cukup	

 Alasan

5. Packaging susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

a. Sangat Sulit Digunakan	d. Mudah Digunakan
b. Sulit Digunakan	e. Sangat Mudah Digunakan
c. Cukup	

 Alasan

6. Aroma susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

a. Sangat Tidak Khas	d. Khas
b. Tidak Khas	e. Sangat Khas
c. Cukup	

 Alasan

7. Rasa susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

a. Sangat Tidak Khas	d. Khas.
b. Tidak Khas	e. Sangat Khas
c. Cukup	

 Alasan

8. Susu UHT Ultra Milk dengan selera konsumen

a. Sangat Tidak Cocok	d. Cocok
b. Tidak Cocok	e. Sangat Cocok
c. Cukup	

 Alasan

9. Varian rasa susu UHT Ultra Milk dibandingkan Susu Cimory
- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Lebih Sedikit | d. Banyak |
| b. Sedikit | e. Lebih Banyak |
| c. Cukup | |
- Alasan
-
10. Kemasan antiseptik dan higienis susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory
- | | |
|----------------------|----------------|
| a. Sangat Tidak Baik | d. Baik |
| b. Tidak Baik | e. Sangat Baik |
| c. Cukup | |
- Alasan
-

Electronic Word of Mouth (e-WOM)

1. Frekuensi membaca review susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory di media sosial
- | | |
|------------------|------------------|
| a. Sangat Jarang | d. Sering |
| b. Jarang | e. Sangat Sering |
| c. Cukup | |
- Alasan
-
2. Frekuensi berbagi pengalaman atau berinteraksi dengan konsumen lain tentang susu UHT Ultra Milk di media sosial
- | | |
|------------------|------------------|
| a. Sangat Jarang | d. Sering |
| b. Jarang | e. Sangat Sering |
| c. Cukup | |
- Alasan
-
3. Menemukan ulasan tentang susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory di media sosial
- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Lebih Sedikit | d. Banyak |
| b. Sedikit | e. Lebih Banyak |
| c. Cukup | |
- Alasan
-
4. Menemukan komentar dari pengguna media sosial mengenai susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory
- | | |
|-------------------|-------------------|
| a. Sangat Negatif | d. Positif |
| b. Negatif | e. Sangat Positif |
| c. Cukup | |
- Alasan
-
5. Tingkat merekomendasikan orang lain untuk membeli susu UHT Ultra Milk dibandingkan Cimory secara online
- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| a. Sangat Tidak Merekomendasikan | d. Merekomendasikan |
| b. Tidak Merekomendasikan | e. Sangat Merekomendasikan |
| c. Cukup | |
- Alasan
-
6. Tingkat menyebutkan hal-hal baik dari susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory
- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Lebih Sedikit | d. Banyak |
| b. Sedikit | e. Lebih Banyak |
| c. Cukup | |

- Alasan
7. Menemukan komentar dari pengguna media sosial mengenai susu UHT Ultra Milk
- | | |
|-------------------|-------------------|
| a. Sangat Negatif | d. Positif |
| b. Negatif | e. Sangat Positif |
| c. Cukup | |
- Alasan
8. Perolehan informasi mengenai variasi produk susu UHT Ultra Milk dibandingkan Cimory di media sosial
- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Lebih Sedikit | d. Banyak |
| b. Sedikit | e. Lebih Banyak |
| c. Cukup | |
- Alasan
9. Perolehan informasi mengenai kualitas susu yang ada pada susu UHT Ultra Milk dibandingkan Cimory di media sosial
- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Lebih Sedikit | d. Banyak |
| b. Sedikit | e. Lebih Banyak |
| c. Cukup | |
- Alasan
10. Perolehan informasi mengenai harga susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory di media sosial
- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Lebih Sedikit | d. Banyak |
| b. Sedikit | e. Lebih Banyak |
| c. Cukup | |
- Alasan

Kebutuhan Mencari Variasi

1. Perasaan yang dimiliki terhadap susu UHT Ultra Milk
- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat Jenuh | d. Tidak Jenuh |
| b. Jenuh | e. Sangat Tidak Jenuh |
| c. Cukup | |
- Alasan
2. Tingkat kebutuhan variasi baru yang terdapat pada susu UHT Ultra Milk seperti varian rasa
- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| a. Sangat Membutuhkan | d. Tidak Membutuhkan |
| b. Membutuhkan | e. Sangat Tidak Membutuhkan |
| c. Cukup | |
- Alasan
3. Produk susu Ultra Milk dibandingkan susu Cimory
- | | |
|--------------------------|--------------------|
| a. Sangat Tidak Inovatif | d. Inovatif |
| b. Tidak Inovatif | e. Sangat Inovatif |
| c. Cukup | |
- Alasan
4. Perbedaan dari segi rasa yang dimiliki susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory
- | | |
|----------------------|----------------|
| a. Sangat Tidak Baik | d. Baik |
| b. Tidak Baik | e. Sangat Baik |
| c. Cukup | |

Alasan.....

5. Perbedaan dari segi aroma yang dimiliki susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

- | | |
|----------------------|----------------|
| a. Sangat Tidak Baik | d. Baik |
| b. Tidak Baik | e. Sangat Baik |
| c. Cukup | |

Alasan

6. Perbedaan dari segi kekentalan yang dimiliki susu UHT Ultra Milk dibandingkan susu Cimory

- | | |
|----------------------|----------------|
| a. Sangat Tidak Baik | d. Baik |
| b. Tidak Baik | e. Sangat Baik |
| c. Cukup | |

Alasan

Perpindahan Merek

1. Tingkat keinginan untuk berpindah merek ke susu Cimory

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat Ingin | d. Tidak Ingin |
| b. Ingin | e. Sangat Tidak Ingin |
| c. Cukup | |

Alasan

2. Lebih memilih merek susu Cimory karena kualitas produknya

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup | |

Alasan

3. Lebih memilih merek susu Cimory karena ingin mencoba hal baru

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup | |

Alasan

4. Merasa puas setelah berpindah merek ke susu Cimory

- | | |
|----------------|----------------------|
| a. Sangat Puas | d. Tidak Puas |
| b. Puas | e. Sangat Tidak Puas |
| c. Cukup | |

Alasan

Lampiran II. Surat Keterangan Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan dr. Antonius Suryo
Kampus Universitas Diponegoro
Tembalang Semarang, Kode Pos 50275
Tel./Faks. (024) 74605407
www.undip.ac.id |
email: fisp@undip.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

No: 578 / UM7 5.7.4 / ABIX / 2023

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro Semarang, menerangkan bahwa :

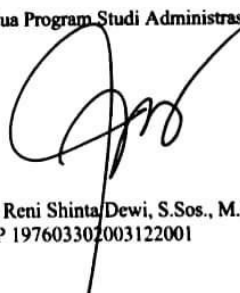
Nama : Hasnul Haya Arriyani
NIM : 14030119130065
Departemen : Administrasi Bisnis
Waktu Penelitian : 7 Juli 2023
Lokasi Penelitian : Kota Semarang
Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Perpindahan Merek melalui Variety Seeking sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Susu Kemasan UHT Ultra Milk yang Berpindah Merek ke Susu UHT Cimory di Kota Semarang)

Benar nama diatas telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi/tugas akhir dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Perpindahan Merek melalui Variety Seeking sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Susu Kemasan UHT Ultra Milk yang Berpindah Merek ke Susu UHT Cimory di Kota Semarang) ”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar selanjutnya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 September 2023

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis


Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si
NIP 197603302003122001

Lampiran III. Identitas Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Wilayah	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Penghasilan per Bulan	Frekuensi mengonsumsi susu Cimory dalam satu bulan terakhir	Mengetahui Review Susu UHT Ultra Milk dan Cimory
1.	Perempuan	23	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	4	Twitter
2.	Perempuan	22	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	6	Twitter
3.	Perempuan	22	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Twitter
4.	Perempuan	22	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	5	Youtube
5.	Perempuan	21	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Twitter
6.	Laki-Laki	22	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	5	Instagram
7.	Perempuan	22	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Youtube
8.	Perempuan	21	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	5	Twitter
9.	Laki-Laki	23	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Instagram
10.	Perempuan	21	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	5	Twitter
11.	Perempuan	20	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp750.000	5	Twitter
12.	Perempuan	23	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	4	Instagram
13.	Perempuan	23	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	3	Google
14.	Perempuan	21	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	3	Twitter
15.	Perempuan	18	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	4	Tiktok
16.	Perempuan	23	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	3	Youtube
17.	Perempuan	21	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	5	Instagram

18.	Perempuan	22	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp10.000.000	3	Tiktok
19.	Perempuan	22	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	5	Instagram
20.	Perempuan	22	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	4	Instagram
21.	Perempuan	22	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.800.000	10	Instagram
22.	Perempuan	23	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	3	Instagram
23.	Perempuan	21	Semarang Selatan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Youtube
24.	Perempuan	21	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	4	Youtube
25.	Laki-Laki	23	Semarang Selatan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.200.000	3	Instagram
26.	Perempuan	19	Semarang Tengah	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Twitter
27.	Laki-Laki	23	Semarang Tengah	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	6	Twitter
28.	Perempuan	29	Semarang Tengah	Sarjana	TNI/Polri/PNS	Rp7.500.000	4	TV
29.	Perempuan	18	Semarang Tengah	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Twitter
30.	Perempuan	21	Semarang Tengah	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	3	Instagram
31.	Perempuan	22	Semarang Tengah	SMA	Karyawan Swasta	Rp4.000.000	8	Instagram
32.	Perempuan	18	Semarang Tengah	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	5	Instagram
33.	Perempuan	26	Semarang Tengah	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp5.000.000	7	Instagram
34.	Laki-Laki	22	Semarang Tengah	SMA	Karyawan Swasta	Rp7.000.000	6	Instagram
35.	Perempuan	18	Semarang Tengah	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	3	Youtube
36.	Perempuan	19	Semarang Tengah	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	5	Twitter
37.	Perempuan	25	Semarang Tengah	Diploma	Karyawan Swasta	Rp4.500.000	4	Instagram
38.	Perempuan	20	Semarang Tengah	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Twitter
39.	Perempuan	23	Semarang Tengah	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	10	Instagram
40.	Perempuan	23	Semarang Tengah	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	5	Twitter
41.	Perempuan	20	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp700.000	3	Youtube

42.	Perempuan	22	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	3	Twitter
43.	Perempuan	21	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	4	Youtube
44.	Laki-Laki	22	Semarang Timur	Diploma	TNI/Polri/PNS	Rp10.000.000	4	Instagram
45.	Perempuan	27	Semarang Timur	Sarjana	Tenaga Honorer	Rp3.000.000	4	Youtube
46.	Perempuan	18	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp800.000	3	Instagram
47.	Perempuan	21	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	5	Youtube
48.	Laki-Laki	26	Semarang Timur	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp5.000.000	4	Instagram
49.	Perempuan	21	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	3	Twitter
50.	Perempuan	22	Semarang Timur	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	7	Instagram
51.	Perempuan	22	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	3	Twitter
52.	Laki-Laki	24	Semarang Timur	Sarjana	Karyawan BUMN	Rp9.000.000	5	Twitter
53.	Perempuan	21	Semarang Timur	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	5	Youtube
54.	Perempuan	22	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	6	Instagram
55.	Perempuan	23	Semarang Timur	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp500.000	5	Twitter
56.	Perempuan	26	Semarang Timur	Sarjana	Karyawan BUMD	Rp5.000.000	3	Instagram
57.	Perempuan	22	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	3	Tiktok
58.	Perempuan	22	Semarang Timur	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	6	Twitter
59.	Perempuan	23	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	3	Twitter
60.	Perempuan	18	Semarang Timur	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	6	Instagram
61.	Perempuan	22	Semarang Timur	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Instagram
62.	Perempuan	23	Semarang Timur	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp3.500.000	10	Instagram
63.	Perempuan	21	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp700.000	5	Youtube
64.	Perempuan	21	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	3	Instagram
65.	Perempuan	21	Semarang Barat	SMA	Karyawan Swasta	Rp5.000.000	5	Twitter

66.	Perempuan	21	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	3	Instagram
67.	Perempuan	18	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	6	Tiktok
68.	Perempuan	22	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	10	Tiktok
69.	Perempuan	21	Semarang Barat	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	6	Instagram
70.	Perempuan	22	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	4	Tiktok
71.	Laki-Laki	20	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	3	Youtube
72.	Perempuan	17	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	10	TV
73.	Perempuan	23	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.650.000	3	Twitter
74.	Perempuan	22	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	5	Twitter
75.	Perempuan	21	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	5	Instagram
76.	Perempuan	22	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.200.000	5	Twitter
77.	Perempuan	22	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	3	Tiktok
78.	Perempuan	21	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	5	Instagram
79.	Perempuan	19	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	3	Youtube
80.	Laki-Laki	22	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	3	Twitter
81.	Perempuan	23	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	4	Twitter
82.	Perempuan	18	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	7	Twitter
83.	Perempuan	22	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp10.000.000	8	Instagram
84.	Perempuan	25	Semarang Barat	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp4.500.000	3	Instagram
85.	Perempuan	18	Semarang Barat	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	9	Tiktok
86.	Perempuan	23	Semarang Barat	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.000	3	Tiktok
87.	Perempuan	21	Semarang Utara	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	3	Instagram
88.	Perempuan	18	Semarang Utara	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.000	3	Twitter
89.	Perempuan	22	Semarang Utara	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.500.000	3	Tiktok

90.	Perempuan	21	Semarang Utara	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp500.000	3	Youtube
91.	Perempuan	25	Semarang Utara	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp4.000.000	3	Youtube
92.	Perempuan	22	Semarang Utara	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp7.000.000	4	Twitter
93.	Laki-Laki	23	Semarang Utara	Sarjana	Karyawan Swasta	Rp2.500.000	5	Youtube
94.	Perempuan	20	Semarang Utara	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp700.000	5	Instagram
95.	Perempuan	21	Semarang Utara	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp3.000.000	5	Youtube
96.	Perempuan	23	Semarang Utara	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp5.000.000	10	Instagram
97.	Perempuan	20	Semarang Utara	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.500.000	3	Instagram

Lampiran IV. Tabel Induk

No.	KP1.1	KP1.2	KP2.1	KP2.2	KP2.3	KP3.1	KP3.2	KP3.3	KP 4.1	KP 4.2	EWOM1.1	EWOM1.2
1.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
3.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
4.	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
5.	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2
6.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
7.	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1
8.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
9.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
10.	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2
11.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
12.	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	1
13.	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2
14.	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
15.	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
16.	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	4
17.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3
18.	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3
19.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
20.	3	2	2	3	2	2	2	1	3	1	1	3
21.	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
22.	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5

23.	1	3	3	1	3	1	1	1	1	2	3	3
24.	1	3	1	2	3	1	3	3	3	1	2	3
25.	3	1	2	3	2	1	1	3	1	2	2	2
26.	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	1
27.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
28.	3	2	2	2	2	2	1	1	2	3	3	3
29.	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	4
30.	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
31.	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2
32.	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3
33.	3	2	1	2	3	3	3	2	1	2	2	1
34.	1	2	1	2	3	1	3	3	3	2	3	2
35.	2	1	2	3	1	3	3	2	3	2	1	1
36.	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	3
37.	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2
38.	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	4	3
39.	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4
40.	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	3
41.	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
42.	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
43.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
44.	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1
45.	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
46.	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	1
47.	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	3	2

48.	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3
49.	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	2	1
50.	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
51.	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3
52.	2	1	2	1	2	3	1	2	1	1	2	1
53.	3	3	2	2	3	2	2	1	1	3	1	2
54.	2	1	3	3	1	3	1	3	3	1	2	3
55.	3	2	3	2	2	1	2	3	3	1	2	2
56.	1	1	3	1	1	3	1	3	1	1	2	3
57.	2	3	2	2	1	2	3	3	3	1	2	2
58.	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
59.	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
60.	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3
61.	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	3
62.	3	4	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3
63.	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	2
64.	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3
65.	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	3
66.	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2
67.	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3
68.	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
69.	2	3	1	2	3	1	1	1	2	2	2	2
70.	3	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1	2
71.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3
72.	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4

73.	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	4
74.	2	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2
75.	2	2	2	2	3	2	3	1	1	1	1	1
76.	1	3	1	2	3	2	3	2	3	2	2	2
77.	1	2	3	2	1	1	1	2	1	2	3	3
78.	1	1	3	2	1	1	1	1	1	3	2	1
79.	3	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	1
80.	3	1	1	2	1	2	2	3	1	2	2	1
81.	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	3	1
82.	1	1	1	3	1	2	1	3	2	2	3	1
83.	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
84.	4	3	2	3	3	2	2	5	3	3	3	2
85.	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2
86.	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
87.	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	3
88.	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1
89.	2	1	2	1	2	2	2	3	3	2	1	1
90.	2	2	2	2	3	1	1	2	1	1	2	2
91.	2	2	3	3	3	5	4	3	3	3	4	4
92.	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	3
93.	3	3	1	3	2	1	1	1	3	1	1	3
94.	1	3	2	3	2	2	3	1	3	1	2	1
95.	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
96.	1	2	2	1	3	2	2	1	1	2	1	1
97.	2	3	1	2	2	3	1	2	1	1	2	2

No.	EWOM1.3	EWOM2.1	EWOM2.2	EWOM2.3	EWOM3	EWOM4.1	EWOM4.2	EWOM4.3
1.	1	1	1	1	2	1	1	1
2.	1	2	1	1	1	1	1	1
3.	1	1	1	1	2	1	1	1
4.	4	4	4	5	4	5	5	4
5.	2	2	1	2	2	2	2	2
6.	1	1	1	1	2	1	1	1
7.	2	1	2	2	3	2	2	2
8.	1	1	1	1	1	1	1	1
9.	1	2	2	1	1	1	2	1
10.	1	1	1	1	1	1	1	1
11.	2	1	1	1	2	1	1	1
12.	1	1	2	1	1	2	1	2
13.	2	2	2	1	2	2	2	1
14.	5	4	5	4	4	5	4	5
15.	3	3	2	2	3	2	2	3
16.	2	2	2	2	2	3	3	3
17.	2	2	2	2	2	2	2	2
18.	3	3	2	2	3	4	3	3
19.	2	1	1	2	2	2	2	2
20.	3	1	2	3	1	3	3	3
21.	4	5	4	4	4	4	5	4
22.	4	5	4	5	4	5	4	5
23.	2	1	2	3	1	3	1	3
24.	2	3	1	1	1	1	2	3

50.	2	1	1	2	1	1	1	2
51.	4	3	4	3	5	4	3	3
52.	2	1	1	2	1	1	1	2
53.	3	1	3	1	2	2	2	3
54.	2	3	2	1	2	3	2	3
55.	1	2	3	2	2	1	3	1
56.	3	3	2	1	2	2	3	2
57.	3	3	3	1	1	1	2	3
58.	4	3	3	3	2	2	2	4
59.	5	5	4	5	4	4	4	5
60.	3	3	1	2	2	1	3	3
61.	3	2	2	3	3	3	3	3
62.	2	2	2	2	2	2	2	2
63.	1	1	2	2	2	2	1	1
64.	2	3	3	3	4	3	2	3
65.	2	3	2	2	3	2	2	2
66.	1	2	1	1	2	1	1	2
67.	2	3	2	3	3	2	2	2
68.	1	2	2	1	1	1	2	2
69.	3	2	2	2	3	2	2	2
70.	1	2	2	1	2	2	2	1
71.	3	2	2	2	3	3	2	2
72.	3	2	3	2	2	2	3	2
73.	3	2	2	2	3	3	3	3
74.	2	2	2	3	2	3	2	2

75.	2	1	2	1	1	3	1	2
76.	2	2	1	2	3	1	1	1
77.	3	1	2	1	2	2	1	2
78.	2	1	3	1	2	1	2	2
79.	1	3	1	1	3	2	2	1
80.	1	2	2	1	1	2	2	1
81.	3	1	2	2	1	2	2	3
82.	1	2	2	1	1	1	1	3
83.	5	5	4	4	5	5	4	5
84.	2	2	2	2	2	2	2	2
85.	2	2	2	2	2	2	2	2
86.	3	2	2	1	2	3	3	2
87.	2	2	2	2	2	3	2	2
88.	1	1	1	2	1	1	2	1
89.	1	1	1	1	2	1	1	1
90.	1	2	1	2	1	1	1	2
91.	3	2	1	2	2	2	2	4
92.	3	3	2	1	1	3	3	3
93.	1	3	2	3	3	3	2	3
94.	2	3	3	3	3	1	3	3
95.	4	4	4	5	4	4	4	5
96.	2	2	2	2	3	2	2	2
97.	3	3	2	3	3	2	4	3

No.	KMV 1.1	KMV1.2	KMV2	KMV3.1	KMV3.2	KMV3.3	PM1	PM2.1	PM2.2	PM3
1.	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
2.	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
3.	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4.	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2
5.	2	4	4	4	5	4	3	4	3	4
6.	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
7.	3	1	2	2	3	1	3	3	4	3
8.	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4
9.	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4
10.	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
11.	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
12.	3	5	5	4	4	4	4	3	2	4
13.	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5
14.	2	4	4	3	4	2	2	2	1	1
15.	5	3	4	4	4	3	4	3	3	4
16.	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4
17.	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5
18.	5	4	3	3	3	3	3	4	4	5
19.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20.	3	4	3	4	5	3	5	4	5	4
21.	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
22.	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1
23.	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
24.	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3

25.	4	3	3	3	4	3	5	3	5	4
26.	3	5	4	4	5	5	4	4	3	4
27.	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5
28.	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3
29.	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
30.	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4
31.	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4
32.	4	5	3	5	5	5	4	5	3	4
33.	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4
34.	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4
35.	3	5	5	3	3	4	3	5	4	3
36.	3	5	4	5	4	4	5	3	5	4
37.	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
38.	4	4	5	5	5	3	3	2	3	3
39.	3	5	3	4	3	4	4	4	4	3
40.	4	3	2	4	3	3	4	1	4	4
41.	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
42.	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
43.	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
44.	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
45.	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
46.	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5
47.	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4
48.	4	3	3	5	4	4	5	4	3	3
49.	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4

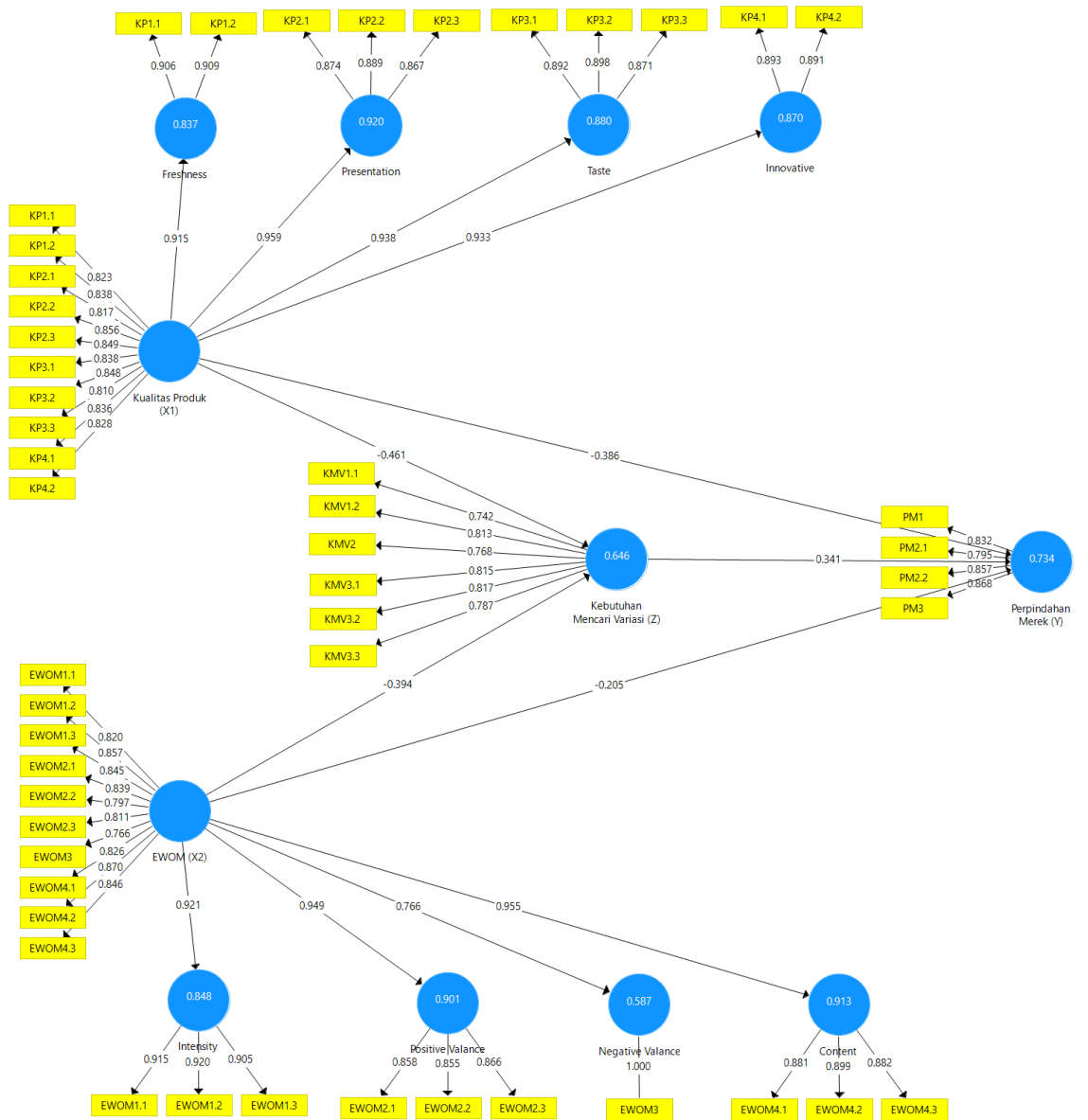
50.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51.	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3
52.	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
53.	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3
54.	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5
55.	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
56.	5	5	3	4	4	3	3	4	5	3
57.	5	5	3	3	4	4	3	4	3	4
58.	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5
59.	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2
60.	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5
61.	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4
62.	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
63.	4	4	2	3	3	4	3	4	2	3
64.	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3
65.	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4
66.	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
67.	4	5	4	3	5	4	3	4	3	3
68.	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5
69.	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
70.	3	4	4	5	4	3	4	2	4	5
71.	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5
72.	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4
73.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
74.	1	4	2	2	3	3	2	2	4	3

75.	5	5	3	4	4	5	3	3	5	5
76.	3	4	5	5	3	3	5	3	3	3
77.	3	3	4	3	4	3	4	5	5	5
78.	3	5	3	4	3	5	3	5	4	5
79.	3	5	4	3	3	3	4	3	3	5
80.	4	3	3	4	3	5	3	3	5	4
81.	3	4	4	3	3	4	3	3	5	3
82.	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4
83.	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2
84.	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
85.	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3
86.	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3
87.	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4
88.	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5
89.	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
90.	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
91.	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
92.	3	4	5	5	5	4	3	3	4	4
93.	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4
94.	5	4	3	3	4	5	5	3	5	4
95.	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
96.	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4
97.	5	4	3	4	3	3	3	3	4	5

Lampiran V. Hasil Pengujian SmartPLS

Hasil *First Order* dan *Second Order*

Path Analysis



Convergent Validity

Outer Loadings

Matrix Copy to Clipboard: Excel Format R Format

	Content	EWOM ...	Freshness	Innovative	Intensity	Kebutuha...	Kualitas...	Negativ...	Perpinda...	Positive ...	Presenta...	Taste
EWOM1.1					0.915							
EWOM1.1		0.820										
EWOM1.2					0.920							
EWOM1.2		0.857										
EWOM1.3					0.905							
EWOM1.3		0.845										
EWOM2.1										0.858		
EWOM2.1		0.839										
EWOM2.2										0.855		
EWOM2.2		0.797										
EWOM2.3										0.866		
EWOM2.3		0.811										
EWOM3								1.000				
EWOM3		0.766										
EWOM4.1	0.881											
EWOM4.1		0.826										
EWOM4.2		0.899										

Outer Loadings

Matrix Copy to Clipboard: Excel Format R Format

	Content	EWOM ...	Freshness	Innovative	Intensity	Kebutuha...	Kualitas...	Negativ...	Perpinda...	Positive ...	Presenta...	Taste
EWOM4.2		0.870										
EWOM4.3	0.882											
EWOM4.3		0.846										
KMV1.1						0.742						
KMV1.2						0.813						
KMV2						0.768						
KMV3.1						0.815						
KMV3.2						0.817						
KMV3.3						0.787						
KP1.1			0.906									
KP1.1							0.823					
KP1.2			0.909									
KP1.2							0.838					
KP2.1											0.874	
KP2.1							0.817					
KP2.2											0.889	
KP2.2							0.856					

Outer Loadings

Matrix Copy to Clipboard: Excel Format R Format

	Content	EWOM ...	Freshness	Innovative	Intensity	Kebutuha...	Kualitas...	Negativ...	Perpinda...	Positive ...	Presenta...	Taste
KP2.3											0.867	
KP2.3							0.849					
KP3.1												0.892
KP3.1							0.838					
KP3.2												0.898
KP3.2							0.848					
KP3.3												0.871
KP3.3							0.810					
KP4.1				0.893								
KP4.1							0.836					
KP4.2				0.891								
KP4.2							0.828					
PM1									0.832			
PM2.1									0.795			
PM2.2									0.857			
PM3									0.868			

Discriminant Validity

	Content	EWOM (X2)	Freshness	Innovative	Intensity	Kebutuha...	Kualitas ...	Negativ...	Perpin...	Positive ...	Present...	Taste
EWOM1.1	0.731	0.820	0.545	0.595	0.915	-0.601	0.624	0.529	-0.634	0.705	0.585	0.607
EWOM1.1	0.731	0.820	0.545	0.595	0.915	-0.601	0.624	0.529	-0.634	0.705	0.585	0.607
EWOM1.2	0.782	0.857	0.614	0.604	0.920	-0.593	0.636	0.581	-0.608	0.743	0.603	0.573
EWOM1.2	0.782	0.857	0.614	0.604	0.920	-0.593	0.636	0.581	-0.608	0.743	0.603	0.573
EWOM1.3	0.787	0.845	0.546	0.481	0.905	-0.566	0.570	0.566	-0.582	0.722	0.572	0.527
EWOM1.3	0.787	0.845	0.546	0.481	0.905	-0.566	0.570	0.566	-0.582	0.722	0.572	0.527
EWOM2.1	0.786	0.839	0.678	0.634	0.727	-0.568	0.705	0.658	-0.682	0.858	0.647	0.685
EWOM2.1	0.786	0.839	0.678	0.634	0.727	-0.568	0.705	0.658	-0.682	0.858	0.647	0.685
EWOM2.2	0.743	0.797	0.565	0.559	0.661	-0.697	0.616	0.596	-0.622	0.855	0.620	0.558
EWOM2.2	0.743	0.797	0.565	0.559	0.661	-0.697	0.616	0.596	-0.622	0.855	0.620	0.558
EWOM2.3	0.757	0.811	0.636	0.649	0.653	-0.681	0.686	0.669	-0.654	0.866	0.663	0.627
EWOM2.3	0.757	0.811	0.636	0.649	0.653	-0.681	0.686	0.669	-0.654	0.866	0.663	0.627
EWOM3	0.655	0.766	0.558	0.605	0.612	-0.599	0.604	1.000	-0.573	0.746	0.557	0.558
EWOM3	0.655	0.766	0.558	0.605	0.612	-0.599	0.604	1.000	-0.573	0.746	0.557	0.558
EWOM4.1	0.881	0.826	0.596	0.574	0.685	-0.636	0.649	0.658	-0.619	0.757	0.660	0.590
EWOM4.1	0.881	0.826	0.596	0.574	0.685	-0.636	0.649	0.658	-0.619	0.757	0.660	0.590
EWOM4.2	0.899	0.870	0.591	0.573	0.747	-0.679	0.626	0.619	-0.657	0.829	0.578	0.604

	Content	EWOM (X2)	Freshness	Innovative	Intensity	Kebutuha...	Kualitas ...	Negativ...	Perpin...	Positive ...	Present...	Taste
EWOM4.2	0.899	0.870	0.591	0.573	0.747	-0.679	0.626	0.619	-0.657	0.829	0.578	0.604
EWOM4.3	0.882	0.846	0.581	0.577	0.802	-0.567	0.644	0.469	-0.631	0.773	0.649	0.595
EWOM4.3	0.882	0.846	0.581	0.577	0.802	-0.567	0.644	0.469	-0.631	0.773	0.649	0.595
KMV1.1	-0.526	-0.555	-0.540	-0.632	-0.460	0.742	-0.596	-0.419	0.693	-0.585	-0.600	-0.482
KMV1.2	-0.563	-0.590	-0.567	-0.563	-0.536	0.813	-0.593	-0.464	0.550	-0.560	-0.564	-0.537
KMV2	-0.577	-0.617	-0.562	-0.507	-0.512	0.768	-0.551	-0.496	0.550	-0.647	-0.533	-0.474
KMV3.1	-0.544	-0.574	-0.523	-0.566	-0.476	0.815	-0.616	-0.420	0.630	-0.612	-0.594	-0.607
KMV3.2	-0.534	-0.559	-0.539	-0.580	-0.427	0.817	-0.617	-0.509	0.588	-0.591	-0.601	-0.584
KMV3.3	-0.605	-0.645	-0.561	-0.598	-0.622	0.787	-0.637	-0.531	0.707	-0.580	-0.577	-0.644
KP1.1	0.607	0.638	0.906	0.748	0.555	-0.611	0.823	0.460	-0.632	0.651	0.753	0.717
KP1.1	0.607	0.638	0.906	0.748	0.555	-0.611	0.823	0.460	-0.632	0.651	0.753	0.717
KP1.2	0.598	0.659	0.909	0.778	0.575	-0.649	0.838	0.552	-0.724	0.674	0.800	0.691
KP1.2	0.598	0.659	0.909	0.778	0.575	-0.649	0.838	0.552	-0.724	0.674	0.800	0.691
KP2.1	0.590	0.613	0.695	0.713	0.548	-0.679	0.817	0.421	-0.663	0.613	0.874	0.743
KP2.1	0.590	0.613	0.695	0.713	0.548	-0.679	0.817	0.421	-0.663	0.613	0.874	0.743
KP2.2	0.668	0.694	0.759	0.759	0.576	-0.629	0.856	0.512	-0.688	0.726	0.889	0.779
KP2.2	0.668	0.694	0.759	0.759	0.576	-0.629	0.856	0.512	-0.688	0.726	0.889	0.779

	Content	EWOM (X2)	Freshness	Innovative	Intensity	Kebutuha...	Kualitas ...	Negativ...	Perpin...	Positive ...	Present...	Taste
KP2.3	0.602	0.640	0.794	0.766	0.564	-0.621	0.849	0.530	-0.665	0.628	0.867	0.749
KP2.3	0.602	0.640	0.794	0.766	0.564	-0.621	0.849	0.530	-0.665	0.628	0.867	0.749
KP3.1	0.650	0.666	0.682	0.736	0.589	-0.603	0.838	0.495	-0.690	0.649	0.787	0.892
KP3.1	0.650	0.666	0.682	0.736	0.589	-0.603	0.838	0.495	-0.690	0.649	0.787	0.892
KP3.2	0.570	0.611	0.707	0.753	0.496	-0.624	0.848	0.518	-0.643	0.645	0.786	0.898
KP3.2	0.570	0.611	0.707	0.753	0.496	-0.624	0.848	0.518	-0.643	0.645	0.786	0.898
KP3.3	0.568	0.628	0.675	0.737	0.572	-0.650	0.810	0.470	-0.644	0.640	0.723	0.871
KP3.3	0.568	0.628	0.675	0.737	0.572	-0.650	0.810	0.470	-0.644	0.640	0.723	0.871
KP4.1	0.577	0.616	0.773	0.893	0.502	-0.614	0.836	0.507	-0.665	0.652	0.748	0.756
KP4.1	0.577	0.616	0.773	0.893	0.502	-0.614	0.836	0.507	-0.665	0.652	0.748	0.756
KP4.2	0.579	0.646	0.728	0.891	0.593	-0.688	0.828	0.572	-0.689	0.624	0.772	0.737
KP4.2	0.579	0.646	0.728	0.891	0.593	-0.688	0.828	0.572	-0.689	0.624	0.772	0.737
PM1	-0.614	-0.615	-0.598	-0.598	-0.528	0.693	-0.666	-0.437	0.832	-0.610	-0.638	-0.648
PM2.1	-0.612	-0.647	-0.571	-0.556	-0.592	0.653	-0.597	-0.460	0.795	-0.637	-0.563	-0.551
PM2.2	-0.549	-0.599	-0.683	-0.701	-0.518	0.594	-0.709	-0.502	0.857	-0.614	-0.659	-0.634
PM3	-0.627	-0.675	-0.654	-0.686	-0.592	0.703	-0.721	-0.520	0.868	-0.688	-0.704	-0.656

Direct Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Devia...	T Statistics (O/STDEV)	P Values
EWOM (X2) -> Content	0.955	0.955	0.012	82.214	0.000
EWOM (X2) -> Intensity	0.921	0.919	0.021	43.597	0.000
EWOM (X2) -> Kebutuhan Mencari Variasi (Z)	-0.394	-0.396	0.092	4.260	0.000
EWOM (X2) -> Negative Valance	0.766	0.766	0.045	16.901	0.000
EWOM (X2) -> Perpindahan Merek (Y)	-0.205	-0.199	0.086	2.388	0.017
EWOM (X2) -> Positive Valance	0.949	0.948	0.014	66.573	0.000
Kebutuhan Mencari Variasi (Z) -> Perpindahan Merek (Y)	0.341	0.352	0.096	3.568	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Freshness	0.915	0.914	0.021	43.190	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Innovative	0.933	0.931	0.019	48.824	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Kebutuhan Mencari Variasi (Z)	-0.461	-0.458	0.087	5.288	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Perpindahan Merek (Y)	-0.386	-0.379	0.096	4.027	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Presentation	0.959	0.958	0.012	82.509	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Taste	0.938	0.936	0.018	53.269	0.000

Indirect Effect

	Original Sam...	Sample Mea...	Standard De...	T Statistics (...	P Values
EWOM (X2) -> Kebutuhan Mencari Variasi (Z) -> Perpindahan Merek (Y)	-0.134	-0.141	0.055	2.459	0.014
Kualitas Produk (X1) -> Kebutuhan Mencari Variasi (Z) -> Perpindahan Merek (Y)	-0.157	-0.160	0.051	3.078	0.002

Total Effect

Total Effects

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
EWOM (X2) -> Content	0.955	0.955	0.012	82.214	0.000
EWOM (X2) -> Intensity	0.921	0.919	0.021	43.597	0.000
EWOM (X2) -> Kebutuhan Mencari Variasi (Z)	-0.394	-0.396	0.092	4.260	0.000
EWOM (X2) -> Negative Valance	0.766	0.766	0.045	16.901	0.000
EWOM (X2) -> Perpindahan Merek (Y)	-0.339	-0.340	0.088	3.865	0.000
EWOM (X2) -> Positive Valance	0.949	0.948	0.014	66.573	0.000
Kebutuhan Mencari Variasi (Z) -> Perpindahan Merek (Y)	0.341	0.352	0.096	3.568	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Freshness	0.915	0.914	0.021	43.190	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Innovative	0.933	0.931	0.019	48.824	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Kebutuhan Mencari Variasi (Z)	-0.461	-0.458	0.087	5.288	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Perpindahan Merek (Y)	-0.543	-0.540	0.088	6.201	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Presentation	0.959	0.958	0.012	82.509	0.000
Kualitas Produk (X1) -> Taste	0.938	0.936	0.018	53.269	0.000