

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Risda Yanti Lubis
NIP : 3275044106990022
Tempat / Tanggal Lahir : Mandailing Natal, 01 Juni 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : -
Alamat : Jalan Pulo Ribung No. 2 RT 02 RW 17,
Jakasetia, Bekasi Selatan, Kota Bekasi,
17147.
No. HP : 081219580059
E-mail : risdalubis1699@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Nama	Jurusan	Lulus
Universitas Negeri Jakarta	D3 Manajemen Pemasaran	26 Februari 2021
SMK Negeri 9 Kota Bekasi	Perbankan	2017
SMP Negeri 9 Kota Bekasi	-	2014
SDN Pekayon Jaya 1	-	2011

Pengalaman Kerja

Magang di PT. Biru Marmara Edukasi Juli 2019 – September 2019
Magang di PT. Pegadaian, Tbk Februari 2016 – April 2016

Pengalaman Organisasi

Bendahara KSEI Membangun Umat 2019 - 2020
Staf Inkubasi BSO KSEI FE UNJ 2018 - 2019
Anggota KSPA UNJ 2017 - 2019

Lampiran 1 :

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merk Aqua (Survei Pada Konsumen Produk Aqua di Universitas Negeri Jakarta)

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir yaitu karya ilmiah sebagai salah satu syarat untuk lulus dan mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) di Universitas Negeri Jakarta, saya:

Nama : Risda Yanti Lubis

NIM : 1702517020

Prodi/Fakultas : Manajemen Pemasaran/Ekonomi

Dengan ini bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk menyelesaikan tugas akhir karya ilmiah dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merk Aqua(Survei Pada Konsumen Produk Aqua di Universitas Negeri Jakarta)”.

Maka untuk itu, saya ingin meminta kesediaan saudara/i sekalian untuk meluangkan waktu beberapa menit untuk bersedia mengisi ataupun menjawab kuesioner ini dengan jujur. Jawaban dari Anda akan menjadi data yang sangat penting bagi keberhasilan penelitian ini. Semua informasi yang diberikan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas waktu dan informasi yang diberikan oleh Anda, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

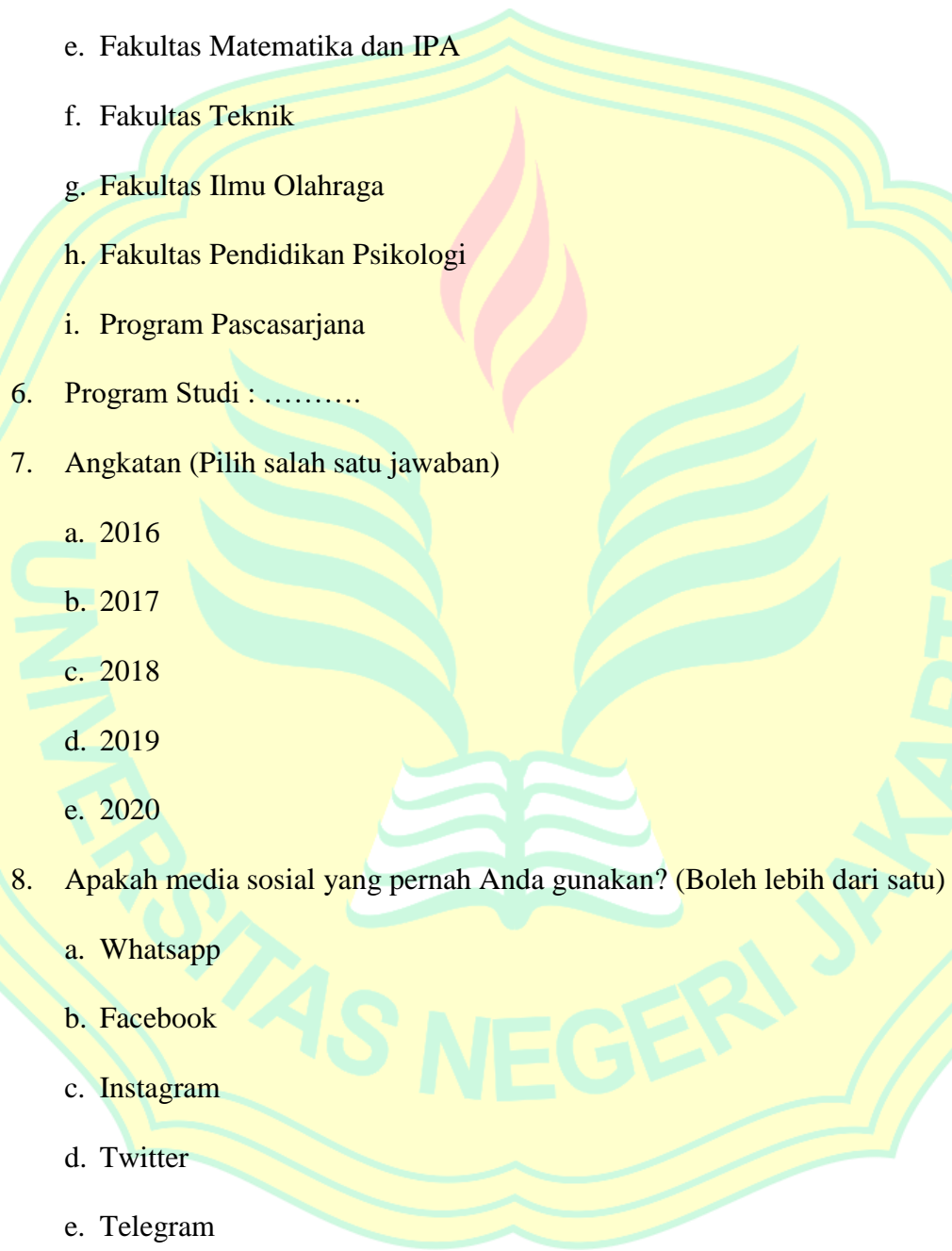
Risda Yanti Lubis

SCREENING QUESTION

1. Apakah Anda pernah mahasiswa UNJ?
 - a. Ya
 - b. Tidak (Mohon berhenti mengisi kuesioner ini, terima kasih atas partisipasinya)
2. Apakah Anda menggunakan media sosial?
 - a. Ya
 - b. Tidak (Mohon berhenti mengisi kuesioner ini, terima kasih atas partisipasinya)
3. Apakah Anda pernah mengonsumsi AMDK merek Aqua?
 - a. Ya
 - b. Tidak (Mohon berhenti mengisi kuesioner ini, terima kasih atas partisipasinya)

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat Email :
3. Nomor Handphone :
4. Jenis Kelamin (Pilih salah satu jawaban)
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
5. Fakultas (Pilih salah satu jawaban)
 - a. Fakultas Ekonomi

- 
- b. Fakultas Ilmu Pendidikan
 - c. Fakultas Ilmu Sosial
 - d. Fakultas Bahasa dan Seni
 - e. Fakultas Matematika dan IPA
 - f. Fakultas Teknik
 - g. Fakultas Ilmu Olahraga
 - h. Fakultas Pendidikan Psikologi
 - i. Program Pascasarjana
 6. Program Studi :
 7. Angkatan (Pilih salah satu jawaban)
 - a. 2016
 - b. 2017
 - c. 2018
 - d. 2019
 - e. 2020
 8. Apakah media sosial yang pernah Anda gunakan? (Boleh lebih dari satu)
 - a. Whatsapp
 - b. Facebook
 - c. Instagram
 - d. Twitter
 - e. Telegram
 - f. Line
 - g. Other :

Petunjuk pengisian

Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan Anda!

Keterangan:

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

A. Variabel *Electronic Word of Mouth*

NO	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
<i>Intensity</i>						
1	Sering mengakses informasi produk Aqua di media sosial					
2	Sering melihat ulasan mengenai produk Aqua pada kolom komentar di media sosial					
<i>Valance of Opinion</i>						
3	Dengan senang hati merekomendasikan produk Aqua di media sosial					
4	Selalu membicarakan dampak positif mengonsumsi produk Aqua di media sosial					
5	Merasa bangga menyatakan diri sebagai konsumen produk Aqua di media sosial					
6	Sangat merekomendasikan orang lain di media sosial untuk membeli produk Aqua					
7	Telah memberi komentar positif di media sosial mengenai produk Aqua					
<i>Content</i>						
8	Mengetahui informasi variasi produk Aqua melalui media sosial					
9	Mengetahui informasi mengenai kelebihan produk Aqua melalui media sosial					

10	Mengetahui informasi harga yang ditawarkan produk Aqua melalui media sosial					
----	---	--	--	--	--	--

B. Variabel Loyalitas Konsumen

NO	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
<i>Makes Regular Repeat Purchases</i>						
1	Bersedia untuk selalu membeli produk Aqua					
2	Produk Aqua memiliki harga yang terjangkau					
3	Produk Aqua mudah ditemukan diberbagai tempat					
<i>Purchase Across Product and Servise Lines</i>						
4	Dengan senang hati akan membeli produk Aqua dalam kemasan gelas					
5	Dengan senang hati akan membeli produk Aqua dalam kemasan botol					
6	Dengan senang hati akan membeli produk Aqua dalam kemasan galon					
<i>Refers Other</i>						
7	Bersedia untuk merekomendasikan produk Aqua kepada orang lain/keluarga					
8	Membicarakan produk Aqua dengan orang lain					
<i>Demonstrates An Immunity To The Pull Of The Competition</i>						
9	Merasa puas dengan produk Aqua sehingga tidak tertarik untuk berpindah ke produk sejenis lainnya					
10	Enggan untuk membeli produk dari perusahaan lain					
11	Enggan untuk menggunakan produk dari perusahaan lain					

Lampiran 2 : Data Mentah Hasil Responden Variabel X dan Y

Kode Responden	<i>Electronic Word of Mouth</i> (X)	Loyalitas Konsumen (Y)
1	27	27
2	50	55
3	33	39
4	45	50
5	31	45
6	32	49
7	32	41
8	24	43
9	40	44
10	26	33
11	42	53
12	30	38
13	28	32
14	45	52
15	35	40
16	47	53
17	31	34
18	32	53
19	33	35
20	21	32
21	44	55
22	15	40
23	41	47
24	32	39
25	30	33
26	14	38
27	35	43
28	37	49
29	32	40
30	19	33
31	50	45
32	36	46
33	44	52
34	35	38

35	33	39
36	26	39
37	40	44
38	27	36
39	37	41
40	19	51
41	40	44
42	50	51
43	36	50
44	35	52
45	47	53
46	25	36
47	31	33
48	34	41
49	43	43
50	28	44
51	39	49
52	40	55
53	26	52
54	37	52
55	40	45
56	23	38
57	47	51
58	24	26
59	32	51
60	36	46
61	38	48
62	30	41
63	46	46
64	43	49
65	17	30
66	46	51
67	26	33
68	37	41
69	26	36
70	46	45
71	41	46
72	35	39
73	36	41

74	39	55
75	47	53
76	35	41
77	29	32
78	41	46
79	36	42
80	10	33
81	39	38
82	31	41
83	29	45
84	16	35
85	31	53
86	30	46
87	30	46
88	29	36
89	28	38
90	32	42
91	38	45
92	40	32
93	41	45
94	44	51
95	42	48
96	44	55
97	34	55
98	33	54
99	33	44
100	40	42
101	40	43
102	22	39
103	32	41
104	40	41
105	22	47
106	33	38
107	33	35
108	43	44
109	29	38
110	29	43
111	27	41
112	45	44

113	37	47
114	34	32
115	19	35



LK6	Pearson Correlation	.452 [*]	.391 [*]	.471 ^{**}	.450 [*]	.516 ^{**}	1	.578 ^{**}	.171	.391 [*]	.282	.241	.600 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.012	.033	.009	.013	.004		.001	.367	.033	.131	.200	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK7	Pearson Correlation	.637 ^{**}	.375 [*]	.328	.454 [*]	.635 ^{**}	.578 ^{**}	1	.342	.664 ^{**}	.617 ^{**}	.559 ^{**}	.800 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.041	.077	.012	.000	.001		.064	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK8	Pearson Correlation	.276	.287	.131	.185	.211	.171	.342	1	.405 [*]	.535 ^{**}	.606 ^{**}	.582 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.140	.124	.489	.327	.263	.367	.064		.027	.002	.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK9	Pearson Correlation	.677 ^{**}	.461 [*]	.133	.364 [*]	.429 [*]	.391 [*]	.664 ^{**}	.405 [*]	1	.859 ^{**}	.768 ^{**}	.848 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.483	.048	.018	.033	.000	.027		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK10	Pearson Correlation	.579 ^{**}	.354	.131	.285	.401 [*]	.282	.617 ^{**}	.535 ^{**}	.859 ^{**}	1	.917 ^{**}	.840 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.055	.489	.127	.028	.131	.000	.002	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK11	Pearson Correlation	.478 ^{**}	.275	.098	.263	.362 [*]	.241	.559 ^{**}	.606 ^{**}	.768 ^{**}	.917 ^{**}	1	.794 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.008	.141	.607	.161	.049	.200	.001	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor_LK	Pearson Correlation	.806 ^{**}	.616 ^{**}	.408 [*]	.628 ^{**}	.675 ^{**}	.600 ^{**}	.800 ^{**}	.582 ^{**}	.848 ^{**}	.840 ^{**}	.794 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.025	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 : Hasil Uji Realibilitas

Hasil Uji Realibitas Variabel Electronic Word of Mouth

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	12

Hasil Uji Realibitas Variabel Loyalitas Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	11



Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

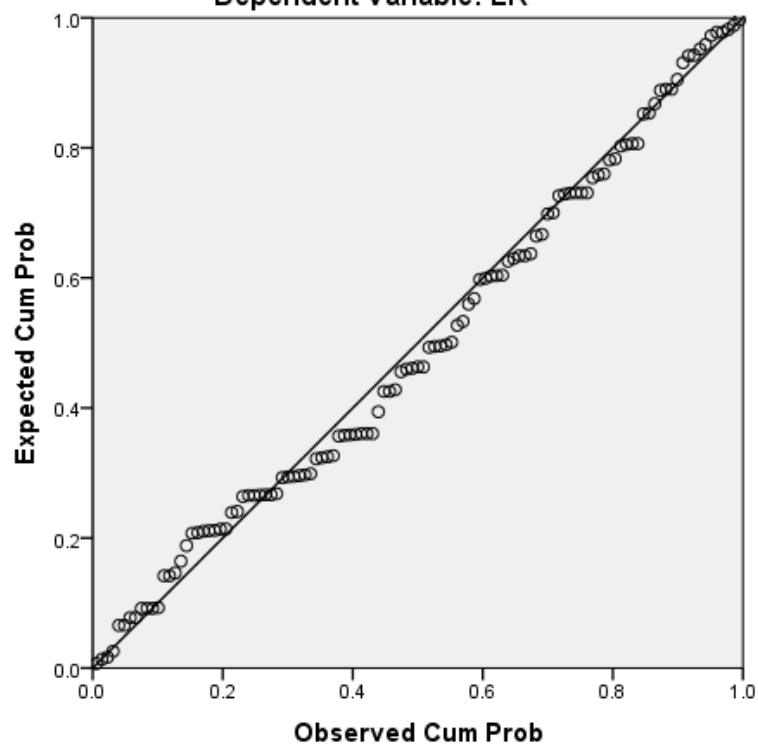
		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5.66413091
	Absolute	.075
Most Extreme Differences	Positive	.075
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.804
Asymp. Sig. (2-tailed)		.538

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: LK



Lampiran 6 : Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LK * EWOM	Between Groups	(Combined)	2718.399	33	82.376	2.289	.001
		Linearity	1975.739	1	1975.739	54.906	.000
		Deviation from Linearity	742.660	32	23.208	.645	.917
Within Groups			2914.731	81	35.984		
Total			5633.130	114			



Lampiran 7 : Hasil Analisa Regresi Linear Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EWOM ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: LK

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.351	.345	5.689

a. Predictors: (Constant), EWOM

b. Dependent Variable: LK

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1975.739	1	1975.739	61.043	.000 ^b
	Residual	3657.391	113	32.366		
	Total	5633.130	114			

a. Dependent Variable: LK

b. Predictors: (Constant), EWOM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.223	2.223		11.798	.000
	EWOM	.495	.063	.592	7.813	.000

a. Dependent Variable: LK