

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian Angket

- Bagian I berisi identitas responden, untuk bagian ini anda cukup mengisi data pribadi anda.
- Beri tanda (X) pada pilihan anda
- Bagian II berisi daftar pernyataan, untuk bagian ini anda cukup memilih jawaban yang sesuai dengan kriteria anda dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang tersedia.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Usia
 - 17 s/d 25 Tahun
 - 26 s/d 35 Tahun
 - 36 s/d 45 Tahun
 - 46 s/d 55 Tahun
4. Tempat tinggal :
 - Jakarta
 - Luar Jakarta
5. Pernah menggunakan aplikasi Tokopedia :
 - Ya
 - Tidak
6. Pernah melakukan pembelian minimal 2 kali di aplikasi Tokopedia :

- Ya
- Tidak

Keterangan :

PETUNJUK PENGISIAN

(1) sangat tidak setuju (STS)

(2) Tidak setuju (TS)

(3) setuju (S)

(4) sangat setuju (SS)

Variabel Promosi (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Tampilan iklan di TV dan social media menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan aplikasi Tokopedia.				
2.	Anda disarankan oleh keluarga atau teman untuk menggunakan aplikasi Tokopedia.				
3.	Tokopedia melakukan promosi penjualan melalui voucher belanja, diskon, gratis ongkir, give away dan lain-lain.				
4.	Banyaknya orang yang menawarkan untuk menggunakan aplikasi Tokopedia kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk menggunakannya.				
5.	Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan sehingga saya				

	berminat menggunakannya.				
--	-----------------------------	--	--	--	--

Variabel Brand Ambassador (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Pengaruh BTS sebagai BA memberikan dampak pada peningkatan pengguna aplikasi Tokopedia.				
2.	Prestasi BTS memberikan dampak pada peningkatan pengguna aplikasi Tokopedia.				
3.	Daya tarik BTS sebagai BA memberikan dampak pada peningkatan				

	pengguna aplikasi Tokopedia.				
4.	Ketenaran dan kepopuleran BTS sebagai BA memberikan dampak pada peningkatan pengguna aplikasi Tokopedia.				

Variabel Brand Image (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Tokopedia aplikasi yang praktis dan mudah digunakan.				
2.	Tokopedia selalu melakukan inovasi sehingga nyaman untuk selalu digunakan.				
3.	Tokopedia selalu melakukan promosi yang menarik.				

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	SS
1.	Anda akan kembali konsisten menggunakan aplikasi Tokopedia.				
2.	Anda merekomendasikan aplikasi Tokopedia kepada orang lain/ keluarga Anda.				
3.	Anda akan kembali mengunjungi situs atau aplikasi Tokopedia.				
4.	Anda menyukai aplikasi Tokopedia.				

5.	Tokopedia mempunyai keunggulan yang tidak dimiliki aplikasi lain.				
6.	Anda sudah merasa nyaman dan terbiasa menggunakan aplikasi Tokopedia.				

Lampiran 2. Data Tabulasi Skor Variabel Promosi (X_1)

No	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	$X_{1.5}$	ΣX_1
1.	3	1	4	3	4	15
2.	3	3	4	4	3	17
3.	4	3	4	3	3	17
4.	3	3	3	3	3	15
5.	4	3	4	3	3	17
6.	4	4	4	4	4	20
7.	4	3	4	3	3	17
8.	4	2	3	3	3	15
9.	3	3	3	3	3	15
10.	4	4	3	3	4	18

11.	4	3	4	3	4	18
12.	4	3	4	4	4	19
13.	3	3	3	3	3	15
14.	3	3	4	4	3	17
15.	4	3	3	4	3	17
16.	4	3	4	3	3	17
17.	4	3	4	3	3	17
18.	3	1	4	1	3	12
19.	4	3	4	4	3	18
20.	4	3	3	3	3	16
21.	3	2	3	3	3	14
22.	4	3	4	4	3	18
23.	3	3	3	3	3	15
24.	4	3	3	3	3	16
25.	4	3	3	2	2	15
26.	3	3	3	4	3	17
27.	4	4	4	4	3	19
28.	4	3	3	3	3	17
29.	4	4	4	4	4	20
30.	4	1	4	2	3	14
31.	3	2	3	2	2	12
32.	4	3	3	3	3	16
33.	3	3	3	3	3	15
34.	3	2	3	2	2	12
35.	4	4	3	4	4	19
36.	2	2	3	2	3	13
37.	4	4	4	4	4	20
38.	2	2	3	3	3	13
39.	4	3	4	3	3	17
40.	2	2	3	3	3	13

Lampiran 3. Data Tabulasi Variabel Brand Ambassador (X_2)

No	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$	ΣX_2
1.	4	3	4	4	15
2.	4	4	4	4	16
3.	2	3	3	3	11
4.	3	3	3	3	12
5.	4	4	4	4	16
6.	4	4	4	4	16
7.	4	4	4	4	16
8.	3	3	3	3	12
9.	3	3	3	3	12
10.	3	4	3	3	13

11.	4	4	4	4	16
12.	4	4	4	4	16
13.	2	3	2	2	9
14.	3	4	3	3	13
15.	4	3	4	4	15
16.	4	4	4	4	16
17.	3	3	3	3	12
18.	4	3	4	3	14
19.	4	4	4	4	16
20.	3	2	4	3	12
21.	3	3	3	3	12
22.	3	4	4	4	15
23.	3	3	3	3	12
24.	3	3	4	3	13
25.	4	4	4	4	16
26.	3	3	3	3	12
27.	3	3	3	3	12
28.	4	4	4	4	16
29.	4	4	4	4	16
30.	4	3	4	4	15
31.	3	3	3	3	12
32.	3	3	3	3	12
33.	3	4	3	4	14
34.	2	2	2	2	8
35.	3	3	3	3	12
36.	3	3	3	3	12
37.	3	4	4	4	15
38.	3	3	3	3	12
39.	4	3	4	3	14
40.	3	3	3	3	12

Lampiran 4. Data Tabulasi Variabel Brand Image (X_3)

No	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	ΣX_1
1.	4	4	4	12
2.	3	3	3	9
3.	4	4	4	12
4.	3	3	3	9
5.	3	3	3	9
6.	4	4	4	12
7.	4	3	3	10
8.	3	3	3	9
9.	3	3	3	9
10.	4	4	3	11

11.	4	4	4	12
12.	4	4	4	12
13.	3	3	3	9
14.	3	3	3	9
15.	3	3	4	10
16.	4	4	4	12
17.	3	3	3	9
18.	2	3	3	8
19.	3	4	4	11
20.	4	3	3	10
21.	3	3	3	9
22.	4	4	3	11
23.	3	3	3	9
24.	4	3	3	10
25.	3	3	4	10
26.	3	3	3	9
27.	3	3	3	9
28.	3	4	4	11
29.	4	4	4	12
30.	4	4	4	12
31.	2	3	3	8
32.	3	3	3	9
33.	4	3	4	11
34.	3	3	2	8
35.	4	4	4	12
36.	3	3	3	9
37.	4	4	4	12
38.	3	3	3	9
39.	3	3	3	9
40.	3	3	3	9

Lampiran 5. Data Tabulasi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	ΣY
1.	4	4	4	4	4	4	24
2.	3	3	3	3	3	3	18
3.	3	3	4	3	3	3	19
4.	3	3	3	3	3	3	18
5.	3	4	3	3	2	2	17
6.	4	4	4	4	4	4	24
7.	3	3	3	3	3	3	18
8.	3	3	3	3	3	3	18
9.	3	3	3	3	2	2	16
10.	4	3	3	3	4	4	21

11.	3	3	3	3	3	3	18
12.	4	4	4	4	4	4	24
13.	3	3	3	3	2	3	17
14.	3	3	3	3	3	3	18
15.	4	4	3	4	4	4	23
16.	3	3	3	3	3	3	18
17.	3	3	3	3	3	3	18
18.	1	2	2	2	2	1	10
19.	3	4	4	4	4	3	22
20.	3	3	3	3	3	3	18
21.	3	3	3	3	3	3	18
22.	3	3	3	3	2	3	17
23.	3	3	3	3	3	3	18
24.	3	2	4	3	3	4	19
25.	2	2	2	3	3	2	14
26.	3	4	3	3	3	3	19
27.	3	3	3	3	3	3	18
28.	3	3	3	3	3	3	18
29.	4	4	4	3	4	4	23
30.	2	2	3	3	4	2	16
31.	2	2	2	2	3	3	14
32.	3	3	3	3	3	3	18
33.	4	4	3	4	3	3	21
34.	2	2	3	2	2	2	13
35.	4	4	4	4	4	4	24
36.	3	3	3	3	3	3	18
37.	4	4	4	4	4	4	24
38.	3	3	3	3	3	3	18
39.	3	3	3	3	3	3	18
40.	3	3	3	3	3	3	18

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X₁)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1 Spearman Correlation	1	,498**	,420**	,193	,221	,670**
Sig. (2-tailed)		,001	,006	,220	,159	,000
N	40	40	40	40	40	40
X1.2 Spearman Correlation	,498**	1	,149	,651**	,372*	,820**
Sig. (2-tailed)	,001		,346	,000	,015	,000

	N	40	40	40	40	40	40
X1.3	Spearman Correlation	,420**	,149	1	,220	,252	,530**
	Sig. (2-tailed)	,006	,346		,161	,107	,000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.4	Spearman Correlation	,193	,651**	,220	1	,538**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,220	,000	,161		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.5	Spearman Correlation	,221	,372*	,252	,538**	1	,657**
	Sig. (2-tailed)	,159	,015	,107	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40
X1	Spearman Correlation	,670**	,820**	,530**	,776**	,657**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X₂)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1 Spearman Correlation	1	,553**	,852**	,799**	,906**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	40	40	40	40	40
X2.2 Spearman Correlation	,553**	1	,515**	,747**	,789**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000

	N	40	40	40	40	40
X2.3	Spearman Correlation	,852**	,515**	1	,831**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
X2.4	Spearman Correlation	,799**	,747**	,831**	1	,951**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
X2	Spearman Correlation	,906**	,789**	,903**	,951**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X₃)

	X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1 Spearman Correlation	1	,617**	,450**	,823**
Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000
N	40	40	40	40
X3.2 Spearman Correlation	,617**	1	,680**	,891**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40
X3.3	Spearman Correlation	,450**	,680**	1	,833**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000
	N	40	40	40	40
X3	Spearman Correlation	,823**	,891**	,833**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Spearman Correlation	1	,822**	,700**	,773**	,581**	,857**	,933**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40

Y2	Spearman Correlation	,822**	1	,613**	,761**	,451**	,570**	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,003	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y3	Spearman Correlation	,700**	,613**	1	,641**	,539**	,688**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y4	Spearman Correlation	,773**	,761**	,641**	1	,687**	,617**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y5	Spearman Correlation	,581**	,451**	,539**	,687**	1	,686**	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y6	Spearman Correlation	,857**	,570**	,688**	,617**	,686**	1	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y	Spearman Correlation	,933**	,827**	,811**	,872**	,777**	,875**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	5

Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	4

Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	3

Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,921	6

Lampiran 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

a. Promosi (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,690 ^a	,476	,463	2,248

a. Predictors: (Constant), PROMOSI

b. Brand Ambassador (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,337 ^a	,113	,091	2,924

a. Predictors: (Constant), BRAND AMBASSADOR

c. Brand Image (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,672 ^a	,451	,437	2,300

a. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE

- d. Simultan antara Promosi (X₁), Brand Ambassador (X₂), Brand Image (X₃) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 ^a	,591	,559	2,037

- a. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, PROMOSI

Lampiran 15. Hasil Uji T

- a. Promosi (X₁) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,150	2,594		1,214	,232
	PROMOSI	,958	,159	,690	6,026	,000

- a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

- b. Brand Ambassador (X₂) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,984	2,977		4,025	,000
	BRAND AMBASSADOR	,492	,218	,337	2,262	,029

- a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

- c. Brand Image (X₃) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,281	2,702		1,214	,232

BRAND IMAGE	1,525	,266	,672	5,734	,000
----------------	-------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Lampiran 16. Hasil Uji F



ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	227,988	3	75,996	18,318	,000 ^b
	Residual	157,655	38	4,149		
	Total	385,643	41			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR,
PROMOSI

Lampiran 17. Surat Permohonan Riset bagi Mahasiswa

	SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (INDONESIA COLLEGE OF ECONOMICS)	TERAKREDITASI A S-1 Akuntansi S-1 Manajemen D-3 Akuntansi D-3 Manajemen Perdagangan TERAKREDITASI B S-2 Akuntansi S-2 Manajemen INSTITUSI Perguruan Tinggi
Nomor	: 424/BAA&AD/STEI/VII/2021	
Lampiran	: Proposal Penelitian	
Perihal	: Permohonan Izin Riset Bagi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia	
 Kepada Yth PT Tokopedia Kompleks Ruko Graha Handaya Unit R, S, T, Jalan Raya Perjuangan no. 12-A, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, DKI Jakarta. (021) 53691015 / (021) 80647333. 11530.		
Dengan Hormat,		
Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, setiap mahasiswa diwajibkan untuk menyusun Karya Tulis Akhir (Skripsi) dan mempertahankan dihadapan suatu panitia penguji sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.		
Sehubungan dengan hal tersebut, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) :		
Nama	: ANE MISPIANI	
NPK	: 21170000304	
No. Handphone	: 082294569276	
Program Studi	: S1 Manajemen	
Judul KTA	: PENGARUH PROMOSI, BRAND AMBASSADOR, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Followers Instagram Tokopedia)	
Bermaksud untuk mengadakan riset dalam bidang manajemen dengan topik yang ingin dibahas seperti yang dimuat dalam proposal penelitian terlampir pada Instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Perlu kami tambahkan bahwa kode etik Perguruan Tinggi menjamin kerahasiaan data dan informasi yang diperoleh.		
Sebagai bukti pelaksanaan riset, maka satu set laporan hasil penelitian (Skripsi) nantinya akan diserahkan kepada Manajemen Instansi oleh mahasiswa yang bersangkutan.		
Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, Mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.		
Jakarta, 18 Agustus 2021		
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Wakil Ketua I		
	 Dr. Ees Zulfiati, S.E., M.Si., Ak., CA NIK. 010999089	
Kampus A : Jl. Kayu Jati Raya No. 11A, Rawamangun - Jakarta 13220, INDONESIA Telp. : (021) 475.0321; 475.8702 Fax. : (021) 472.2371 Website : www.stei.ac.id		

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

Data Pribadi

Nama : Ane Mispiani
NPM : 21170000304
Tempat dan Tanggal Lahir : Kumai, 28 Agustus 1998
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alama : Pondok Bandung, RT009/RW003, Kelurahan Kota Bambu Utara, Kecamatan Pal Merah, Jakarta Barat, DKI Jakarta
Telepon : 081515483841
E-mail : annemispiani26@gmail.com

Pendidikan Formal

Madrasah Ibtidaiyah Swasta 1 Kumai : Lulus tahun 2011
SMP Negeri 1 Kumai : Lulus tahun 2014
SMA Negeri 36 Jakarta : Lulus tahun 2017
STIE Indonesia, Jakarta : 2017-sekarang