

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *DIGITAL MARKETING, EWOM, DAN CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA USAHA MINUMAN MEREK MATCHA BOY DI SIDOARJO

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Kepada : Seluruh Konsumen Matcha boy Dengan hormat,
Saya Moh Febrian Alham Amsyar , Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul :

PENGARUH *DIGITAL MARKETING, EWOM, DAN CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA USAHA MINUMAN MEREK MATCHA BOY DI SIDOARJO

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi tersebut. Jawaban anda akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Kami mohon kesediaan anda untuk menjawab seluruh pernyataan dengan jujur sesuai pengalaman dan dalam membeli produk matcha boy

Atas Waktu dan partisipasinya yang diberikan, kami ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

A. IDENTITAS RESPONDEN:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a) Laki-laki
 - b) Perempuan
3. Usia :
 - a) 18-20 Tahun
 - b) 20-25 Tahun
4. Apakah anda pernah membeli Produk Matcha boy :
 1. Pernah
 - b) Tidak Pernah

Jika pernah membeli Produk Matcha boy pada silahkan melanjutkan Kuesioner ini.

B. Petunjuk pengisian kuesioner

1. Isilah data anda dengan baik dan benar pada format yang tertera.
2. Bacalah setiap pertanyaan yang diberikan dengan seksama dan kemudian pilihlah salah satu opsi jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan yang sebenarnya .
3. Pastikan anda telah melengkapi identitas dan telah menjawab semua pertanyaan tanpa ada yang terlewatkan.
4. Setelah dipastikan semua identitas dan jawaban telah diisi dengan baik, maka anda bisa langsung submit atau kirim jawaban kuesioner anda.

Berikut adalah 5 keterangan jawaban kuesioner yang diberikan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Variabel *DIGITAL MARKETING* (X1)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Accessibility						
1.	Saya dapat dengan mudah mengakses akun media sosial merek Matcha boy kapan saja.					
2.	Platform digital merek Matcha boy memiliki tampilan yang mudah dipahami dan digunakan					
3.	Saya dapat mengakses konten Matchaboy dari berbagai perangkat (smartphone, laptop, tablet)					
Interactivity						
1.	Saya merasa dapat berinteraksi langsung dengan merek Matcha boy melalui media sosial.					
2.	Matcha boy memberikan respon yang cepat terhadap komentar pesan saya.					
3.	Media sosial merek Matcha boy mendorong komunikasi dua arah antara pelanggan pada perusahaan.					
Credibility						
1.	Saya percaya bahwa merek Matcha boy selalu menjaga integritas dalam komunikasi digitalnya.					
2.	Saya percaya bahwa merek Matchaa boy tidak memberikan informasi yang menyesatkan					
3.	Merek Matcha boy memiliki reputasi yang baik di media sosial.					
Irritation						
1.	Saya merasa terganggu dengan terlalu banyaknya iklan dari Matcha boy di media sosial.					
2.	Saya merasa bosan melihat iklan atau postingan yang sama dari Matcha boy berulang kali.					
3.	Iklan digital dari merek Matcha boy terasa berlebihan.					

<i>Informativeness</i>						
1.	Konten dari merek Matcha boy memberikan informasi yang saya butuhkan tentang Matchaboy					
2.	Saya merasa informasi yang disajikan Matcha boy membantu saya dalam membuat keputusan pembelian.					
3.	Matcha boy menyajikan informasi produk dengan jelas dan lengkap.					

Variabel *Electronic Word of Mouth* (X2)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Kualitas <i>Electronic Word of Mouth (Quality of e-WOM)</i>						
1.	Ulasan yang saya temui tentang MatchaBoy memberikan informasi yang akurat.					
2.	Sebagian besar ulasan online mengenai MatchaBoy menjelaskan pengalaman konsumen secara detail.					
3.	Isi komentar atau ulasan tentang MatchaBoy membantu saya dalam membuat keputusan pembelian.					
Kuantitas <i>Electronic Word of Mouth (Quantity of e-WOM)</i>						
1.	Jumlah ulasan positif tentang MatchaBoy di media online cukup banyak.					
2.	Semakin banyak ulasan tentang MatchaBoy, semakin besar keinginan saya untuk mencoba produknya.					
3.	Banyaknya ulasan online tentang MatchaBoy membuat saya semakin percaya terhadap merek tersebut.					
Keahlian Penyampaian Pesan <i>Electronic Word of Mouth (Message Delivery Expertise)</i>						
1.	konsumen yang membagikan pengalamannya tentang MatchaBoy terlihat berpengetahuan mengenai					

	produk.					
2.	Ulasan tentang MatchaBoy disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah diingat.					
3.	Saya percaya terhadap pendapat pengguna yang berpengalaman dalam memberikan ulasan tentang MatchaBoy.					

Variabel Customer Engagement (X3)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Identification						
1.	Saya merasa bangga menjadi pelanggan Matchaboy					
2.	Saya merasa cocok dengan minuman merek Matchaboy					
3.	Saya merasa kepribadian saya cocok dengan merek Matchaboy					
Enthusiasm						
1.	Saya bersemangat untuk berbagi pengalaman positif tentang Matchaboy kepada orang lain					
2.	Saya merasa antusias ketika Matcha boy meluncurkan produk baru.					
3.	Saya dengan antusias merekomendasikan Matchaboy kepada teman dan keluarga					
Attention						
1.	Saya selalu memperhatikan informasi terkini tentang Matchaboy					
2.	Saya memberikan perhatian penuh terhadap pengalaman konsumsi produk Matchaboy					
3.	Saya aktif mencari informasi tentang promo, menu baru, event Matchaboy					

Absorption					
1.	Saya benar-benar fokus ketika berinteraksi dengan Matcha boy secara online.				
2.	Saya senang berpartisipasi dalam kegiatan atau promo diadakan matchaboy yang online.				
3.	Saya benar-benar menikmati setiap moment sensasi rasa produk Matchaboy				
Interaction					
1.	Saya berinteraksi secara rutin dengan konten dibuat oleh Matcha boy.				
2.	Saya memberikan feedback atau review tentang produk Matchaboy di media sosial atau platform review				
3.	Saya membagikan foto,video pengalaman saya dengan Matchaboy di media sosial				

Brand Loyalty (Y)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Measuring liking brand						
1.	Matchaboy adalah merek minuman matcha favorit saya					
2.	Saya lebih menyukai Matchaboy dibandingkan merek minuman matcha lainnya					
3.	Matchaboy selalu menjadi pilihan pertama saya ketika ingin minum matcha					
Measuring satisfaction						
1.	Saya sangat puas dengan kualitas produk Matchaboy					
2.	Saya puas dengan kualitas layanan yang diberikan Matchaboy					
3.	Secara keseluruhan, Matcha boy memberikan pengalaman yang memuaskan bagi saya.					

Measuring switch cost					
1.	Saya merasa tidak nyaman jika harus mengganti merek yang sudah biasa saya beli.				
2.	Saya kurang tertarik mencoba merek minuman lain selain Matchaboy.				
3.	Saya sudah terbiasa dengan rasa kualitas dari Matchaboy.				
Behavior measures					
1.	Saya tetap akan memilih Matcha boy meskipun ada merek lain yang menawarkan harga lebih murah.				
2.	Saya jarang mempertimbangkan merek lain saat ingin membeli produk sejenis.				
3.	Saya bersedia membayar harga premium untuk produk Matchaboy				

Lampiran 2. Tabulasi Data

no	Jenis Kelamin	Usia	pernah membeli Matcha boy?
1	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
2	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
3	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
4	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
5	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
6	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
7	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
8	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
9	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
10	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
11	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
12	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
13	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
14	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
15	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya

16	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
17	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
18	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
19	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
20	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
21	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
22	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
23	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
24	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
25	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
26	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
27	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
28	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
29	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
30	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
31	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
32	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
33	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
34	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
35	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
36	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
37	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
38	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
39	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
40	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
41	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
42	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
43	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
44	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
45	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
46	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
47	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
48	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya

49	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
50	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
51	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
52	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
53	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
54	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
55	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
56	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
57	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
58	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
59	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
60	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
61	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
62	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
63	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
64	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
65	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
66	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
67	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
68	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
69	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
70	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
71	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
72	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
73	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
74	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
75	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
76	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
77	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
78	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
79	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
80	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
81	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya

82	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
83	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
84	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
85	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
86	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
87	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
88	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
89	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
90	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
91	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
92	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
93	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
94	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
95	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya
96	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
97	Perempuan	20 - 25 Tahun	Ya
98	Perempuan	18 - 20 Tahun	Ya
99	Laki - Laki	18 - 20 Tahun	Ya
100	Laki - Laki	20 - 25 Tahun	Ya

Lampiran 3. Tabulasi (X1)

no	X 1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	X1 .7	X1 .8	X1 .9	X1. 10	X1. 11	X1. 12	X1. 13	X1. 14	X1. 15	T. X1
1	4	4	3	3	4	5	4	3	5	3	4	3	4	5	3	57
2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	60
3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	53
4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	65
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	67
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	57
7	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	65
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
9	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	68
10	4	4	5	3	5	4	3	4	5	4	5	3	3	4	4	60
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
13	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
14	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	61
15	4	4	4	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	66
16	3	4	3	5	3	3	3	2	3	4	3	5	3	2	5	51
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	5	5	5	65
18	3	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	43
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	63
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
23	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	2	2	4	4	4	61
24	5	4	5	5	5	5	4	5	5	2	4	4	4	5	5	67
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	5	5	5	65
26	5	5	5	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	4	4	53
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	63
29	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	2	2	4	4	4	60

30	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	54
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	73
33	3	4	3	3	3	3	5	5	4	3	3	1	4	4	5	53
34	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	69
35	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	62
36	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	64
37	5	5	3	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	67
38	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	68
39	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	64
40	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	68
41	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	2	4	4	5	63
42	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	1	5	5	5	67
43	4	4	3	5	5	4	4	4	5	2	3	2	4	4	5	58
44	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	69
45	4	4	5	5	3	5	4	4	4	2	4	3	5	4	5	61
46	4	5	3	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	61
47	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	65
48	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	66
49	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	2	5	5	4	61
50	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	69
51	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	5	63
52	3	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4	59
53	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	1	2	5	4	4	58
54	5	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	4	3	60
55	4	3	5	3	3	4	5	5	3	2	2	3	4	4	4	54
56	4	4	3	5	4	5	4	5	3	3	5	4	4	5	5	63
57	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	69
58	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	68
59	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	1	5	5	5	60
60	3	3	4	5	4	4	4	3	4	2	2	2	3	4	5	52

61	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	2	3	4	5	4	62
62	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	60
63	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	5	4	4	61
64	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	64
65	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	63
66	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	62
67	4	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	5	63
68	4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	64
69	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	61
70	4	5	3	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	62
71	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	61
72	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	64
73	5	5	4	3	4	4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	61
74	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	5	4	61
75	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	64
76	4	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	63
77	5	3	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	59
78	4	5	3	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	60
79	4	5	4	3	4	3	4	5	5	3	4	5	4	4	4	61
80	3	4	3	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	61
81	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	61
82	5	3	3	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	3	60
83	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	5	4	59
84	4	5	4	3	4	5	3	3	5	4	4	5	3	4	4	60
85	4	5	3	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	62
86	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	60
87	4	5	4	3	3	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	60
88	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	60
89	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	64
90	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	3	5	3	61
91	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	5	4	61

92	5	5	4	5	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	3	62
93	5	4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	63
94	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	63
95	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	58
96	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	62
97	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	62
98	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	62
99	3	2	3	1	4	4	2	3	2	5	2	3	2	4	2	42
100	3	4	3	2	5	3	2	4	5	3	4	3	2	2	5	50

Lampiran 4. Tabulasi (X2)

[illegible]

32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
33	4	3	3	4	5	5	4	4	5	37
34	5	4	4	5	4	5	5	4	4	40
35	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
36	5	4	5	4	4	5	4	5	4	40
37	4	5	5	5	5	5	4	5	4	42
38	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
39	4	5	5	4	5	4	4	3	4	38
40	5	4	3	4	4	5	5	5	4	39
41	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
44	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
45	5	4	4	5	5	5	3	4	4	39
46	4	3	4	3	4	5	4	3	4	34
47	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40
48	5	5	4	5	5	4	4	4	3	39
49	4	4	4	5	5	5	5	4	4	40
50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
51	4	4	5	4	5	5	4	3	5	39
52	4	4	5	3	5	4	3	4	5	37
53	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
54	4	4	5	3	4	5	4	3	4	36
55	4	5	4	4	4	2	4	4	5	36
56	5	4	3	3	4	4	3	4	4	34
57	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
58	4	5	5	4	4	5	3	5	4	39
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
60	3	4	4	5	4	3	3	4	5	35
61	4	5	4	4	5	5	4	5	4	40
62	3	4	5	3	4	5	3	4	5	36
63	4	5	4	4	5	4	3	3	5	37
64	4	4	5	4	5	5	3	4	4	38

65	5	4	5	4	4	5	4	4	5	40
66	4	5	4	5	5	4	5	4	3	39
67	3	4	4	5	3	4	4	5	4	36
68	3	3	4	3	3	4	4	5	4	33
69	4	5	5	3	4	4	5	4	4	38
70	3	4	3	3	4	5	4	5	4	35
71	3	3	4	4	5	4	4	4	4	35
72	3	4	4	5	4	3	4	4	5	36
73	3	4	4	5	3	4	5	4	4	36
74	4	4	5	5	3	4	5	4	4	38
75	4	5	3	3	4	4	4	5	4	36
76	4	4	5	4	4	5	4	3	4	37
77	3	4	4	5	5	3	4	4	3	35
78	4	5	3	3	4	5	4	3	4	35
79	3	4	5	3	3	4	5	4	5	36
80	4	5	3	3	4	3	5	4	4	35
81	5	4	3	4	5	4	3	5	4	37
82	4	5	4	5	5	4	3	5	5	40
83	5	5	4	4	5	4	3	4	4	38
84	5	4	4	5	4	5	3	5	4	39
85	5	4	3	4	5	4	4	4	5	38
86	5	5	4	5	4	4	5	5	4	41
87	5	5	4	4	3	4	5	4	3	37
88	3	4	4	4	3	4	5	4	3	34
89	5	4	4	5	4	3	4	3	4	36
90	5	3	4	5	3	4	3	4	4	35
91	5	3	4	5	4	4	4	5	4	38
92	4	5	3	4	5	4	4	5	4	38
93	5	4	5	3	4	4	4	5	3	37
94	4	4	5	5	4	5	3	4	4	38
95	5	4	4	5	4	4	4	3	4	37
96	4	4	5	3	4	4	5	4	3	36
97	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39

98	5	4	5	4	4	3	4	5	4	38
99	2	3	1	3	2	3	4	2	3	23
100	5	4	2	3	2	4	5	2	4	31

Lampiran 5. Tabulasi (X3)

[illegible]

30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	64
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
33	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	3	65
34	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	68
35	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	68
36	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	68
37	3	5	4	4	3	4	4	3	5	3	5	4	3	5	4	59
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	72
39	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	67
40	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	66
41	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	5	63
42	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	72
43	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	2	61
44	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	67
45	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	65
46	5	4	4	2	3	1	3	4	5	4	3	3	4	4	3	52
47	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	67
48	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	67
49	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	58
50	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	70
51	4	5	3	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	3	64
52	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	62
53	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	64
54	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4	5	63
55	3	4	2	4	4	4	5	4	5	3	5	5	2	3	4	57
56	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	68
57	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	61
58	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	69
59	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
60	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	63

61	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	67
62	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	60
63	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	63
64	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	64
65	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	64
66	3	3	4	5	4	5	4	4	3	5	5	3	4	4	5	61
67	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	61
68	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	63
69	3	4	3	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	63
70	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	4	62
71	3	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	3	3	4	61
72	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	62
73	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	62
74	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	62
75	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	61
76	4	3	4	5	5	3	4	4	3	4	5	5	4	5	4	62
77	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	63
78	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	63
79	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	63
80	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	63
81	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	61
82	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	59
83	4	5	4	4	3	4	3	5	3	3	4	5	4	5	5	61
84	5	4	3	4	3	3	4	5	4	5	5	4	3	5	4	61
85	5	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	59
86	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	4	59
87	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	62
88	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	60
89	3	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	3	3	5	4	58
90	5	3	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	3	63
91	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	63

92	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	63
93	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	63
94	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	3	61
95	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	63
96	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	63
97	3	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	56
98	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	62
99	3	2	3	1	2	3	1	1	2	4	4	5	4	3	3	41
100	4	2	3	5	2	5	4	5	3	2	4	3	5	2	3	52

Lampiran 6. Tabulasi (Y)

no	Y1 .1	Y1 .2	Y1 .3	Y1 .4	Y1 .5	Y1 .6	Y1 .7	Y1 .8	Y1 .9	Y1. 10	Y1. 11	Y1. 12	T. Y
1	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	51
2	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	51
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	55
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	55
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	52
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	50
10	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	50
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
12	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	54
13	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	41
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
15	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	52
16	3	3	5	4	3	5	5	3	4	3	3	3	44
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
18	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3	35
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	58
20	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	44
21	5	3	5	5	5	5	3	2	4	2	4	5	48
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	49
24	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	51
25	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	57
26	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	43
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
29	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	43
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
31	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	45

32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	3	4	49
34	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	56
35	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	53
36	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	55
37	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	54
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
39	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	53
40	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	51
41	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	5	49
42	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	57
43	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	51
44	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	55
45	5	4	5	5	3	4	3	3	4	4	4	5	49
46	3	2	2	5	4	4	4	3	3	4	2	1	37
47	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	53
48	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	51
49	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	43
50	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	53
51	4	3	3	5	4	5	4	3	3	4	3	5	46
52	4	5	3	4	5	5	5	3	4	5	4	5	52
53	4	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	3	51
54	5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	48
55	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	46
56	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	3	51
57	5	4	4	5	4	5	3	2	4	4	3	5	48
58	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	53
59	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	36
60	4	3	4	5	4	5	3	3	4	4	4	5	48
61	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	50
62	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	48
63	4	5	3	5	4	4	3	5	4	5	4	4	50
64	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	3	4	48

65	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	47
66	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	50
67	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	51
68	4	5	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	51
69	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	3	49
70	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	53
71	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	5	50
72	3	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	51
73	3	4	4	4	5	3	5	3	5	5	4	4	49
74	3	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	49
75	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	48
76	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	46
77	5	3	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	48
78	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	49
79	4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	4	4	50
80	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	51
81	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	5	3	48
82	4	5	3	4	5	3	4	4	5	4	4	5	50
83	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	50
84	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	4	4	50
85	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	53
86	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	50
87	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	4	49
88	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	48
89	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	50
90	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	50
91	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	49
92	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	52
93	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	3	5	49
94	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	51
95	5	4	5	5	3	4	3	4	4	5	4	4	50
96	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	49
97	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	52

98	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	52
99	2	3	1	2	3	2	4	3	2	3	3	2	30
100	2	4	3	5	2	5	3	2	4	4	5	2	41

Lampiran 7. Uji Instrumen

Uji Validitas X1

		Correlations															Digital Marketing
		X1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	
X1	Pearson Correlation	1	.321	.299	.326	.230	.344	.399	.246	.301	.018	.105	-.051	.337	.231	.073	.541
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	<.001	.021	<.001	<.001	.014	.002	.857	.301	.611	<.001	.021	.468	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.321	1	.090	.216	.276	.104	.356	.314	.387	.044	.019	.024	.288	.171	.175	.495
	Sig. (2-tailed)	.001		.375	.031	.006	.302	<.001	.001	<.001	.665	.862	.811	.004	.089	.081	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.299	.090	1	.235	.140	.207	.169	.245	.116	-.178	-.167	-.130	.272	.175	.240	.329
	Sig. (2-tailed)	.002	.375		.019	.164	.039	.093	.014	.243	.076	.097	.189	.006	.082	.016	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.326	.216	.235	1	.318	.319	.189	.215	.141	-.014	-.054	-.064	.307	.286	.291	.493
	Sig. (2-tailed)	<.001	.031	.019		.001	.001	.060	.031	.162	.888	.592	.530	.002	.004	.003	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.230	.276	.140	.318	1	.288	.131	.162	.292	.073	.063	.028	.281	.311	.197	.480
	Sig. (2-tailed)	.021	.006	.164	.001		.004	.193	.109	.003	.473	.533	.779	.005	.002	.056	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.344	.104	.207	.319	.288	1	.196	.263	-.046	.108	.047	.322	.302	.265	.520	.520
	Sig. (2-tailed)	<.001	.392	.039	.001	.004		.050	.051	.008	.652	.285	.641	.001	.002	.008	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.399	.356	.169	.189	.131	.197	1	.325	.343	-.032	-.029	-.099	.413	.193	.337	.496
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.093	.060	.193	.050		<.001	<.001	.750	.776	.328	<.001	.054	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.246	.314	.245	.215	.162	.196	.325	1	.199	-.013	.021	-.099	.340	.440	.169	.479
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.014	.031	.109	.051	<.001		.048	.897	.837	.325	<.001	<.001	.093	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.301	.387	.118	.141	.292	.263	.343	.199	1	-.052	.083	.051	.259	.134	.276	.490
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.243	.162	.003	.008	<.001	.048		.605	.410	.616	.009	.182	.005	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.018	.044	-.178	-.014	.073	-.046	-.032	-.013	-.052	1	.579	.566	.094	.085	-.142	.390
	Sig. (2-tailed)	.857	.665	.076	.888	.473	.652	.750	.897	.605		<.001	<.001	.350	.403	.160	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.105	.018	-.167	-.054	-.063	.108	-.029	.021	.083	.579	1	.583	.114	-.009	.020	.428
	Sig. (2-tailed)	.391	.882	.097	.592	.533	.285	.776	.837	.410	<.001		<.001	.259	.932	.841	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	-.051	.024	-.132	-.064	.029	.047	-.099	-.099	.051	.566	.583	1	.005	-.001	-.038	.376
	Sig. (2-tailed)	.611	.611	.189	.530	.779	.641	.328	.325	.616	<.001	<.001		.860	.990	.704	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.13	Pearson Correlation	.337	.288	.272	.307	.281	.322	.413	.340	.259	.094	.114	.005	1	.416	.370	.643
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	.006	.002	.005	<.001	<.001	<.001	.009	.350	.259	.960		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.14	Pearson Correlation	.231	.171	.175	.286	.311	.302	.193	.440	.134	.095	-.009	-.001	.416	1	.131	.505
	Sig. (2-tailed)	.021	.089	.082	.004	.002	.002	.054	<.001	.182	.403	.932	.990	<.001		.195	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.15	Pearson Correlation	.073	.175	.245	.291	.197	.265	.337	.169	.276	-.142	.020	-.038	.370	.131	1	.433
	Sig. (2-tailed)	.468	.081	.016	.003	.050	.008	<.001	.093	.005	.160	.841	.704	<.001	.195		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Digital Marketing	Pearson Correlation	.541	.495	.329	.493	.480	.520	.498	.479	.490	.390	.428	.376	.643	.505	.433	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	15

Uji Validitas X2

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	EWOM
X2.1	Pearson Correlation	1	.349**	.190	.289**	.318**	.327**	.086	.263**	.216*	.555**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.059	.004	.001	<.001	.393	.008	.031	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.349**	1	.282**	.254*	.395**	.306**	.358**	.376**	.322**	.661**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.005	.011	<.001	.002	<.001	<.001	.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.190	.282**	1	.260**	.358**	.370**	.174	.307**	.306**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.059	.005		.009	<.001	<.001	.084	.002	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.289**	.254*	.260**	1	.388**	.242*	.144	.336**	.219*	.581**
	Sig. (2-tailed)	.004	.011	.009		<.001	.015	.152	<.001	.028	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.318**	.395**	.358**	.388**	1	.420**	-.067	.342**	.370**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.508	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.327**	.306**	.370**	.242*	.420**	1	.195	.384**	.422**	.675**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001	.015	<.001		.052	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.086	.358**	.174	.144	-.067	.195	1	.254*	.199*	.428**
	Sig. (2-tailed)	.393	<.001	.084	.152	.508	.052		.011	.048	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.263**	.376**	.307**	.336**	.342**	.384**	.254*	1	.351**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.008	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	.011		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.216*	.322**	.306**	.219*	.370**	.422**	.199*	.351**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.031	.001	.002	.028	<.001	<.001	.048	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EWOM	Pearson Correlation	.555**	.661**	.604**	.581**	.651**	.675**	.428**	.667**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	9

Uji Validitas X3

		Correlations															Customer Engagement
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X3.15	
X3.1	Pearson Correlation	1	.362 ^{**}	.370 ^{**}	.282 ^{**}	.432 ^{**}	.053	.231 [*]	.352 ^{**}	.192	.230	.084	.219 [*]	.219 [*]	.144	.090	.516 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.008	<.001	.600	.021	<.001	.056	.021	.404	.528	.029	.153	.374	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.362 ^{**}	1	.257 ^{**}	.311 [*]	.488 ^{**}	.324 ^{**}	.370 ^{**}	.297 ^{**}	.399 ^{**}	.311 [*]	.201	.265 [*]	.059	.261 ^{**}	.128	.603 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	<.001		.010	.002	<.001	.001	<.001	.003	<.001	.002	.045	.008	.560	.009	.206	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.370 ^{**}	.257 ^{**}	1	.190	.371 ^{**}	.246 [*]	.307 ^{**}	.394 ^{**}	.399 ^{**}	.297 ^{**}	.325 ^{**}	.337 ^{**}	.133	.015	.094	.557 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	<.001	.010		.059	<.001	.013	.002	<.001	<.001	.004	<.001	.043	.187	.882	.354	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.262 ^{**}	.311 [*]	.190	1	.352 ^{**}	.366 ^{**}	.324 ^{**}	.466 ^{**}	.273 ^{**}	.307 ^{**}	.289 ^{**}	.272 ^{**}	.149	-.022	.073	.555 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.008	.002	.059		<.001	<.001	.001	<.001	.006	.002	.004	.006	.140	.826	.471	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.432 ^{**}	.488 ^{**}	.371 ^{**}	.352 ^{**}	1	.255	.427 ^{**}	.336 ^{**}	.432 ^{**}	.399 ^{**}	.320	.363 ^{**}	.192	.238	.161	.673 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		.010	<.001	<.001	<.001	.007	.021	<.001	.056	.017	.110	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.053	.231 [*]	.246 [*]	.366 ^{**}	.355 ^{**}	1	.501 ^{**}	.316 ^{**}	.352 ^{**}	.244	.248	.216 [*]	.247 [*]	.019	.008	.520 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.600	.001	.013	<.001	.010		<.001	.001	<.001	.014	.013	.031	.013	.854	.940	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.231 [*]	.370 ^{**}	.307 ^{**}	.324 ^{**}	.427 ^{**}	.501 ^{**}	1	.463 ^{**}	.432 ^{**}	.357 ^{**}	.410 [*]	.238	.219	.082	.158	.679 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.021	<.001	.002	.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.017	.029	.415	.115	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.352 ^{**}	.297 ^{**}	.394 ^{**}	.466 ^{**}	.336 ^{**}	.316 ^{**}	.463 ^{**}	1	.322 ^{**}	.242 [*]	.326 ^{**}	.282 ^{**}	.022	.030	.137	.608 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	.001	<.001		.001	.015	<.001	.004	.829	.763	.175	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.192	.399 ^{**}	.389 ^{**}	.273 ^{**}	.432 ^{**}	.352 ^{**}	.432 ^{**}	.322 ^{**}	1	.296 ^{**}	.320 ^{**}	.348 ^{**}	.192	.149	.191	.643 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.056	<.001	<.001	.006	<.001	<.001	<.001	.001		.003	.001	<.001	.055	.140	.057	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	.230 [*]	.311 [*]	.297 ^{**}	.307 ^{**}	.269 ^{**}	.244 [*]	.357 ^{**}	.242 [*]	.296 ^{**}	1	.405 ^{**}	.248 [*]	.192	.116	.146	.570 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.021	.002	.004	.002	.007	.014	<.001	.015	.003		<.001	.013	.056	.251	.146	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.11	Pearson Correlation	.084	.201 [*]	.325 ^{**}	.289 ^{**}	.230 [*]	.248 [*]	.410 ^{**}	.326 ^{**}	.320 ^{**}	.405 ^{**}	1	.330 ^{**}	.029	.060	.200	.541 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.404	.045	<.001	.004	.021	.013	<.001	<.001	.001	<.001		<.001	.772	.553	.046	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.12	Pearson Correlation	.219 [*]	.265 ^{**}	.207 [*]	.272 ^{**}	.363 ^{**}	.216 [*]	.239 ^{**}	.292 ^{**}	.346 ^{**}	.248 [*]	.330 ^{**}	1	.163	.159	.216 [*]	.544 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.028	.008	.043	.004	<.001	.031	.017	.004	<.001	.013	<.001		.068	.113	.031	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.13	Pearson Correlation	.219 [*]	.059	.133	.149	.192	.247 [*]	.219 [*]	.022	.192	.192	.029	.183	1	.282 ^{**}	.275 ^{**}	.423 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.029	.560	.187	.140	.056	.013	.029	.829	.055	.056	.772	.068		.005	.006	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.14	Pearson Correlation	.144	.261 ^{**}	.015	-.022	.239 ^{**}	.019	.082	.030	.149	.116	.060	.159	.282 ^{**}	1	.472 ^{**}	.370 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.183	.009	.882	.826	.017	.884	.415	.763	.140	.251	.853	.113	.005		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.15	Pearson Correlation	.090	.128	.094	.073	.161	.008	.158	.137	.191	.146	.200 [*]	.216 [*]	.275 ^{**}	.472 ^{**}	1	.416 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.374	.206	.354	.471	.110	.940	.115	.175	.057	.146	.048	.031	.006	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Customer Engagement	Pearson Correlation	.516 ^{**}	.603 ^{**}	.557 ^{**}	.555 ^{**}	.673 ^{**}	.520 ^{**}	.679 ^{**}	.608 ^{**}	.643 ^{**}	.570 ^{**}	.541 ^{**}	.544 ^{**}	.423 ^{**}	.370 ^{**}	.416 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's
Alpha

N of Items

.833

15

Uji Validitas Y

		Correlations												Brand Loyalty
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	
Y1.1	Pearson Correlation	1	.349**	.333**	.384**	.213*	.253*	.222*	.349**	.194	.366**	.218*	.302**	.625**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.033	.011	.026	<.001	.054	<.001	.030	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.349**	1	.200*	.369**	.304**	.269**	.290**	.264**	.289**	.259**	.375**	.277**	.620**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.046	<.001	.002	.007	.003	.008	.004	.009	<.001	.005	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.333**	.200*	1	.190	.167	.268**	.275**	.288**	.324**	.188	.267**	.170	.548**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.046		.058	.096	.007	.006	.004	.001	.062	.007	.090	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.384**	.369**	.190	1	.116	.339**	.129	.190	.090	.211*	.258**	.250*	.527**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.058		.249	<.001	.200	.058	.371	.035	.009	.012	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.213*	.304**	.167	.116	1	.272**	.208*	.175	.312**	.132	.280**	.308**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.033	.002	.096	.249		.006	.038	.082	.002	.191	.005	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.253*	.269**	.268**	.339**	.272**	1	.230*	.067	.294**	.163	.179	.343**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.011	.007	.007	<.001	.006		.021	.509	.003	.105	.075	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	.222*	.290**	.275**	.129	.208*	.230*	1	.288**	.192	.262**	.192	.143	.508**
	Sig. (2-tailed)	.026	.003	.006	.200	.038	.021		.003	.055	.009	.055	.156	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.8	Pearson Correlation	.349**	.264**	.288**	.190	.175	.067	.289**	1	.309**	.321**	.347**	.142	.567**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.008	.004	.058	.082	.509	.003		.002	.001	<.001	.159	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.9	Pearson Correlation	.194	.289**	.324**	.090	.312**	.294**	.192	.309**	1	.333**	.458**	.365**	.603**
	Sig. (2-tailed)	.054	.004	.001	.371	.002	.003	.055	.002		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.10	Pearson Correlation	.368**	.259**	.188	.211*	.132	.163	.262**	.321**	.333**	1	.356**	.187	.551**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.009	.062	.035	.191	.105	.009	.001	<.001		<.001	.062	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.11	Pearson Correlation	.218*	.375**	.267**	.258**	.280**	.179	.192	.347**	.458**	.356**	1	.206*	.598**
	Sig. (2-tailed)	.030	<.001	.007	.009	.005	.075	.055	<.001	<.001	<.001		.040	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.12	Pearson Correlation	.302**	.277**	.170	.250*	.308**	.343**	.143	.142	.365**	.187	.206*	1	.552**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.090	.012	.002	<.001	.156	.159	<.001	.062	.040		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Brand Loyalty	Pearson Correlation	.625**	.620**	.548**	.527**	.509**	.551**	.508**	.567**	.603**	.551**	.598**	.552**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	12

Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.02616817
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.046
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.144
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.141
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound
		.132
		.150

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 957002199.

Uji Multikolieritas Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Digital Marketing	.347	2.885
	EWOM	.330	3.030
	Customer Engagement	.293	3.412

a. Dependent Variable: Brand Loyalty

Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
		Digital Marketing	EWOM	Customer Engagement	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Digital Marketing	Correlation Coefficient	1.000	.663**	.671**
		Sig. (2-tailed)	.	<.001	<.001
	N		100	100	100
EWOM		Correlation Coefficient	.663**	1.000	.615**
		Sig. (2-tailed)	<.001	.	<.001
	N		100	100	100
Customer Engagement		Correlation Coefficient	.671**	.615**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.
	N		100	100	100
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	-.019	-.028	-.091
		Sig. (2-tailed)	.848	.786	.367
	N		100	100	100

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

Lampiran 9. Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.616	2.333		.693	.490
	Digital Marketing	.166	.062	.189	2.662	.009
	EWOM	.324	.089	.264	3.622	<.001
	Customer Engagement	.414	.061	.527	6.820	<.001

a. Dependent Variable: Brand Loyalty

Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.616	2.333		.693	.490
	Digital Marketing	.166	.062	.189	2.662	.009
	EWOM	.324	.089	.264	3.622	<.001
	Customer Engagement	.414	.061	.527	6.820	<.001

a. Dependent Variable: Brand Loyalty

Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2015.360	3	671.787	158.678	<.001 ^b
	Residual	406.430	96	4.234		
	Total	2421.790	99			

a. Dependent Variable: Brand Loyalty

b. Predictors: (Constant), Customer Engagement, Digital Marketing, EWOM

Uji Koefisien Determinan Determina R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.832	.827	2.058

a. Predictors: (Constant), Customer Engagement, Digital Marketing, EWOM

b. Dependent Variable: Brand Loyalty

Lampiran 10. T Tabel untuk alpha a5%

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 11. Surat Izin Penelitian



Mattchaboy Sidoarjo
Jl Bluru Kidul No.14
Kelurahan Bluru Kidul Sidoarjo 61233

Telephone (62)81359163433

Nomor: 01/SB-11/X/2025

Sidoarjo, 29 September 2025

Kepada
Yth. Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya
Jl. Semolowaru 45 —Surabaya

**Hal : Persetujuan Permohonan Ijin Mengadakan
Riset Pendahuluan**

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat permohonan ijin mengadakan riset pendahuluan untuk penyusunan skripsi Sdr. Moh Febrian Alham Amsyar yang kami terima, Senin 29 September 2025. Maka kami sampaikan bahwa kami menyetujui kegiatan riset pendahuluan terkait Manajemen Pemasaran di Mattchaboy Sidoarjo, sesuai yang telah disampaikan oleh Sdr. Moh Febrian Alham Amsyar kepada kami

Sehingga melalui surat ini, kami mempersilahkan

Nama : Moh Febrian Alham Amsyar
NPM : 1212200305

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Melaksanakan riset pendahuluan selama 3 (Tiga) bulan di Mattchaboy Sidoarjo, terhitung sejak s/d 2025

Demikian kami sampaikan. Atas perhatiannya terimakasih

Mattchaboy Sidoarjo Hormat kami

Owner Mattchaboy

Lampiran 12. Kartu Bimbingan

95



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Pst 140&141 E-mail : feb@untag-sby.ac.id

SEMESTER
Gasal/ Genap

2025 / 2026

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa / NBI : Moh. Febrian Aham Ansari / 14220000000000000000

Nama Pembimbing : Dr. Dra. E. Endah Budianti, M.Si

Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing, E-wom, Customer engagement terhadap Brand loyalty pada usaha minuman merek Matcha Bay Di Sidoarjo

Mulai Program Skripsi : Semester 7 **Thn. Ak.** 2022 **Selesai Bimbingan Tanggal**

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	9/9/2025	Judul	Revisi	psl
2	11/9/2025	Judul	Acc	psl
3	30/9/2025	Bab I, II, III	Revisi	psl
4	10/10/2025	Bab I, II, III	Revisi	psl
5	10/10/2025	Bab I, II, III	Acc	psl
6	12/10/2025	Kuesioner	Revisi	psl
7	14/10/2025	Kuesioner	Revisi	psl
8	18/10/2025	Kuesioner	Acc	psl
9	27/11/2025	Bab IV, V	Revisi	psl
10	29/11/2025	Bab IV, V	Acc	psl
11	2/12/2025	Abstrak	Revisi	psl
12	3/12/2025	Abstrak	Acc	psl

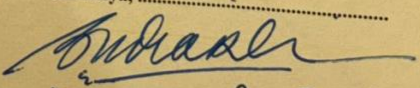
Perpanjang I _____

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kujur : _____

Surabaya,


 Dr. Endah Budianti, M.Si
 (nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 13. Bukti Publikasi**LETTER OF ACCEPTANCE (LOA)
FOR SCIENTIFIC ARTICLE PUBLICATION**

No. 004/DKMS/LOA/VIII/01/2026

Chief of Editor Dinamika Kreatif Manajemen Strategis (DKMS) has decided that the name article below has been accepted on DKMS will be published in Vol 8 No 1 2026.

Author : Moh Febrian Alham Amsyar, and Endah Budiarti
Email : amsyar.160204@gmail.com
Title : **PENGARUH DIGITAL MARKETING,E-WOM DAN
COSTUMER ENGAGEMENT TERHADAP BRAND
LOYALTY PADA USAHA MINUMAN MEREK
MATCHABOY DI SIDOARJO**
Affiliation : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Indexation : Sinta 6

Thank you for submitting your article to our journal. We wish you all possible success in the future.

Issued on,
29 Januari 2026



Publisher

Lampiran 14. Hasil Turnitin

PENGARUH DIGITAL MARKETING,E-WOM DAN COSTUMER ENGAGEMENT TERHADAP BRAND LOYALTY PADA USAHA MINUMAN MEREK MATCHABOY DI SIDOARJO			
ORIGINALITY REPORT			
18%	22%	20%	16%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	jcs.greenpublisher.id Internet Source	4%	
2	repository.unissula.ac.id Internet Source	2%	
3	Fitaloka Puteri, Misno Misno, Erwin Erwin. "Pengaruh Kualitas Website dan Digital Marketing terhadap Peningkatan Kunjungan di Tanjung Pesona Beach Resort & Spa", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	2%	
4	Muhamad Rifki Syafirdy, Dedi Supiyadi. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Image Produk Fashion James Boogie di Kalangan Konsumen Kota Bandung", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	2%	
5	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%	
6	Ahmad Nuh, Mohamad Rizan, Osly Usman. "Revisiting repurchase Intention in heritage foods Indonesia: A new measurement model grounded in trust and commitment theory", Multidisciplinary Science Journal, 2025 Publication	1%	