

Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan karya ilmiah/skripsi yang berjudul “**Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gildak Rawamangun)**”. Dengan ini saya Roma Yuli Parulian dari Fakultas Ekonomi STIE INDONESIA, memohon partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk dapat berkenan mengisi kuesioner penelitian ini.

Dengan demikian, saya berharap kepada Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memberikan jawaban yang sebaik – baiknya. Informasi yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, akan saya jamin kerahasiannya. Maka dari itu atas waktu dan perhatiannya kepada kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Roma Yuli Parulian

21160000197

IDENTITAS RESPONDEN

Sebelum Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab pernyataan – pernyataan kuesioner penelitian ini, dimohon sebelumnya untuk mengisi dan melengkapi data berikut. Jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/i akan diberlakukan secara rahasia.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - < 20 tahun
 - 21 – 30 tahun
 - 31 – 40 tahun
 - > 40 tahun
4. Pekerjaan :
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Wirausaha
 - Karyawan Swasta
 - Pegawai Negeri
 - Pekerja Lepas

Pada masing-masing pernyataan terdapat lima pilihan jawaban yang mengacu pada teknik skala likert yaitu 1 – 5 . Kriteria penilaiannya yaitu sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu – Ragu (RR)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

1. Celebrity Endorser (X₁)

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Jovi Adhiguna terkenal (familiar) di kalangan masyarakat khususnya para kaum milenial					
2.	Jovi Adhiguna sering dan aktif mempublikasikan foto di akun Instagram miliknya					
3.	Nama dari seorang Jovi Adhiguna mudah diingat oleh para masyarakat					
4.	Postingan foto dan video yang di unggah oleh akun instagram @Gildak.id dengan menyertakan Jovi Adhiguna sebagai <i>endorser</i> Gildak cukup meyakinkan dan menarik perhatian konsumen					
5.	<i>Review</i> yang diberikan dari Jovi Adhiguna mengenai produk dari Gildak tidak berlebihan bagi konsumen					
6.	Jovi Adhiguna mencerminkan sebagai seorang celebrity endorser yang memiliki penampilan yang menarik dalam mempromosikan produk dari Gildak					
7.	Jovi Adhiguna mampu berkomunikasi dengan baik dalam memasarkan produk					

	dari Gildak melalui akun Instagram pribadinya dan juga dari akun Instagram @Gildak.id					
8.	Jovi Adhiguna memiliki reputasi dan kepopuleran yang cukup baik					

2. Brand Image (X₂)

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
9.	Saya mudah membedakan produk “Gildak” dari produk – produk lainnya yang sejenis					
10.	Ketika saya mengkonsumsi produk dari Gildak, maka saya akan terlihat semakin “keren” dan “gaul”					
11.	Gildak selalu memberikan promo serta diskon yang menarik bagi tiap – tiap produknya bagi para konsumen					
12.	Gildak konsisten antara janji yang dibuat didalam iklan dan promosi yang disebar di kalangan konsumen					
13.	Produk yang dijual oleh Gildak selalu mengikuti selera konsumen khususnya kalangan milenial					

3. Brand Trust (X₃)

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
14.	Gildak memiliki reputasi yang bagus sehingga saya percaya terhadap produk dari Gildak					
15.	Konsistensi dari Gildak tentang menjaga kualitas dari produk yang dijual sangat terjamin					
16.	Pihak Gildak selalu bisa membantu menyelesaikan keluhan dan kebutuhan konsumen					
17.	Saya percaya bahwa Gildak bagus, bonafit dan mampu menciptakan produk – produk yang memiliki cita rasa yang berbeda dari yang lainnya					
18.	Saya yakin dan percaya dengan produk yang dijual oleh Gildak karena dinaungi oleh selebgram sebesar Joviadhiguna					
19.	Gildak memiliki motif yang sangat menguntungkan di kalangan anak muda					
20.	Kredibilitas yang jujur, menepati janji dan berlaku jujur selalu diterapkan oleh Gildak					
21.	Konsep tempat Gildak di Rawamangun sangat sesuai dengan selera saya					
22.	Saya sangat menyukai dengan produk – produk yang dijual					

	oleh Gildak karena dikemas dengan menarik					
23.	Saya sangat tertarik dan nyaman ketika berada di Gildak Rawamangun serta mengkonsumsi produk yang dijual					
24.	Saya merasa puas dengan produk dari Gildak karena sesuai dan selaras dengan keinginan saya					
25.	Saya tidak mudah terpengaruh tentang hal negatif dari Gildak oleh pihak lain					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
26.	Saya akan selalu membeli produk yang dijual oleh Gildak di Rawamangun					
27.	Saya tidak akan berpindah ke merek lain yang sejenis kecuali Gildak di Rawamangun					
28.	Saya memilih dan menyukai Gildak di Rawamangun karena lokasinya yang strategis dan harganya yang murah					
29.	Saya suka membeli produk dari Gildak di Rawamangun dalam jumlah yang banyak					
30.	Saya hampir setiap hari mengkonsumsi produk Gildak di Rawamangun					
31.	Saya selalu merasa mudah dalam melakukan transaksi pembayaran dalam membeli produk dari Gildak di Rawamangu					

Lampiran 2 : Variabel *Celebrity Endorser* (X_1)

No. Responde n	<i>Celebrity Endorser</i>								TOTAL X_1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	5	4	4	4	4	4	5	34
2	4	4	3	3	5	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	5	4	3	4	4	4	4	33
5	4	4	4	5	4	4	4	4	33
6	3	2	3	4	5	4	5	4	30
7	3	3	3	2	3	3	4	3	24
8	4	3	4	4	4	3	4	3	29
9	5	4	4	2	4	4	5	5	33
10	4	3	2	1	3	3	4	3	23
11	5	4	4	5	4	4	4	5	35
12	3	3	1	3	5	3	3	3	24
13	3	3	3	4	4	4	4	4	29
14	4	4	4	5	5	5	5	5	37
15	4	4	4	4	4	5	5	5	35
16	4	4	5	5	5	5	5	5	38
17	4	4	3	4	4	4	4	3	30
18	5	4	4	5	5	5	5	5	38
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	5	5	4	5	5	4	4	37
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	5	2	4	2	5	4	3	29
24	3	4	1	5	5	4	4	4	30
25	4	5	4	4	4	4	4	4	33
26	2	2	2	4	4	4	3	3	24
27	3	4	3	4	4	4	4	5	31
28	4	4	4	3	3	3	4	3	28
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	5	5	4	4	3	3	5	2	31
31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32	4	5	3	5	4	4	4	4	33
33	4	4	3	3	3	3	3	3	26
34	4	5	3	3	4	5	3	3	30
35	5	5	4	3	5	3	4	5	34
36	3	4	2	3	3	3	4	3	25
37	3	3	2	2	3	3	3	3	22
38	3	3	2	2	3	3	3	3	22
39	4	5	5	5	4	5	5	5	38
40	4	5	3	4	4	3	4	4	31
41	4	4	4	4	4	4	5	3	32
42	3	4	3	4	4	4	4	4	30
43	4	4	5	3	4	5	5	3	33
44	4	2	4	2	4	4	4	4	28
45	4	5	3	5	5	5	4	4	35
46	4	4	5	5	5	5	5	5	38
47	2	1	3	4	4	5	5	5	29
48	3	5	3	4	4	5	4	3	31
49	3	3	4	3	4	4	3	4	28

Lanjutan Lampiran 2

No. Responden	Celebrity Endorser								TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	3	3	2	3	4	3	3	3	24
52	2	3	3	3	3	3	3	3	23
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	5	5	5	4	5	5	4	38
55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
56	3	4	4	4	3	4	4	3	29
57	4	4	3	4	4	4	4	5	32
58	4	4	3	3	3	3	3	3	26
59	4	4	3	4	4	3	4	4	30
60	3	3	3	3	3	4	4	4	27
61	3	2	2	3	3	3	3	3	22
62	4	5	4	4	4	4	4	4	33
63	2	2	3	4	4	4	5	4	28
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	5	5	5	5	4	5	5	4	38
66	3	3	4	4	3	4	3	4	28
67	5	5	5	5	5	4	4	5	38
68	4	5	4	3	4	4	5	3	32
69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	3	3	4	2	3	3	4	4	26
72	3	3	3	3	4	4	4	3	27
73	4	4	3	4	4	3	2	4	28
74	4	5	4	4	5	5	5	5	37
75	4	4	3	4	3	4	4	3	29
76	3	3	4	3	4	4	4	4	29
77	4	3	3	3	4	3	3	3	26
78	2	3	4	4	4	4	5	5	31
79	5	5	5	4	4	5	5	5	38
80	3	4	3	4	5	5	4	4	32
81	5	5	5	5	4	5	5	5	39
82	4	5	4	5	4	4	4	4	34
83	4	3	3	4	4	3	3	4	28
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	3	4	3	4	4	4	4	4	30
87	4	5	3	3	4	4	4	3	30

Lanjutan Lampiran 2

No. Responden	<i>Celebrity Endorser</i>								TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
88	2	5	3	4	4	4	4	5	31
89	4	5	3	4	4	5	4	5	34
90	3	5	2	4	4	3	4	5	30
91	5	5	3	5	4	4	4	4	34
92	4	4	4	5	4	4	5	5	35
93	4	3	3	3	4	3	3	3	26
94	5	4	4	4	4	5	4	5	35
95	5	5	5	4	4	4	4	4	35
96	5	5	5	4	4	4	4	4	35
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	3	3	3	4	4	4	4	3	28
99	3	3	3	3	3	3	3	3	24
100	5	5	4	4	5	4	5	4	36
TOTAL	380	396	354	380	396	397	404	392	3099

Lampiran 3: Variabel *Brand Image* (X₂)

No. Responden	<i>Brand Image</i>					TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	4	4	4	4	21
2	3	4	3	5	4	19
3	4	2	2	3	3	14
4	3	1	3	3	2	12
5	4	4	4	4	4	20
6	3	2	4	4	3	16
7	2	3	4	4	4	17
8	3	3	3	3	3	15
9	4	2	2	4	4	16
10	4	1	2	3	4	14
11	5	5	5	5	5	25
12	4	2	3	3	3	15
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	5	5	5	23
16	5	5	5	5	5	25
17	3	4	2	4	4	17
18	4	3	5	4	5	21
19	4	2	3	4	4	17
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	4	24
22	3	2	4	3	3	15
23	3	1	2	4	3	13
24	5	3	4	4	3	19
25	4	4	4	4	4	20
26	5	5	4	3	4	21
27	3	5	4	5	3	20
28	4	3	3	3	5	18
29	4	4	4	4	4	20
30	3	4	4	5	5	21
31	4	4	4	4	5	21
32	4	3	4	4	4	19
33	4	3	3	3	3	16
34	3	2	2	4	4	15
35	3	2	4	3	4	16
36	4	4	4	4	4	20
37	2	1	1	1	3	8
38	2	1	1	1	3	8
39	4	4	5	5	5	23
40	4	2	4	4	4	18
41	5	3	4	4	4	20
42	3	2	4	5	3	17
43	4	3	4	5	4	20
44	3	3	4	3	3	16
45	2	2	4	4	2	14
46	5	5	5	5	5	25
47	3	2	2	3	4	14
48	4	4	4	4	4	20
49	4	2	3	4	3	16

Lanjutan Lampiran 3

No. Responden	<i>Brand Image</i>					TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
50	3	3	3	3	3	15
51	3	3	4	4	4	18
52	3	3	2	2	2	12
53	4	4	4	4	4	20
54	4	3	4	4	4	19
55	3	3	3	3	3	15
56	3	2	4	4	4	17
57	4	4	4	4	4	20
58	2	2	2	2	2	10
59	3	3	3	3	4	16
60	4	1	3	4	5	17
61	4	3	3	3	3	16
62	4	1	3	4	4	16
63	5	3	4	4	4	20
64	5	5	5	5	5	25
65	4	3	4	4	4	19
66	4	4	3	4	4	19
67	3	2	4	3	5	17
68	4	3	4	4	5	20
69	3	3	3	3	3	15
70	5	5	5	5	5	25
71	1	3	3	3	4	14
72	5	4	4	4	4	21
73	4	3	5	2	5	19
74	3	2	5	4	4	18
75	3	3	4	3	4	17
76	4	4	3	3	4	18
77	4	3	3	3	3	16
78	3	4	3	4	3	17
79	5	4	4	4	5	22
81	3	1	5	4	4	17
82	4	3	4	4	4	19
83	3	2	3	3	4	15
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	4	4	3	17
87	3	4	4	4	4	19
88	2	2	4	4	4	16
89	3	2	5	5	4	19
91	3	2	4	4	4	17
92	4	2	3	3	3	15
93	4	3	3	3	3	16
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	20
97	3	4	4	4	3	18
98	4	4	4	4	4	20
99	3	3	3	3	3	15
100	5	4	4	4	4	21
TOTAL	366	311	367	377	384	1805

Lampiran 4 : Variabel *Brand Trust* (X₃)

No.Responden	<i>Brand Trust</i>												TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	
1	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	54
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	35
4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	36
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	47
6	4	5	2	4	2	4	3	5	3	4	4	3	43
7	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	40
8	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
9	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	55
10	3	4	4	4	4	2	5	4	5	4	3	3	45
11	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
12	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	38
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
18	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
19	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	45
20	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	50
21	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	50
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	4	3	1	1	2	3	1	4	3	4	5	1	32
24	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	50
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
26	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	42
27	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	51
28	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	41
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
30	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	2	38
31	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	52
32	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	51
33	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
34	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	38
35	3	3	2	4	3	3	3	4	5	4	5	3	42
36	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
37	3	1	2	2	2	2	3	1	3	1	2	3	25
38	3	1	2	2	2	2	3	1	3	1	2	3	25
39	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
40	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	45
41	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	50
42	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	44
43	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	51
44	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	40
45	5	4	3	3	4	4	3	4	3	2	4	2	41
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
47	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	3	2	30
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
49	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	40

Lanjutan Lampiran 4

No.Responden	Brand Trust												TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
51	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	42
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
53	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
54	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	49
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
56	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	43
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
59	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	41
60	3	4	3	3	3	4	3	1	3	1	3	3	34
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
62	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	49
63	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	46
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
65	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	49
66	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	45
67	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	54
68	4	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	4	50
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
72	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	44
73	2	5	2	4	3	2	5	1	3	4	4	5	40
74	5	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	45
75	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	40
76	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	44
77	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	40
78	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	2	3	38
79	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	57
80	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	51
81	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
82	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
83	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
86	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	43
87	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	38
88	4	4	3	4	3	4	4	3	5	3	4	5	46

Lanjutan Lampiran 4

No.Responden	Brand Trust												TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	
89	4	5	3	4	1	4	4	2	5	2	4	5	43
90	4	4	3	4	2	4	4	4	5	3	4	5	46
91	5	4	4	5	2	4	4	3	5	3	3	5	47
92	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	37
93	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	40
94	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	55
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
97	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	40
98	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	43
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
100	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	53
TOTAL	386	383	353	380	364	374	379	370	389	360	375	374	4487

Lampiran 5: Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No. Responden	Keputusan Pembelian						TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	4	4	4	4	3	4	23
2	3	3	3	3	3	3	18
3	2	1	2	3	1	4	13
4	2	1	3	2	1	3	12
5	3	3	4	4	3	5	22
6	2	2	3	2	1	4	14
7	3	3	3	3	3	3	18
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	1	2	1	1	4	11
10	3	1	2	3	1	4	14
11	5	4	4	4	5	5	27
12	3	2	3	3	1	5	17
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	5	25
15	5	5	4	4	4	5	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	2	2	2	1	4	14
18	5	5	5	5	5	5	30
19	3	3	4	3	2	4	19
20	4	4	4	4	5	5	26
21	4	4	4	4	4	5	25
22	3	3	3	3	3	3	18
23	2	1	1	2	1	5	12
24	5	3	4	3	1	4	20
25	3	3	4	4	4	4	22
26	3	4	4	3	2	3	19
27	3	4	4	4	5	5	25
28	3	3	4	3	3	4	20
29	3	3	4	3	3	3	19
30	5	1	4	5	4	4	23
31	4	4	4	4	4	4	24
32	3	3	5	4	2	4	21
33	3	2	3	2	1	3	14
34	2	2	3	3	4	4	18
35	4	1	3	4	1	3	16
36	3	2	4	2	2	4	17
37	2	2	1	1	1	3	10
38	2	2	1	1	1	3	10
39	4	4	5	4	3	5	25
40	2	2	4	2	2	5	17
41	3	3	3	3	4	4	20
42	3	3	3	2	2	3	16
43	4	3	3	3	2	5	20
44	4	4	4	3	4	4	23
45	3	2	2	2	1	3	13
46	5	5	5	4	5	4	28
47	2	1	4	1	1	1	10
48	3	3	4	3	2	3	18
49	2	2	2	3	2	2	13

Lanjutan Lampiran 5

No. Responden	Keputusan Pembelian						TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
50	2	2	2	2	2	2	12
51	3	4	3	3	3	3	19
52	2	2	2	2	3	2	13
53	3	2	2	2	2	3	14
54	4	3	4	2	2	5	20
55	3	4	3	4	3	3	20
56	3	2	4	2	1	4	16
57	3	3	3	3	1	1	14
58	2	2	2	2	1	2	11
59	2	2	3	3	1	1	12
60	1	1	2	1	1	1	7
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	4	1	1	5	17
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	4	5	4	4	5	26
65	4	3	4	2	2	5	20
66	4	4	3	4	3	4	22
67	5	4	4	5	4	4	26
68	3	3	3	3	2	3	17
69	3	3	3	3	3	3	18
70	5	5	5	5	5	5	30
71	2	2	2	2	3	2	13
72	3	3	4	4	3	4	21
73	2	4	3	4	4	4	21
74	2	2	4	2	2	4	16
75	2	2	3	2	1	3	13
76	2	2	2	2	1	3	12
77	2	3	3	2	2	2	14
78	3	4	4	3	3	3	20
79	5	4	5	4	4	5	27
80	4	4	4	4	4	4	24
81	3	3	3	3	1	4	17
82	3	3	4	3	3	4	20
83	3	2	2	2	2	3	14
84	3	3	4	3	3	3	19
85	4	3	3	3	3	3	19
86	3	3	3	2	2	3	16
87	3	2	3	2	2	4	16
88	2	2	4	2	2	3	15
89	1	2	3	2	2	4	14
90	2	2	4	2	2	5	17
91	2	2	3	2	2	4	15
92	2	3	3	2	1	3	14
93	2	3	3	2	2	2	14
94	5	5	5	4	4	4	27
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	4	24
97	3	3	4	3	4	3	20
98	3	3	3	3	3	3	18
99	3	3	4	4	3	3	20

Lanjutan Lampiran 5

No. Responden	Keputusan Pembelian						TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
100	5	4	4	5	4	5	27
TOTAL	312	290	338	296	260	363	1859

Lampiran 6: Uji Validitas *Celebrity Endorser* (X₁)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.666**	.613**	.343**	.347**	.335**	.369**	.306**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.666**	1	.437**	.468**	.304**	.409**	.350**	.317**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.613**	.437**	1	.428**	.343**	.525**	.575**	.476**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.343**	.468**	.428**	1	.523**	.590**	.468**	.539**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.347**	.304**	.343**	.523**	1	.517**	.453**	.582**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.335**	.409**	.525**	.590**	.517**	1	.645**	.549**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.369**	.350**	.575**	.468**	.453**	.645**	1	.522**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.306**	.317**	.476**	.539**	.582**	.549**	.522**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.702**	.701**	.768**	.749**	.673**	.770**	.736**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 7: Uji Validitas *Brand Image* (X₂)**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.522**	.405**	.414**	.457**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.522**	1	.492**	.483**	.395**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.405**	.492**	1	.659**	.529**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.414**	.483**	.659**	1	.486**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.457**	.395**	.529**	.486**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.727**	.791**	.803**	.783**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 8: Uji Validitas *Brand Trust* (X₃)

		Correlations												
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.567**	.607**	.526**	.460**	.581**	.449**	.574**	.563**	.461**	.588**	.457**	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.567**	1	.579**	.654**	.470**	.547**	.638**	.524**	.537**	.577**	.623**	.579**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.607**	.579**	1	.640**	.710**	.664**	.740**	.525**	.552**	.532**	.465**	.638**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.526**	.654**	.640**	1	.616**	.572**	.657**	.504**	.613**	.547**	.630**	.699**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.460**	.470**	.710**	.616**	1	.623**	.619**	.521**	.404**	.553**	.601**	.550**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.581**	.547**	.664**	.572**	.623**	1	.570**	.442**	.506**	.464**	.597**	.565**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.449**	.638**	.740**	.657**	.619**	.570**	1	.360**	.645**	.516**	.483**	.734**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.574**	.524**	.525**	.504**	.521**	.442**	.360**	1	.474**	.701**	.550**	.319**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.563**	.537**	.552**	.613**	.404**	.506**	.645**	.474**	1	.572**	.622**	.616**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	.461**	.577**	.532**	.547**	.553**	.464**	.516**	.701**	.572**	1	.694**	.504**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.11	Pearson Correlation	.588**	.623**	.465**	.630**	.601**	.597**	.483**	.550**	.622**	.694**	1	.579**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.12	Pearson Correlation	.457**	.579**	.638**	.699**	.550**	.565**	.734**	.319**	.616**	.504**	.579**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.726**	.778**	.826**	.824**	.774**	.765**	.798**	.701**	.761**	.769**	.795**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 9: Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.697**	.629**	.746**	.627**	.534**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.697**	1	.653**	.692**	.759**	.395**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.629**	.653**	1	.614**	.592**	.490**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.746**	.692**	.614**	1	.765**	.435**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.627**	.759**	.592**	.765**	1	.415**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.534**	.395**	.490**	.435**	.415**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.857**	.858**	.800**	.868**	.862**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 10: Uji Reliabilitas *Celebrity Endorser* (X₁)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	8

Lampiran 11: Uji Reliabilitas *Brand Image* (X₂)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

Lampiran 12: Uji Reliabilitas *Brand Trust* (X_3)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	12

Lampiran 13: Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	6

Lampiran 14 : KD Parsial X_1 terhadap Y, X_2 terhadap Y, X_3 terhadap Y

KD Parsial X_1 dengan Y

Partial Corr

Correlations				
Control Variables			X1	Y
X2 & X3	X1	Correlation	1.000	.036
		Significance (2-tailed)	.	.727
		df	0	96
	Y	Correlation	.036	1.000
		Significance (2-tailed)	.727	.
		df	96	0

KD Parsial X_2 dengan Y

Partial Corr

Correlations				
Control Variables			X2	Y
X3 & X1	X2	Correlation	1.000	.483
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	96
	Y	Correlation	.483	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	96	0

KD Parsial X_3 dengan Y

Partial Corr

Correlations				
Control Variables			X3	Y
X1 & X2	X3	Correlation	1.000	.170
		Significance (2-tailed)	.	.095
		df	0	96
	Y	Correlation	.170	1.000
		Significance (2-tailed)	.095	.
		df	96	0

Lampiran 15 : KD Simultan X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789 ^a	,622	,610	3,222
a. Predictors: (Constant), <i>Brand Trust</i> X_3 , <i>Celebrity Endorser</i> X_1 , <i>Brand Image</i> X_2				

Lampiran 16 : Uji t dan Uji F

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,824	2,240		-2,153	,034
	<i>Celebrity Endorser X1</i>	,034	,097	,031	,350	,727
	<i>Brand Image X2</i>	,883	,163	,583	5,405	,000
	<i>Brand Trust X3</i>	,143	,083	,216	1,688	,095

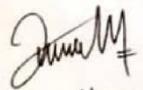
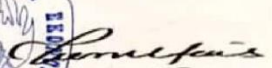
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1639,529	3	546,510	52,641	,000 ^b
	Residual	996,661	96	10,382		
	Total	2636,190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Y

b. Predictors: (Constant), *Brand Trust* X3, *Celebrity Endorser* X1, *Brand Image* X2

Lampiran 17 : Surat Keterangan Riset

	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 : 378/BAA/STEI/XI/2020 Lampiran : Proposal Penelitian Perihal : Permohonan Izin Riset Bagi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia		
Kepada Yth: Gildak Rawamangun Jl. Waru No. 14 Rw/009 Rawamangun Kec. Pulogadung Jakarta Timur 13220		
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 NPK Program Studi Judul KTA	: Rona Yuli Parulian : 21150000197 No. HP.088225684900 : S1 - Manajemen : Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gildak Rawamangun Jakarta Timur)	
Bermaksud untuk mengadakan riset dalam bidang manajemen dengan topik yang ingin dibahas seperti yang dimuat dalam proposal penelitian terlampir pada Instansi yang Bapak 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.		
Mengetahui,  Arief Nugroho Manager Gildak Rawamangun	Jakarta, 19 November 2020 SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA Wakil Ketua I,  Dr. Lies Zulfiati, SE., 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	: Roma Yuli Parulian
NPM	: 21160000197
Tempat & Tanggal Lahir	: Jakarta, 17 April 1998
Agama	: Kristen Protestan
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jl. Rawakuning Gg. TK Sawunggalih RT.002/RW.002 No.69 Kel.Pulogebang Kec.Cakung, Jakarta Timur
Telepon	: 088225684900
Email	: ylprlnsib17@gmail.com

Pendidikan Formal

SDN 24 Pulogebang Pagi	: Lulus Tahun 2010
SMPN 262 Jakarta	: Lulus Tahun 2013
SMAS Advent 12 Sukabumi	: Lulus Tahun 2016
STIE Indonesia, Jakarta	: Tahun 2016 sampai sekarang

Pengalaman Organisasi

2012 – 2013	: Anggota OSIS SMPN 262 Jakarta
2015 – 2016	: Anggota Basket SMAS Advent 12 Sukabumi
2018 – 2019	: Anggota Karang Taruna RT.002/RW.002 Rawakuning Jakarta