

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Angket



Saya Brilliant Natalia, mahasiswa Magister Manajemen Universitas Kristen Petra Surabaya yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir pascasarjana (S-2) dengan judul

**“Pengaruh *Celebrity Endorsement* melalui Social Media terhadap *Purchase Decision* dengan Variabel Intervening *Perceived Value* dan *Customer Attitude* pada Produk Oleh-Oleh di Surabaya”.** Semua informasi yang diperoleh sebagai hasil dari angket ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas kerja sama dan partisipasinya, Saya ucapkan terima kasih.

### SCREENING

1. Apakah Anda pernah membeli produk Snowcake/ Patata/ Vidi Vini Vici?  
(jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan kuisioner ini) : Ya/Tidak
2. Apakah Anda melakukan pembelian produk tersebut kurang dari 3 bulan?  
(jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan kuisioner ini) : Ya/Tidak
3. Produk yang dibeli: (Jawaban bisa lebih dari satu)
  - a. Surabaya Snowcake – Zaskia Sungkar
  - b. Surabaya Patata – Oki Setiana Dewi & Ria Ricis
  - c. Surabaya Vidi Vini Vici – Vidi Aldiano
  - d. Lain – Lain .....
4. Usia :
  - a. 17-25 tahun
  - b. 26-35 tahun
  - c. 36-50 tahun
  - d. 51-60 tahun
  - e. >60 tahun

### DATA RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : Laki – Laki / Perempuan
2. Jenis pekerjaan :
  - a. Pelajar/ mahasiswa
  - b. Karyawan
  - c. Wiraswasta
  - d. Lain – Lain .....

3. Waktu yang saya gunakan untuk menggunakan sosial media per hari:
  - a. kurang dari 1 jam
  - b. 1-3 jam
  - c. 3-5jam
  - d. lebih dari 5 jam
  
4. Apakah Anda pernah melihat iklan *celebrity endorsement* di sosial media tentang produk oleh-oleh?
  - a. Pernah
  - b. Tidak Pernah
  
5. Pilihlah sosial media dibawah ini yang pernah anda temukan iklan *celebrity endorsement* pada produk oleh-oleh? (jawaban bisa lebih dari satu)
  - a. Instagram
  - b. Facebook
  - c. Twitter
  - d. Lain – Lain .....
  
6. Apakah anda sudah pernah membeli produk oleh-oleh setelah melihat *celebrity endorsement* di sosial media?
  - a. Pernah
  - b. Tidak Pernah

## PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Lingkari salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan pilihan Anda, dengan bobot penilaian sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1
- Tidak Setuju (TS) = skor 2
- Netral (N) = skor 3
- Setuju (S) = skor 4
- Sangat Setuju (SS) = skor 5

### *CELEBRITY ENDORSEMENT*

No	Pernyataan	Bobot/ Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Selebriti memiliki <b>keahlian</b> dalam membuat produk	1	2	3	4	5
2.	Selebriti dapat <b>dipercaya</b> dalam menyampaikan pesan promosi	1	2	3	4	5
3.	Selebriti <b>konsisten</b> dalam menyampaikan pesan promosi	1	2	3	4	5
4.	Selebriti memiliki <b>penampilan</b> yang menarik terhadap promosi produk	1	2	3	4	5
5.	Selebriti memiliki <b>kepribadian</b> yang positif terhadap promosi produk	1	2	3	4	5
6.	Selebriti adalah sosok yang saya <b>sukai</b> sehingga saya membeli produk	1	2	3	4	5
7.	<b>Gaya hidup</b> Selebriti dapat membawa pesan mengenai promosi produk	1	2	3	4	5

**PERCEIVED VALUE**

No	Pernyataan	Bobot/ Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Saya mendapatkan <b>kesenangan</b> dalam membeli produk	1	2	3	4	5
2.	Produk tersebut membuat saya <b>mendapatkan pengakuan sosial yang lebih baik</b>	1	2	3	4	5
3.	Produk tersebut memiliki <b>harga yang sesuai dengan apa yang saya dapatkan</b>	1	2	3	4	5
4.	Produk tersebut memiliki <b>kualitas yang sesuai dengan pengorbanan</b> yang saya keluarkan	1	2	3	4	5
5.	Produk tersebut memiliki <b>kualitas yang konsisten</b>	1	2	3	4	5

**CUSTOMER ATTITUDE**

No	Pernyataan	Bobot/ Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa <b>bergairah (<i>excited</i>)</b> dalam membeli produk	1	2	3	4	5
2.	Saya <b>lebih menyukai produk ini dibandingkan produk lain</b> yang sejenis	1	2	3	4	5
3.	Saya tetap membeli produk, <b>meskipun terdapat produk lain yang sejenis memberikan harga yang lebih murah</b>	1	2	3	4	5
4.	Saya mengetahui bahwa bahan baku produk menggunakan <b>kualitas yang tinggi</b>	1	2	3	4	5
5.	Saya menilai bahwa kinerja manajemen produk tersebut telah memberikan <b>pelayanan yang baik</b>	1	2	3	4	5

***PURCHASE DECISION***

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot/ Skor</b>				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1.</b>	Saya <b>terlibat untuk memutuskan jenis produk</b> oleh-oleh yang saya beli.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	Saya <b>terlibat untuk memutuskan merek produk</b> oleh-oleh yang saya beli	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>3.</b>	Penting bagi saya untuk membuat <b>keputusan pilihan produk oleh-oleh yang tepat.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>4.</b>	Dalam membuat keputusan, saya peduli dengan <b>hasil pilihan produk</b> oleh-oleh saya.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**Lampiran 2: Tabel Distribusi Data Responden**

**ProdukOlehOleh**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Surabaya Snowcake (Zaskia Sungkar)	59	28.1	28.1	28.1
Surabaya Patata (Oki Setiana Dewi dan Ria Ricis), Surabaya Vidi Vini Vici (Vidi Aldiano)	6	2.9	2.9	31.0
Surabaya Patata (Oki Setiana Dewi dan Ria Ricis)	57	27.1	27.1	58.1
Surabaya Snowcake (Zaskia Sungkar), Bandung Makuta	1	.5	.5	58.6
Surabaya Snowcake (Zaskia Sungkar), Surabaya Patata (Oki Setiana Dewi dan Ria Ricis)	38	18.1	18.1	76.7
Surabaya Snowcake (Zaskia Sungkar), Surabaya Patata (Oki Setiana Dewi dan Ria Ricis), Mamah ke jogja	1	.5	.5	77.1
Surabaya Snowcake (Zaskia Sungkar), Surabaya Patata (Oki Setiana Dewi dan Ria Ricis), Surabaya Vidi	22	10.5	10.5	87.6
Surabaya Snowcake (Zaskia Sungkar), Surabaya Vidi Vini Vici (Vidi Aldiano)	7	3.3	3.3	91.0
Surabaya Vidi Vini Vici (Vidi Aldiano)	19	9.0	9.0	100.0
Total	210	100.0	100.0	

### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-25 tahun	130	61.9	61.9	61.9
26-35 tahun	58	27.6	27.6	89.5
36-50 tahun	18	8.6	8.6	98.1
51-60 tahun	4	1.9	1.9	100.0
Total	210	100.0	100.0	

### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	76	36.2	36.2	36.2
Perempuan	134	63.8	63.8	100.0
Total	210	100.0	100.0	

### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Broker	1	.5	.5	.5
Ibu Rumah Tangga	2	1.0	1.0	1.4
Jobseeker	1	.5	.5	1.9
Karyawan	69	32.9	32.9	34.8
Pelajar/ mahasiswa	105	50.0	50.0	84.8
Wiraswasta	32	15.2	15.2	100.0
Total	210	100.0	100.0	

**WaktuMenggunakanSosialMedia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-3 jam	65	31.0	31.0	31.0
3-5jam	75	35.7	35.7	66.7
kurang dari 1 jam	22	10.5	10.5	77.2
lebih dari 5 jam	48	22.9	22.9	100.0
Total	210	100.0	100.0	

**JenisSosialMedia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Facebook	12	5.7	5.7	5.7
Instagram	148	70.5	70.5	76.2
Instagram, Facebook	27	12.9	12.9	89.0
Instagram, Facebook, Line	1	.5	.5	89.5
Instagram, Facebook, Twitter	9	4.3	4.3	93.8
Instagram, Facebook, Twitter, Website	2	1.0	1.0	94.8
Instagram, Twitter	8	3.8	3.8	98.6
Instagram, Youtube	1	.5	.5	99.0
Twitter	2	1.0	1.0	100.0
Total	210	100.0	100.0	

### Lampiran 3: Tabel Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas SPSS

#### 1. *Celebrity Endorsement*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	7

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	22.50	18.557	.538	.866
X1.2	22.15	17.600	.718	.842
X1.3	22.12	18.195	.701	.845
X1.4	21.84	18.832	.586	.859
X1.5	22.02	18.961	.605	.857
X1.6	22.38	16.323	.721	.842
X1.7	22.21	17.468	.676	.848

#### 2. *Perceived Value*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	14.23	10.560	.721	.848
X2.2	14.59	10.320	.606	.881
X2.3	14.41	10.329	.729	.846
X2.4	14.48	9.983	.787	.832
X2.5	14.31	10.963	.727	.849

### 3. Customer Attitude

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	14.29	10.942	.688	.859
X3.2	14.35	10.745	.711	.853
X3.3	14.53	10.126	.781	.836
X3.4	14.27	10.656	.704	.855
X3.5	14.06	11.375	.676	.862

### 4. Purchase Decision

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1	11.32	5.990	.753	.858
Z2	11.44	5.702	.777	.848
Z3	11.29	5.937	.750	.859
Z4	11.21	5.800	.743	.862

**CE1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	3.3	3.3	3.3
	2.00	27	12.9	12.9	16.2
	3.00	82	39.0	39.0	55.2
	4.00	69	32.9	32.9	88.1
	5.00	25	11.9	11.9	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CE2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	2.4	2.4	2.4
	2.00	12	5.7	5.7	8.1
	3.00	59	28.1	28.1	36.2
	4.00	94	44.8	44.8	81.0
	5.00	40	19.0	19.0	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CE3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.5	.5	.5
	2.00	16	7.6	7.6	8.1
	3.00	54	25.7	25.7	33.8
	4.00	103	49.0	49.0	82.9
	5.00	36	17.1	17.1	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CE4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.0	1.0	1.0
	2.00	10	4.8	4.8	5.7
	3.00	33	15.7	15.7	21.4
	4.00	100	47.6	47.6	69.0
	5.00	65	31.0	31.0	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CE5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.0	1.0	1.0
	2.00	5	2.4	2.4	3.3
	3.00	62	29.5	29.5	32.9
	4.00	95	45.2	45.2	78.1
	5.00	46	21.9	21.9	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CE6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	4.3	4.3	4.3
	2.00	30	14.3	14.3	18.6
	3.00	64	30.5	30.5	49.0
	4.00	63	30.0	30.0	79.0
	5.00	44	21.0	21.0	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CE7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	2.9	2.9	2.9
	2.00	14	6.7	6.7	9.5
	3.00	70	33.3	33.3	42.9
	4.00	75	35.7	35.7	78.6
	5.00	45	21.4	21.4	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PV1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	1.4	1.4	1.4
	2.00	15	7.1	7.1	8.6
	3.00	57	27.1	27.1	35.7
	4.00	86	41.0	41.0	76.7
	5.00	49	23.3	23.3	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PV2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	4.8	4.8	4.8
	2.00	35	16.7	16.7	21.4
	3.00	58	27.6	27.6	49.0
	4.00	71	33.8	33.8	82.9
	5.00	36	17.1	17.1	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PV3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	2.9	2.9	2.9
	2.00	21	10.0	10.0	12.9
	3.00	59	28.1	28.1	41.0
	4.00	90	42.9	42.9	83.8
	5.00	34	16.2	16.2	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PV4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	2.4	2.4	2.4
	2.00	23	11.0	11.0	13.3
	3.00	75	35.7	35.7	49.0
	4.00	71	33.8	33.8	82.9
	5.00	36	17.1	17.1	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PV5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.5	.5	.5
	2.00	17	8.1	8.1	8.6
	3.00	62	29.5	29.5	38.1
	4.00	96	45.7	45.7	83.8
	5.00	34	16.2	16.2	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CA1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	4.3	4.3	4.3
	2.00	15	7.1	7.1	11.4
	3.00	62	29.5	29.5	41.0
	4.00	92	43.8	43.8	84.8
	5.00	32	15.2	15.2	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CA2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	3.3	3.3	3.3
	2.00	24	11.4	11.4	14.8
	3.00	62	29.5	29.5	44.3
	4.00	86	41.0	41.0	85.2
	5.00	31	14.8	14.8	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CA3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	13	6.2	6.2	6.2
	2.00	27	12.9	12.9	19.0
	3.00	67	31.9	31.9	51.0
	4.00	81	38.6	38.6	89.5
	5.00	22	10.5	10.5	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CA4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	2.9	2.9	2.9
	2.00	21	10.0	10.0	12.9
	3.00	66	31.4	31.4	44.3
	4.00	74	35.2	35.2	79.5
	5.00	43	20.5	20.5	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**CA5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	1.9	1.9	1.9
	2.00	8	3.8	3.8	5.7
	3.00	61	29.0	29.0	34.8
	4.00	87	41.4	41.4	76.2
	5.00	50	23.8	23.8	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PD1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	1.4	1.4	1.4
	2.00	14	6.7	6.7	8.1
	3.00	53	25.2	25.2	33.3
	4.00	100	47.6	47.6	81.0
	5.00	40	19.0	19.0	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PD2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	2.9	2.9	2.9
	2.00	11	5.2	5.2	8.1
	3.00	73	34.8	34.8	42.9
	4.00	82	39.0	39.0	81.9
	5.00	38	18.1	18.1	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PD3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	1.4	1.4	1.4
	2.00	12	5.7	5.7	7.1
	3.00	56	26.7	26.7	33.8
	4.00	92	43.8	43.8	77.6
	5.00	47	22.4	22.4	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

**PD4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	1.9	1.9	1.9
	2.00	9	4.3	4.3	6.2
	3.00	55	26.2	26.2	32.4
	4.00	82	39.0	39.0	71.4
	5.00	60	28.6	28.6	100.0
	Total	210	100.0	100.0	