

# LAMPIRAN

**Lampiran 1**  
**Surat Keterangan Penelitian**



**mandom**

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

NO: 27/SK-SMG/MID/X/21

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Niti Fatchuriyah Puji  
Jabatan : Koordinator Daerah  
Perusahaan : PT. Mandom Indonesia, Tbk  
Alamat : Jl. Woltermonginsidi No.888 - Semarang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Aurelia Nadia Saulina  
NIM : 14020217130075  
Jurusan/Fakultas : Administrasi Bisnis/ Ilmu Sosial & Ilmu Politik  
Universitas : Universitas Diponegoro

Yang tersebut di atas benar-benar telah melakukan penelitian di PT. Mandom Indonesia, Tbk dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN E-BRAND PERSONALITY TERHADAP ONLINE REPURCHASE INTENTION LIPSTIK PIXY MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ( STUDI KASUS PADA PENGGUNA LIPSTIK PIXY KOTA SEMARANG )**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 01 Oktober 2021

**Niti Fatchuriyah Puji**  
Koordinator Semarang

## **Lampiran 2** **Kuesioner Penelitian**

### **“Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *E-Brand Personality* terhadap *Online Repurchase Intention* melalui *E-Trust* sebagai Variabel Mediasi” (Studi Kasus pada Pengguna Lipstik PIXY di Kota Semarang)**

Perkenalkan saya Aurelia Nadia Saulina Mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, pada saat ini saya ingin melakukan penelitian kepada pengguna Lipstik PIXY di Kota Semarang dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *E-Brand Personality* terhadap *Online Repurchase Intention* melalui *E-Trust* sebagai Variabel Mediasi” (Studi Kasus pada Pengguna Lipstik PIXY di Kota Semarang). Seluruh informasi yang diberikan pada responden akan terjaga kerahasiaannya dan hanya digunakan pada penelitian ini. Apabila Anda bersedia untuk menjadi responden di penelitian ini, saya mohon untuk mengisi kuesioner yang saya lampirkan ini. Saya sangat menghargai dan berterima kasih atas kesediaan dan partisipasi dari Anda selama mengisi kuesioner ini.

Atas perhatian dan partisipasi Anda, saya ucapkan sekali lagi terima kasih.

Kriteria Responden :

1. Berdomisili tetap maupun tidak tetap di Kota Semarang
2. Wanita berusia lebih dari 17 tahun
3. Responden yang pernah melakukan pembelian *online* minimal dua kali maupun sedang menggunakan produk lipstik dari PIXY

#### **Bagian I. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Usia :
3. Tempat Tinggal di Semarang :
4. No. Telp/HP :
5. Pekerjaan :
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. PNS
  - c. Karyawan Swasta
  - d. Wiraswasta
  - e. Buruh
  - f. Ibu Rumah Tangga

- e. Lainnya.....
- 6. Pendapatan setiap bulan :

  - a. < Rp 1.000.000,00
  - b. > Rp 1.000.000,00 – Rp 3.000.000,00
  - c. > Rp 3.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
  - d. > Rp 5.000.000,00 – Rp 7.000.000,00
  - e. > Rp 7.000.000,00

- 7. Pendidikan Terakhir :

  - a. SMP
  - b. SMA/SMK
  - c. dst.....

- 8. Dimanakah tempat untuk belanja kosmetik secara *online* yang paling Anda sukai ?

  - a. Shopee
  - b. Lazada
  - c. Sociolla
  - d. Tokopedia
  - e. Instagram
  - f. Lainnya.....

## Bagian II. Pertanyaan Penelitian

Petunjuk Pengisian :

Berikan respon Anda terhadap pernyataan di bawah ini dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia, yang sesuai dengan pendapat Anda berdasarkan pernyataan yang disajikan. Skala respon pada penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu :

- a. SS :Sangat Setuju (5)
- b. S :Setuju (4)
- c. N :Netral (3)
- d. TS :Tidak Setuju (2)
- e. STS :Sangat Tidak Setuju (1)

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<b><i>Celebrity Endorser</i></b>						
1.	Mikha Tambayong adalah <i>Celebrity endorser</i> PIXY yang memiliki keterampilan dapat memperagakan cara penggunaan produk lipstik PIXY					
2.	Mikha Tambayong adalah <i>Celebrity endorser</i> yang dapat menyampaikan informasi mengenai jenis, kegunaan, dan cara pemakaian produk lipstik PIXY					
3.	Mikha Tambayong sebagai <i>celebrity endorser</i> memiliki pengetahuan seperti jenis,kegunaan dan cara pemakaian dari produk lipstik PIXY					
4.	Mikha Tambayong sebagai <i>celebrity endorser</i> PIXY memiliki pengalaman yang dapat mewakili karakter dari PIXY					
5.	Mikha Tambayong sebagai <i>celebrity endorser</i> PIXY telah dikenal oleh masyarakat secara luas					
6.	Penampilan Mikha Tambayong sebagai <i>celebrity endorser</i> PIXY membuat saya suka dengan produk lipstik dari PIXY					
7.	Mikha Tambayong sebagai <i>celebrity endorser</i> PIXY memiliki kesamaan dengan saya sebagai konsumen lipstik PIXY					

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<b><i>E-Brand Personality</i></b>						
8.	Bagi saya produk lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> merupakan produk yang praktis					
9.	Lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> sesuai dengan apa yang saya harapkan					
10.	Lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> merupakan produk yang memberikan manfaat untuk saya					
11.	Menurut saya lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> adalah produk yang identik dengan kegembiraan					
12.	Menurut saya lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> adalah produk yang terus berinovasi dalam menciptakan berbagai macam varian lipstik					
13.	Menurut saya produk lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> selalu menyesuaikan dengan perkembangan zaman/modern					
14.	Bagi saya produk lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> memberikan saya semangat untuk memakainya					
15.	Menurut saya lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> adalah produk yang dapat diandalkan					

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
16.	Produk lipstik PIXY yang ditampilkan dan dijual secara <i>online</i> menurut saya adalah produk yang telah dikenal baik oleh masyarakat					
<b><i>E-Trust</i></b>						
17.	Saya yakin lipstik PIXY yang dijual secara <i>online</i> adalah produk yang aman untuk digunakan					
18.	Saya yakin PIXY dapat memberikan perlindungan kepada konsumennya yang membeli lipstik PIXY secara <i>online</i>					
19.	Bagi saya lipstik PIXY adalah produk yang jujur sesuai dengan penjelasan yang diberikan secara <i>online</i>					
20.	Saya yakin PIXY memberikan layanan yang baik secara <i>online</i> dalam pembelian lipstik PIXY kepada konsumennya					
21.	Saya yakin lipstik PIXY yang dijual secara <i>online</i> adalah produk yang dapat dipercaya					
22.	Saya yakin lipstik PIXY yang dijual secara <i>online</i> adalah produk yang berkualitas					
<b><i>Online Repurchase Intention</i></b>						
23.	Saya akan melakukan pembelian kembali lipstik PIXY secara <i>online</i> melalui akun <i>e-commerce</i> maupun media sosial dari PIXY					
24.	Saya lebih memilih melakukan pembelian lipstik PIXY secara <i>online</i> daripada secara tradisional					
25.	Saya akan terus melakukan pembelanjaan lipstik PIXY secara <i>online</i> di masa depan					

**Lampiran 3**  
**Identitas Responden**

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Pendapatan Setiap Bulan	Pendidikan Terakhir	Tempat untuk Belanja Kosmetik secara Online
1	Meylanianjar	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
2	Susana Vani Natalia	23	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
3	Agustina Cahya Kusmita	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
4	Naela nurul izzah	22	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Sociolla
5	Murti Pujiwati	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
6	Dilla Anggie J	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
7	Dhea Apta M	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
8	Nur Jihan Septiani	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
9	Diandra	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
10	Mia	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
11	Grace Gultom	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
12	Dwi Nugraheni	21	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
13	Fransiska Natalia Situmorang	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
14	Yaya	20	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
15	Fania Lailatul Kamalia	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
16	Ajeng Sekar	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
17	Oka Septa Tinambunan	19	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
18	Charolin	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
19	Shilni Aunika	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
20	Diyah Isdiyarti	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee



No	Nama	Usia	Pekerjaan	Pendapatan Setiap Bulan	Pendidikan Terakhir	Tempat untuk Belanja Kosmetik secara Online
21	Dr	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	S1	Shopee
22	Nadia Wahyu Nur Aisah	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
23	Zakiyah Asna	22	Pegawai BUMN	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	D3	Shopee
24	Yasinta Fiorentina Wulandari	21	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
25	Sabrina	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
26	Nis	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	D3	Shopee
27	Aulia Ninda Prakasita	21	Karyawan Swasta	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	D3	Shopee
28	Alfi Faza	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
29	Clara	21	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Sociolla
30	V.NIA APRILIA RISKI PUTRI	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
31	Cyntia Tiodora	23	Wiraswasta	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	S1	Shopee
32	Maylissa	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
33	Andrea	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Tokopedia
34	Aisha	24	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
35	Alviolita Muna S	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
36	Lutfiana Kaja	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
37	Christa	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
38	Lili Saputri	19	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
39	Nadia Nurwidanti	21	Karyawan Swasta	> Rp 3.000.000 - Rp Rp 5.000.00	D3	Shopee
40	Ruma Kamelia	21	Karyawan Swasta	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	D3	Shopee
41	Kasih ramadhani	20	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
42	Dwiana Putri	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
43	Farah	21	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	bibli.com

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Pendapatan Setiap Bulan	Pendidikan Terakhir	Tempat untuk Belanja Kosmetik secara Online
44	Fatihah RA	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
45	Ananti	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
46	Anastasia Rahayu Setyorini	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
47	Amiroh	21	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
48	Renata A	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
49	Pascal Bohdan Gumilang	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
50	Dhilah	22	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Tokopedia
51	Chantika Putra	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
52	Lutfia	22	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
53	Titania Prihatina Laorry	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
54	Titania Putri	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
55	Tantri Kusuma	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
56	Nuzulina Faradila	22	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
57	Novia permata silviandari	23	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Sarjana	Shopee
58	Muninggar Maharani	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
59	Prita	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
60	Sindi	21	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 5.000.000 - Rp 7.000.000	SMA/SMK	Shopee
61	Salsabila Firdausya	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
62	Reka Purna	24	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 3.000.000 - Rp Rp 5.000.00	S1	Tokopedia
63	Dina Syarifa	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
64	Wulan	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	S1	Shopee
65	Novena	22	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	S1	Tokopedia
66	Ria Kristiana Mareta	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Pendapatan Setiap Bulan	Pendidikan Terakhir	Tempat untuk Belanja Kosmetik secara Online
67	Nadia ayu	21	Belum Bekerja	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	S1	Shopee
68	H.Radoti Uli.S	51	Ibu Rumah Tangga	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	D3	Tokopedia
69	Nisrina Amin Zahidah	22	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
70	Maissy	21	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
71	Wina	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
72	Yorangga Citra Arundati	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
73	Tipuk sulviyanti	48	Ibu Rumah Tangga	> Rp 3.000.000 - Rp Rp 5.000.00	D3	Facebook
74	Tiurma HR Pandiangan	51	Ibu Rumah Tangga	< Rp 1.000.000	S1	Shopee
75	Dian Lestaringrum	41	Ibu Rumah Tangga	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
76	Rini	35	Karyawan Swasta	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
77	Dypa	22	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Tokopedia
78	Indri	39	Ibu Rumah Tangga	> Rp 3.000.000 - Rp Rp 5.000.00	S1	Shopee
79	Yessy	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Sociolla
80	Lailatul munawaroh	30	Ibu Rumah Tangga	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	JD.ID
81	Sisca nanin	38	Ibu Rumah Tangga	> Rp 7.000.000	S1	Shopee
82	Cicih	37	Karyawan Swasta	> Rp 3.000.000 - Rp Rp 5.000.00	D3	Instagram
83	Nasya Naffa Nasytha	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
84	Margareta Dinda	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
85	Dian Putri Arisma	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
86	Erika	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
87	Tasya	21	PNS	> Rp 5.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Shopee
88	SRM	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
89	Osya Wicane	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Pendapatan Setiap Bulan	Pendidikan Terakhir	Tempat untuk Belanja Kosmetik secara Online
90	Ayu	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
91	Kintan Larasati	30	Pegawai BUMN	> Rp 7.000.000	S1	Shopee
92	Alvia Dian Emalia Putri	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
93	Santi Silfiani	22	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
94	Shania Mustika Ari	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
95	Awel	22	Karyawan Swasta	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	S1	Shopee
96	Randyta Indah	21	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
97	Dian Istiqomah	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee
98	Nurrohma Hani Novianti	30	Ibu Rumah Tangga	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	S1	Shopee
99	Carolina Algista Zahra P.	20	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	SMA/SMK	Shopee
100	Lilla	20	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	SMA/SMK	Shopee



No	Celebrity Endorser (X1)							T	K	E-Brand Personality (X2)									T	K	E-Trust (Z)						T	K	Online Repurchase Intention (Y)			T	K
	1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7	8	9			1	2	3	4	5	6			1	2	3		
19	4	4	4	3	5	3	3	26	4	4	3	4	4	3	4	4	33	4	4	4	3	4	4	4	23	4	3	3	3	9	3		
20	5	5	4	5	5	4	5	33	5	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	14	5		
21	3	3	3	3	3	3	3	21	3	5	3	5	3	4	4	5	39	4	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	15	5		
22	3	3	4	4	4	4	3	25	4	4	4	4	4	4	4	3	34	4	4	4	5	4	4	4	25	4	4	3	4	11	4		
23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	10	3		
24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	11	4		
25	4	4	3	3	4	3	3	24	3	4	5	4	5	4	4	4	38	4	5	5	4	4	4	4	26	4	3	4	3	10	3		
26	5	4	4	4	5	3	3	28	4	4	5	5	4	4	4	4	38	4	5	4	4	5	5	5	28	5	4	4	4	12	4		
27	3	3	3	3	3	2	4	21	3	5	3	3	3	4	4	3	32	4	3	4	3	3	4	5	22	4	3	3	3	9	3		
28	4	4	4	3	4	3	3	25	4	4	4	3	4	4	4	3	34	4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	3	9	3		
29	4	4	4	3	4	4	3	26	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	11	4		
30	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	4	4	5	5	4	39	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4		
31	5	4	4	5	5	5	4	32	5	5	4	4	4	5	5	4	40	4	5	4	4	4	5	5	27	5	4	5	4	13	4		
32	4	4	4	4	3	4	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	4	4	4	4	25	4	4	3	4	11	4		
33	5	4	3	5	5	4	4	30	4	5	5	5	5	5	4	4	42	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4		
34	5	5	4	5	5	5	4	33	5	5	4	5	4	5	5	4	39	4	5	4	4	5	4	5	27	5	5	3	5	13	4		
35	4	4	4	4	4	3	3	26	4	4	4	4	4	3	4	3	34	4	4	3	3	3	4	4	21	4	3	3	3	9	3		
36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4		
37	4	4	4	4	5	3	3	27	4	4	4	4	3	3	4	4	33	4	4	4	4	4	4	5	25	4	5	3	5	13	4		
38	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	3	9	3		
39	4	4	3	4	5	5	2	27	4	4	5	4	3	5	5	3	34	4	3	3	4	4	3	4	21	4	3	5	3	11	4		
40	3	4	4	3	3	3	3	23	3	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	11	4		

No	Celebrity Endorser (X1)							T	K	E-Brand Personality (X2)									T	K	E-Trust (Z)						T	K	Online Repurchase Intention (Y)			T	K		
	1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7	8	9			1	2	3	4	5	6			1	2	3				
41	3	4	3	4	4	3	3	24	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	4
42	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	4	
43	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	12	4		
44	3	3	3	3	4	3	2	21	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	2	9	3						
45	3	3	3	3	4	3	3	22	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	23	4	4	2	4	10	3						
46	4	4	3	3	4	4	3	25	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	24	4	5	5	5	15	5						
47	5	4	3	3	3	3	3	24	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	4	3	4	3	10	3						
48	3	3	3	4	5	4	3	25	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4						
49	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	3	4	4	4	11	4						
50	4	4	3	4	5	4	4	28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	11	4							
51	5	5	5	5	3	3	3	29	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	33	4	4	3	4	4	4	4	10	3							
52	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	11	4							
53	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	12	4							
54	4	3	3	3	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	12	4							
55	4	4	4	4	5	3	3	27	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	14	5							
56	3	3	4	4	4	2	3	23	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	31	3	4	4	4	4	4	4	8	3							
57	4	3	3	4	4	5	4	27	4	4	5	4	2	4	3	3	4	4	33	4	4	3	4	4	3	4	9	3							
58	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	36	4	5	5	4	4	5	5	9	3							
59	3	3	3	3	4	3	2	21	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	37	4	4	3	4	4	4	4	7	2							
60	4	4	4	4	4	3	2	25	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32	4	4	4	4	4	4	4	12	4							
61	4	4	3	4	5	2	2	24	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	35	4	4	4	3	3	4	4	10	3							
62	4	3	3	4	5	4	3	26	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	40	4	4	4	4	3	3	3	11	4							

No	Celebrity Endorser (X1)							T	K	E-Brand Personality (X2)									T	K	E-Trust (Z)						T	K	Online Repurchase Intention (Y)			T	K
	1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7	8	9			1	2	3	4	5	6			1	2	3		
63	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	9	3			
64	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	4	12	4				
65	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	21	4	4	4	3	11	4			
66	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4				
67	5	4	4	4	4	4	3	28	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	29	5	4	3	5	12	4			
68	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4				
69	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	13	4				
70	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	5	3	5	4	3	4	5	38	4	5	5	5	5	5	30	5	4	14	5			
71	4	4	4	4	5	3	4	28	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	34	4	4	3	4	4	4	23	4	3	11	4			
72	4	4	3	4	2	4	4	25	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33	4	3	4	4	4	4	23	4	3	9	3			
73	1	1	4	4	4	4	4	22	3	4	4	4	4	4	1	1	4	4	30	3	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			
74	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			
75	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30	3	4	4	4	4	4	24	4	3	9	3			
76	3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			
77	4	4	4	4	3	4	3	26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			
78	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			
79	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			
80	4	3	3	3	3	3	3	22	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24	4	3	9	3			
81	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	41	5	4	5	4	4	5	26	4	4	13	4			
82	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			
83	4	4	3	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	11	4			
84	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	24	4	4	12	4			



No	Celebrity Endorser (X1)							T	K	E-Brand Personality (X2)									T	K	E-Trust (Z)						T	K	Online Repurchase Intention (Y)			T	K
	1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7	8	9			1	2	3	4	5	6			1	2	3		
85	4	3	3	2	2	2	3	19	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	30	3	4	4	3	3	3	4	21	4	3	4	5	12	4
86	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4
87	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4
88	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43	5	5	5	4	3	5	5	27	5	3	5	4	12	4
89	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4
90	1	3	4	4	5	4	5	26	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	37	4	3	4	4	3	4	4	22	4	3	4	4	11	4
91	4	4	4	4	4	3	3	26	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4
92	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4
93	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	41	5	4	4	4	4	5	4	25	4	5	4	5	14	5
94	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	13	4
95	3	3	3	3	4	3	3	22	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	3	4	3	21	4	5	4	4	13	4
96	2	3	3	4	5	1	2	20	3	3	4	3	2	5	5	3	4	5	34	4	5	3	5	4	3	4	24	4	5	3	3	11	4
97	5	5	5	4	3	4	2	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4
98	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	5	14	5
99	5	5	5	4	5	4	4	32	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	40	4	5	4	5	5	5	4	28	5	4	5	5	14	5
100	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	3	3	4	4	4	21	4	4	3	2	9	3

**Lampiran 5**  
**Uji Validitas**

1. Uji Validitas Variabel *Celebrity Endorser*

		<b>Correlations</b>							
		CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	TOTAL
CE1	Pearson Correlation	1	.725**	.451**	.450**	.194*	.387**	.235**	.692**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.027	.000	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
CE2	Pearson Correlation	.725**	1	.580**	.507**	.216*	.399**	.302**	.739**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.016	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
CE3	Pearson Correlation	.451**	.580**	1	.591**	.194*	.431**	.423**	.721**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.027	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
CE4	Pearson Correlation	.450**	.507**	.591**	1	.474**	.579**	.513**	.824**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
CE5	Pearson Correlation	.194*	.216*	.194*	.474**	1	.281**	.158	.504**
	Sig. (1-tailed)	.027	.016	.027	.000		.002	.059	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
CE6	Pearson Correlation	.387**	.399**	.431**	.579**	.281**	1	.640**	.772**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
CE7	Pearson Correlation	.235**	.302**	.423**	.513**	.158	.640**	1	.688**
	Sig. (1-tailed)	.009	.001	.000	.000	.059	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.692**	.739**	.721**	.824**	.504**	.772**	.688**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).									

2. Uji Validitas Variabel *E-Brand Personality*

Correlations											
		EBP1	EBP2	EBP3	EBP4	EBP5	EBP6	EBP7	EBP8	EBP9	TOTAL
EBP1	Pearson Correlation	1	.331**	.524**	.195*	.104	.110	.226*	.353**	.309**	.573**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.026	.151	.138	.012	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBP2	Pearson Correlation	.331**	1	.547**	.187*	.333**	.109	.157	.305**	.312**	.604**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.031	.000	.141	.059	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBP3	Pearson Correlation	.524**	.547**	1	.238**	.228*	.128	.382**	.451**	.345**	.705**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.009	.011	.103	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBP4	Pearson Correlation	.195*	.187*	.238**	1	.093	-.019	.331**	.324**	.133	.492**
	Sig. (1-tailed)	.026	.031	.009		.178	.425	.000	.000	.094	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBP5	Pearson Correlation	.104	.333**	.228*	.093	1	.422**	.123	.134	.335**	.516**
	Sig. (1-tailed)	.151	.000	.011	.178		.000	.111	.091	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBP6	Pearson Correlation	.110	.109	.128	-.019	.422**	1	.395**	.048	.258**	.454**
	Sig. (1-tailed)	.138	.141	.103	.425	.000		.000	.316	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBP7	Pearson Correlation	.226*	.157	.382**	.331**	.123	.395**	1	.515**	.210*	.647**
	Sig. (1-tailed)	.012	.059	.000	.000	.111	.000		.000	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

<b>Correlations</b>											
		EBP1	EBP2	EBP3	EBP4	EBP5	EBP6	EBP7	EBP8	EBP9	TOTAL
EBP8	Pearson Correlation	.353**	.305**	.451**	.324**	.134	.048	.515**	1	.545**	.698**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.000	.000	.091	.316	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBP9	Pearson Correlation	.309**	.312**	.345**	.133	.335**	.258**	.210*	.545**	1	.640**
	Sig. (1-tailed)	.001	.001	.000	.094	.000	.005	.018	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.573**	.604**	.705**	.492**	.516**	.454**	.647**	.698**	.640**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).											
* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).											

### 3. Uji Validitas Variabel *E-Trust*

Correlations								
		ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	ET6	TOTAL
ET1	Pearson Correlation	1	.393**	.367**	.431**	.515**	.417**	.761**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ET2	Pearson Correlation	.393**	1	.197*	.225*	.479**	.239**	.625**
	Sig. (1-tailed)	.000		.025	.012	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ET3	Pearson Correlation	.367**	.197*	1	.462**	.212*	.026	.541**
	Sig. (1-tailed)	.000	.025		.000	.017	.397	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ET4	Pearson Correlation	.431**	.225*	.462**	1	.465**	.426**	.729**
	Sig. (1-tailed)	.000	.012	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ET5	Pearson Correlation	.515**	.479**	.212*	.465**	1	.616**	.802**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.017	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ET6	Pearson Correlation	.417**	.239**	.026	.426**	.616**	1	.656**
	Sig. (1-tailed)	.000	.008	.397	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.761**	.625**	.541**	.729**	.802**	.656**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).								

4. Uji Validitas Variabel *Online Repurchase Intention*

Correlations					
		ORI1	ORI2	ORI3	TOTAL
ORI1	Pearson Correlation	1	.319**	.575**	.761**
	Sig. (1-tailed)		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100
ORI2	Pearson Correlation	.319**	1	.507**	.778**
	Sig. (1-tailed)	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100
ORI3	Pearson Correlation	.575**	.507**	1	.869**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.761**	.778**	.869**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Lampiran 6 Uji Reliabilitas

### 1. Uji Reliabilitas *Celebrity Endorser*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.826	7

### 2. Uji Reliabilitas *E-Brand Personality*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.765	9

### 3. Uji Reliabilitas *E-Trust*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	6

### 4. Uji Reliabilitas *Online Repurchase Intention*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.722	3

**Lampiran 7**  
**Uji Korelasi**

1. Uji Korelasi *Celebrity Endorser* terhadap *Online Repurchase Intention*

<b>Correlations</b>			
		Celebrity Endorser	Online Repurchase Intention
Celebrity Endorser	Pearson Correlation	1	.351**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Online Repurchase Intention	Pearson Correlation	.351**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).			

2. Uji Korelasi *E-Brand Personality* terhadap *Online Repurchase Intention*

<b>Correlations</b>			
		E-Brand Personality	Online Repurchase Intention
E-Brand Personality	Pearson Correlation	1	.485**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Online Repurchase Intention	Pearson Correlation	.485**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).			



3. Uji Korelasi *Celebrity Endorser* terhadap *E-Trust*

<b>Correlations</b>			
		Celebrity Endorser	E-Trust
Celebrity Endorser	Pearson Correlation	1	.313**
	Sig. (1-tailed)		.001
	N	100	100
E-Trust	Pearson Correlation	.313**	1
	Sig. (1-tailed)	.001	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).			

4. Uji Korelasi *E-Brand Personality* terhadap *E-Trust*

<b>Correlations</b>			
		E-Brand Personality	E-Trust
E-Brand Personality	Pearson Correlation	1	.483**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
E-Trust	Pearson Correlation	.483**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).			

5. Uji Korelasi *E-Trust* terhadap *Online Repurchase Intention*

Correlations			
		E-Trust	Online Repurchase Intention
E-Trust	Pearson Correlation	1	.428**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Online Repurchase Intention	Pearson Correlation	.428**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

**Lampiran 8**  
**Uji Determinasi**

1. Uji Determinasi *Celebrity Endorser* (X1) terhadap *Online Repurchase Intention* (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.351 <sup>a</sup>	.123	.114	1.650

a. Predictors: (Constant), *Celebrity Endorser*

2. Uji Determinasi *E-Brand Personality* (X2) terhadap *Online Repurchase Intention* (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.485 <sup>a</sup>	.236	.228	1.541

a. Predictors: (Constant), *E-Brand Personality*

3. Uji Determinasi *Celebrity Endorser* (X1) terhadap *E-Trust* (Z)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.313 <sup>a</sup>	.098	.089	1.82471
a. Predictors: (Constant), <i>Celebrity Endorser</i>				

4. Uji Determinasi *E-Brand Personality* (X2) terhadap *E-Trust* (Z)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483 <sup>a</sup>	.234	.226	1.682
a. Predictors: (Constant), <i>E-Brand Personality</i>				

5. Uji Determinasi *E-Trust* (Z) terhadap *Online Repurchase Intention* (Y)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.428 <sup>a</sup>	.183	.175	1.592
a. Predictors: (Constant), <i>E-Trust</i>				

6. Uji Determinasi *Celebrity Endorser* (X1) dan *E-Trust* (Z) terhadap *Online Repurchase Intention* (Y)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.485 <sup>a</sup>	.235	.220	1.549
a. Predictors: (Constant), <i>E-Trust</i> , <i>Celebrity Endorser</i>				

7. Uji Determinasi *E-Brand Personality* (X2) dan *E-Trust* (Z) terhadap *Online Repurchase Intention* (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.533 <sup>a</sup>	.284	.270	1.498
a. Predictors: (Constant), E-Trust, E-Brand Personality				

**Lampiran 9**  
**Regresi Linier Sederhana**

1. *Celebrity Endorser* (X1) terhadap *Online Repurchase Intention* (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.537	1.278		5.114	.000
	Celebrity Endorser	.175	.047	.351	3.711	.000
a. Dependent Variable: Online Repurchase Intention						

2. *E-Brand Personality* (X2) terhadap *Online Repurchase Intention* (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.956	1.878		.509	.612
	E-Brand Personality	.291	.053	.485	5.495	.000
a. Dependent Variable: Online Repurchase Intention						

3. *Celebrity Endorser (X1) terhadap E-Trust (Z)*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.460	1.414		13.766	.000
	Celebrity Endorser	.170	.052	.313	3.267	.001
a. Dependent Variable: E-Trust						

4. *E-Brand Personality (X2) terhadap E-Trust (Z)*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.871	2.051		6.276	.000
	E-Brand Personality	.316	.058	.483	5.465	.000
a. Dependent Variable: E-Trust						

5. *E-Trust (Z) terhadap Online Repurchase Intention (Y)*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.803	2.019		.893	.374
	E-Trust	.393	.084	.428	4.689	.000
a. Dependent Variable: Online Repurchase Intention						

**Lampiran 10**  
**Regresi Linier Berganda**

1. *Celebrity Endorser (X1) dan E-Trust (Z) terhadap Online Repurchase Intention (Y)*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.242	2.055		.118	.906
	Celebrity Endorser	.120	.047	.240	2.572	.012
	E-Trust	.323	.086	.353	3.773	.000
a. Dependent Variable: Online Repurchase Intention						

2. *E-Brand Personality (X2) dan E-Trust (Z) terhadap Online Repurchase Intention (Y)*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.025	2.162		-.936	.351
	E-Brand Personality	.218	.059	.363	3.702	.000
	E-Trust	.232	.090	.253	2.574	.012
a. Dependent Variable: Online Repurchase Intention						

**Lampiran 11**  
**Distribusi r tabel**  
**(Signifikansi  $\alpha = 5\%$ )**

<b>df = N-2</b>	<b>Tabel r one tail</b>	<b>Tabel r two tails</b>	<b>df = N-2</b>	<b>Tabel r one tail</b>	<b>Tabel r two tails</b>
<b>1</b>	0.9877	0.9969	<b>61</b>	0.2091	0.2480
<b>2</b>	0.9000	0.9500	<b>62</b>	0.2075	0.2461
<b>3</b>	0.8054	0.8783	<b>63</b>	0.2058	0.2441
<b>4</b>	0.7293	0.8114	<b>64</b>	0.2042	0.2423
<b>5</b>	0.6694	0.7545	<b>65</b>	0.2027	0.2404
<b>6</b>	0.6215	0.7067	<b>66</b>	0.2012	0.2387
<b>7</b>	0.5822	0.6664	<b>67</b>	0.1997	0.2369
<b>8</b>	0.5494	0.6319	<b>68</b>	0.1982	0.2352
<b>9</b>	0.5214	0.6021	<b>69</b>	0.1968	0.2335
<b>10</b>	0.4973	0.5760	<b>70</b>	0.1954	0.2319
<b>11</b>	0.4762	0.5529	<b>71</b>	0.1940	0.2303
<b>12</b>	0.4575	0.5324	<b>72</b>	0.1927	0.2287
<b>13</b>	0.4409	0.5140	<b>73</b>	0.1914	0.2272
<b>14</b>	0.4259	0.4973	<b>74</b>	0.1901	0.2257
<b>15</b>	0.4124	0.4821	<b>75</b>	0.1888	0.2242
<b>16</b>	0.4000	0.4683	<b>76</b>	0.1876	0.2227
<b>17</b>	0.3887	0.4555	<b>77</b>	0.1864	0.2213
<b>18</b>	0.3783	0.4438	<b>78</b>	0.1852	0.2199
<b>19</b>	0.3687	0.4329	<b>79</b>	0.1841	0.2185
<b>20</b>	0.3598	0.4227	<b>80</b>	0.1829	0.2172
<b>21</b>	0.3515	0.4132	<b>81</b>	0.1818	0.2159
<b>22</b>	0.3438	0.4044	<b>82</b>	0.1807	0.2146
<b>23</b>	0.3365	0.3961	<b>83</b>	0.1796	0.2133
<b>24</b>	0.3297	0.3882	<b>84</b>	0.1786	<b>0.2120</b>
<b>25</b>	0.3233	0.3809	<b>85</b>	0.1775	0.2108
<b>26</b>	0.3172	0.3739	<b>86</b>	0.1765	0.2096
<b>27</b>	0.3115	0.3673	<b>87</b>	0.1755	0.2084
<b>28</b>	0.3061	0.3610	<b>88</b>	0.1745	0.2072
<b>29</b>	0.3009	0.3550	<b>89</b>	0.1735	0.2061
<b>30</b>	0.2960	0.3494	<b>90</b>	0.1726	0.2050
<b>31</b>	0.2913	0.3440	<b>91</b>	0.1716	0.2039
<b>32</b>	0.2869	0.3388	<b>92</b>	0.1707	0.2028
<b>33</b>	0.2826	0.3338	<b>93</b>	0.1698	0.2017
<b>34</b>	0.2785	0.3291	<b>94</b>	0.1689	0.2006
<b>35</b>	0.2746	0.3246	<b>95</b>	0.1680	0.1996
<b>36</b>	0.2709	0.3202	<b>96</b>	0.1671	0.1986
<b>37</b>	0.2673	0.3160	<b>97</b>	0.1663	0.1975
<b>38</b>	0.2638	0.3120	<b>98</b>	0.1654	0.1966
<b>39</b>	0.2605	0.3081	<b>99</b>	0.1646	0.1956

<b>df = N-2</b>	<b>Tabel r one tail</b>	<b>Tabel r two tails</b>	<b>df = N-2</b>	<b>Tabel r one tail</b>	<b>Tabel r two tails</b>
<b>40</b>	0.2573	0.3044	<b>100</b>	0.1638	0.1946
<b>41</b>	0.2542	0.3008	<b>101</b>	0,1630	0,1937
<b>42</b>	0.2512	0.2973	<b>102</b>	0,1622	0,1927
<b>43</b>	0.2483	0.2940	<b>103</b>	0,1614	0,1918
<b>44</b>	0.2455	0.2907	<b>104</b>	0,1606	0,1909
<b>45</b>	0.2429	0.2876	<b>105</b>	0,1599	0,1900
<b>46</b>	0.2403	0.2845	<b>106</b>	0,1591	0,1891
<b>47</b>	0.2377	0.2816	<b>107</b>	0,1584	0,1882
<b>48</b>	0.2353	0.2787	<b>108</b>	0,1576	0,1874
<b>49</b>	0.2329	0.2759	<b>109</b>	0,1569	0,1865
<b>50</b>	0.2306	0.2732	<b>110</b>	0,1562	0,1857
<b>51</b>	0.2284	0.27	<b>111</b>	0,1555	0,1848
<b>52</b>	0.2262	0.2681	<b>112</b>	0,1548	0,1840
<b>53</b>	0.2241	0.2656	<b>113</b>	0,1541	0,1832
<b>54</b>	0.2221	0.2632	<b>114</b>	0,1535	0,1824
<b>55</b>	0.2201	0.2609	<b>115</b>	0,1528	0,1816
<b>56</b>	0.2181	0.2586	<b>116</b>	0,1522	0,1809
<b>57</b>	0.2162	0.2564	<b>117</b>	0,1515	0,1801
<b>58</b>	0.2144	0.2542	<b>118</b>	0,1509	0,1793
<b>59</b>	0.2126	0.2521	<b>119</b>	0,1502	0,1786
<b>60</b>	0.2108	0.2500	<b>120</b>	0,1496	0,1779



**Lampiran 12**  
**Distribusi t tabel**  
**(Signifikansi  $\alpha = 5\%$ )**

<b>df</b>	<b>Tabel t one tail</b>	<b>Tabel t two tails</b>	<b>df</b>	<b>Tabel t one tail</b>	<b>Tabel t two tails</b>
<b>1</b>	6.3188	12.7062	<b>61</b>	1.6702	1.9996
<b>2</b>	2.9200	4.3027	<b>62</b>	1.6698	1.9990
<b>3</b>	2.3534	3.1824	<b>63</b>	1.6694	1.9983
<b>4</b>	2.1318	2.7764	<b>64</b>	1.6690	1.9977
<b>5</b>	2.0150	2.5706	<b>65</b>	1.6686	1.9971
<b>6</b>	1.9432	2.4469	<b>66</b>	1.6683	1.9966
<b>7</b>	1.8946	2.3646	<b>67</b>	1.6679	1.9960
<b>8</b>	1.8595	2.3060	<b>68</b>	1.6676	1.9955
<b>9</b>	1.8331	2.2622	<b>69</b>	1.6672	1.9949
<b>10</b>	1.8125	2.2281	<b>70</b>	1.6669	1.9944
<b>11</b>	1.7959	2.2010	<b>71</b>	1.6666	1.9939
<b>12</b>	1.7823	2.1788	<b>72</b>	1.6663	1.9935
<b>13</b>	1.7709	2.1604	<b>73</b>	1.6660	1.9930
<b>14</b>	1.7613	2.1448	<b>74</b>	1.6657	1.9925
<b>15</b>	1.7531	2.1314	<b>75</b>	1.6654	1.9921
<b>16</b>	1.7459	2.1199	<b>76</b>	1.6652	1.9917
<b>17</b>	1.7396	2.1098	<b>77</b>	1.6649	1.9913
<b>18</b>	1.7341	2.1009	<b>78</b>	1.6646	1.9908
<b>19</b>	1.7291	2.0930	<b>79</b>	1.6644	1.9905
<b>20</b>	1.7247	2.0860	<b>80</b>	1.6641	1.9901
<b>21</b>	1.7207	2.0796	<b>81</b>	1.6639	1.9897
<b>22</b>	1.7171	2.0739	<b>82</b>	1.6636	1.9893
<b>23</b>	1.7139	2.0687	<b>83</b>	1.6634	1.9890
<b>24</b>	1.7109	2.0639	<b>84</b>	1.6632	1.9886
<b>25</b>	1.7081	2.0595	<b>85</b>	1.6630	1.9883
<b>26</b>	1.7056	2.0555	<b>86</b>	1.6628	1.9879
<b>27</b>	1.7033	2.0518	<b>87</b>	1.6626	1.9876
<b>28</b>	1.7011	2.0484	<b>88</b>	1.6624	1.9873
<b>29</b>	1.6991	2.0452	<b>89</b>	1.6622	1.9870
<b>30</b>	1.6973	2.0423	<b>90</b>	1.6620	1.9867
<b>31</b>	1.6955	2.0395	<b>91</b>	1.6618	1.9864
<b>32</b>	1.6939	2.0369	<b>92</b>	1.6616	1.9861
<b>33</b>	1.6924	2.0345	<b>93</b>	1.6614	1.9858
<b>34</b>	1.6909	2.0322	<b>94</b>	1.6612	1.9855

<b>df</b>	<b>Tabel t one tail</b>	<b>Tabel t two tails</b>	<b>df</b>	<b>Tabel t one tail</b>	<b>Tabel t two tails</b>
<b>35</b>	1.6896	2.0301	<b>95</b>	1.6611	1.9853
<b>36</b>	1.6883	2.0281	<b>96</b>	1.6609	1.9850
<b>37</b>	1.6871	2.0262	<b>97</b>	1.6607	1.9847
<b>38</b>	1.6860	2.0244	<b>98</b>	<b>1.6606</b>	1.9845
<b>39</b>	1.6849	2.0227	<b>99</b>	1.6604	1.9842
<b>40</b>	1.6839	2.0211	<b>100</b>	1.6602	1.9840
<b>41</b>	1.6829	2.0195	<b>101</b>	1.6601	1.9837
<b>42</b>	1.6820	2.0181	<b>102</b>	1.6599	1.9835
<b>43</b>	1.6811	2.0167	<b>103</b>	1.6598	1.9833
<b>44</b>	1.6802	2.0154	<b>104</b>	1.6596	1.9830
<b>45</b>	1.6794	2.0141	<b>105</b>	1.6595	1.9828
<b>46</b>	1.6787	2.0129	<b>106</b>	1.6594	1.9826
<b>47</b>	1.6779	2.0117	<b>107</b>	1.6592	1.9824
<b>48</b>	1.6772	2.0106	<b>108</b>	1.6591	1.9822
<b>49</b>	1.6766	2.0096	<b>109</b>	1.6590	1.9820
<b>50</b>	1.6759	2.0086	<b>110</b>	1.6588	1.9818
<b>51</b>	1.6753	2.0076	<b>111</b>	1.6587	1.9816
<b>52</b>	1.6747	2.0066	<b>112</b>	1.6586	1.9814
<b>53</b>	1.6741	2.0057	<b>113</b>	1.6585	1.9812
<b>54</b>	1.6736	2.0049	<b>114</b>	1.6583	1.9810
<b>55</b>	1.6730	2.0040	<b>115</b>	1.6582	1.9808
<b>56</b>	1.6725	2.0032	<b>116</b>	1.6581	1.9806
<b>57</b>	1.6720	2.0025	<b>117</b>	1.6580	1.9804
<b>58</b>	1.6716	2.0017	<b>118</b>	1.6579	1.9803
<b>59</b>	1.6711	2.0010	<b>119</b>	1.6578	1.9801
<b>60</b>	1.6706	2.0003	<b>120</b>	1.6577	1.9799

**Lampiran 13**  
**Distribusi F tabel**  
**(Signifikansi  $\alpha = 5\%$ )**

df2	df1					df2	df1				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309

	df1						df1				
df2	1	2	3	4	5	df2	1	2	3	4	5
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	101	3,935	3,086	2,695	2,462	2,304
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	102	3,934	3,085	2,694	2,461	2,303
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	103	3,933	3,085	2,693	2,460	2,303
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	104	3,932	3,084	2,692	2,459	2,302
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	105	3,932	3,083	2,691	2,458	2,301
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	106	3,931	3,082	2,690	2,457	2,300
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	107	3,930	3,081	2,689	2,457	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	108	3,929	3,080	2,689	2,456	2,298
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	109	3,928	3,080	2,688	2,455	2,298
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	110	3,927	3,079	2,687	2,454	2,297
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	111	3,927	3,078	2,686	2,453	2,296
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	112	3,926	3,077	2,686	2,453	2,295
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	113	3,925	3,077	2,685	2,452	2,295
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	114	3,924	3,076	2,684	2,451	2,294
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	115	3,924	3,075	2,683	2,451	2,293
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	116	3,923	3,074	2,683	2,450	2,293
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	117	3,922	3,074	2,682	2,449	2,292
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	118	3,921	3,073	2,681	2,449	2,291
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	119	3,921	3,072	2,681	2,448	2,290
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	120	3,920	3,072	2,680	2,447	2,290