

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Pertanyaan Kuesioner

Bagian 1 dari 5

### Survei Konsumen Aerostreet

Assalamualaikum.Wr.Wb.  
Perkenalkan Saya KRISHNA OKVAN FIYANTO Mahasiswa Sistem Informasi UTDI, meminta kepada saudara/i untuk mengisi kuesioner ini untuk mendukung proses penelitian, dengan judul "ANALISIS SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND EQUITY TERHADAP BRAND LOYALTY PADA INSTAGRAM AEROSTREET". Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis dari kepengaruh Social Media Marketing dan Brand Equity terhadap Brand Loyalty dari Produk-produk yang ditawarkan Aerostreet. Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi beberapa pertanyaan singkat pada kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terimakasih.

Untuk melihat Instagram @Aerostreet: [Klik disini](#)

Formulir ini otomatis mengumpulkan email dari semua responden. [Ubah setelan](#)

**Nama \***

Teks jawaban singkat

**Jenis Kelamin \***

Pria

Wanita

**Usia \***

< 20 Tahun

21 - 30 Tahun

31 - 40 tahun

> 40 tahun

**Pekerjaan \***

Pelajar/Mahasiswa

Karyawan Swasta

Wirausaha

Lainnya...

Intensitas Pembelian Produk Aerostreet \*

- 1 s/d 2 Kali
- 3 s/d 5 Kali
- > 5 Kali

Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Wirausaha
- Lainnya...
- Tambahkan opsi

Pilihan ganda



Hapus



Wajib diisi

Intensitas Pembelian Produk Aerostreet \*

- 1 s/d 2 Kali
- 3 s/d 5 Kali
- > 5 Kali

Bagian 2 dari 5

Survei Umum

Deskripsi (opsional)

Apakah Anda Pengguna Instagram? \*

- Ya
- Tidak

Sudah berapa lama Anda menggunakan Instagram? \*

- <1 tahun
- 1 - 3 Tahun
- > 3 Tahun

1. Anda merasa senang dengan adanya Instagram @aerostreet \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2. Konten pada Instagram @aerostreet tampak menarik \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

3. Instagram @aerostreet memungkinkan layanan untuk berbagi informasi kepada orang lain \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

4. Percakapan atau bertukar opini dengan orang lain dapat dilakukan melalui Instagram @aerostreet \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

5. Saya mudah untuk menuliskan pendapat pada Instagram @aerostreet \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

6. Instagram @aerostreet selalu menyajikan konten informasi yang terbaru \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

7. Tampilan postingan Instagram @aerostreet sangat trending / kekinian \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

8. Instagram @aerostreet menawarkan fitur pencarian informasi yang dapat dikostumisasi (d disesuaikan dengan kebutuhan). Contoh penggunaan hashtag \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

9. Instagram @aerostreet menyediakan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Contoh penggunaan hashtag \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

10. Saya ingin menyampaikan informasi tentang merek, produk, atau kualitas produk dari Instagram @aerostreet kepada teman saya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

11. Saya seringkali mengunggah/meng-copy konten menarik dalam Instagram @aerostreet pada *social media* yang saya miliki \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

1. Saya selalu mengetahui merek Aerostreet \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2. Karakteristik dari merek Aerostreet selalu datang ke dalam pikiran saya dengan cepat \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

3. Saya dapat dengan cepat mengingat kembali simbol atau logo dari Aerostreet \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

4. Aerostreet adalah sebuah Perusahaan pemimpin pasar yang terjangkau \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

5. Aerostreet memiliki pengalaman yang panjang \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

6. Aerostreet adalah representatif dari perusahaan yang terjangkau \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

7. Aerostreet adalah Perusahaan yang mengutamakan pelanggan \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

1. Saya akan menyarankan Aerostreet kepada konsumen yang lain \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2. Saya akan dengan senang hati untuk merekomendasikan Aerostreet kepada teman saya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

3. Saya teratur menggunakan produk Aerostreet \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

4. Saya berniat untuk membeli produk Aerostreet \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

5. Saya merasa puas dengan Aerostreet setiap kali menggunakannya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

6. Aerostreet akan menjadi pilihan pertama saya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

## Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Item (X1)										
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2
4	2	3	4	3	4	3	2	2	2	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	1
4	3	4	2	2	4	4	4	3	4	2
5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	3
5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	3
5	4	3	4	4	5	5	3	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5
5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	3	5	3	2	3	3	4	3	2
4	4	3	3	4	4	4	3	3	5	4
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	3	3	3	5	5	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3
5	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4
5	3	4	3	4	5	4	3	3	5	3
4	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3
3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	1
2	3	3	2	4	5	2	2	3	4	1
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	3	5	5	3	3	4	3
5	5	3	3	4	5	5	3	3	4	3
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	3	3	5	5	3	3	3	3
5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	4	3	3	5	5	4	4	3	3
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	3	3	5	5	4	4	3	3
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5



Item (X2)						
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5
4	3	5	3	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3
4	3	4	2	4	2	3
5	5	5	3	4	4	5
4	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	3	4	5
5	4	3	4	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	3	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	2	4
5	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4

4	3	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4	4
5	5	3	5	3	4	5
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5
5	3	5	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	4
3	3	1	4	2	4	2
5	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	4	4
3	3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5

5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
4	3	4	3	3	3	3
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5

Item (Y)					
1.	2.	3.	4.	5.	6.
5	5	4	4	5	5
4	4	3	5	5	4
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4
4	5	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	3	3
4	5	4	4	5	3
5	5	3	5	5	5
4	5	3	4	4	3
4	4	3	4	4	3
4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	3
5	5	4	5	3	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	5	2	4	3	3
3	3	3	3	4	4

4	4	4	4	5	5
3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	3
3	5	3	3	5	3
5	5	4	5	4	4
5	5	4	5	5	3
3	3	4	3	4	3
2	3	1	2	1	1
5	3	3	4	3	2
5	5	4	5	5	3
3	3	3	3	3	5
3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	4
4	4	3	4	4	3
4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	3	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5

4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4
4	4	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4
3	3	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	4	3
3	3	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
3	3	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
3	3	4	5	4	4
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5

### Lampiran 3. Hasil Pengujian dengan Analisis *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

##### Variabel *Social Media Marketing (X1)*

		Correlations											Total SMM (X1)
		item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	
item_1	Pearson Correlation	1	.615**	.343	.299	.827**	.839**	.401	.395	.456*	.745**	.407	.677**
	Sig. (2-tailed)		.005	.150	.214	.000	.000	.089	.094	.049	.000	.084	.001
	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
item_2	Pearson Correlation	.615**	1	.848**	.548*	.849**	.759**	.805**	.806**	.895**	.765**	.148	.882**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.544	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
item_3	Pearson Correlation	.343	.848**	1	.575*	.654**	.454	.851**	.691**	.772**	.482*	.061	.748**
	Sig. (2-tailed)	.150	.000		.010	.002	.051	.000	.001	.000	.037	.804	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
item_4	Pearson Correlation	.299	.548*	.575*	1	.552*	.427	.594**	.675**	.686**	.240	.298	.692**
	Sig. (2-tailed)	.214	.015	.010		.014	.068	.007	.002	.001	.323	.216	.001
	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
item_5	Pearson Correlation	.827**	.849**	.654**	.552*	1	.800**	.715**	.656**	.743**	.692**	.436	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.014		.000	.001	.002	.000	.001	.062	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
item_6	Pearson Correlation	.839**	.759**	.454	.427	.800**	1	.549*	.537*	.603**	.721**	.263	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.051	.068	.000		.015	.018	.006	.000	.277	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
item_7	Pearson Correlation	.401	.805**	.851**	.594**	.715**	.549*	1	.777**	.783**	.541*	.368	.849**
	Sig. (2-tailed)	.089	.000	.000	.007	.001	.015		.000	.000	.017	.121	.000

item_8	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	Pearson Correlation	.395	.806**	.691**	.675**	.656**	.537*	.777**	1	.968**	.751**	.444	.908**
	Sig. (2-tailed)	.094	.000	.001	.002	.002	.018	.000		.000	.000	.057	.000
item_9	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	Pearson Correlation	.456*	.895**	.772**	.686**	.743**	.603**	.783**	.968**	1	.755**	.344	.924**
	Sig. (2-tailed)	.049	.000	.000	.001	.000	.006	.000	.000		.000	.149	.000
item_10	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	Pearson Correlation	.745**	.765**	.482*	.240	.692**	.721**	.541*	.751**	.755**	1	.443	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.037	.323	.001	.000	.017	.000	.000		.057	.000
item_11	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	Pearson Correlation	.407	.148	.061	.298	.436	.263	.368	.444	.344	.443	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.084	.544	.804	.216	.062	.277	.121	.057	.149	.057		.012
Total SMM (X1)	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	Pearson Correlation	.677**	.882**	.748**	.692**	.881**	.738**	.849**	.908**	.924**	.805**	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.012	

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

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

## Variabel Brand equity (X2)

		Correlations							Total BE (X2)
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	
item_1	Pearson Correlation	1	.542'	.365	.384	.354	.563'	.667''	.704''
	Sig. (2-tailed)		.017	.125	.104	.137	.012	.002	.001
	N	19	19	19	19	19	19	19	19
item_2	Pearson Correlation	.542'	1	.622''	.563'	.796''	.726''	.616''	.881''
	Sig. (2-tailed)	.017		.004	.012	.000	.000	.005	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19
item_3	Pearson Correlation	.365	.622''	1	.506'	.551'	.682''	.472'	.762''
	Sig. (2-tailed)	.125	.004		.027	.015	.001	.041	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19
item_4	Pearson Correlation	.384	.563'	.506'	1	.370	.542'	.375	.665''
	Sig. (2-tailed)	.104	.012	.027		.119	.016	.113	.002
	N	19	19	19	19	19	19	19	19
item_5	Pearson Correlation	.354	.796''	.551'	.370	1	.830''	.774''	.825''
	Sig. (2-tailed)	.137	.000	.015	.119		.000	.000	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19
item_6	Pearson Correlation	.563'	.726''	.682''	.542'	.830''	1	.851''	.918''
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.001	.016	.000		.000	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19
item_7	Pearson Correlation	.667''	.616''	.472'	.375	.774''	.851''	1	.835''
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.041	.113	.000	.000		.000
	N	19	19	19	19	19	19	19	19
Total BE (X2)	Pearson Correlation	.704''	.881''	.762''	.665''	.825''	.918''	.835''	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	19	19	19	19	19	19	19	19

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

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



Variabel *Brand loyalty* (Y)

		Correlations						Total BL (Y)
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	
item_1	Pearson Correlation	1	.886**	.649**	.777**	.799**	.887**	.914
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
item_2	Pearson Correlation	.886**	1	.721**	.601**	.799**	.706**	.861
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.000	.001	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
item_3	Pearson Correlation	.649**	.721**	1	.669**	.781**	.681**	.856
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.002	.000	.001	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
item_4	Pearson Correlation	.777**	.601**	.669**	1	.861**	.868**	.892
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.002		.000	.000	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
item_5	Pearson Correlation	.799**	.799**	.781**	.861**	1	.800**	.936
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
item_6	Pearson Correlation	.887**	.706**	.681**	.868**	.800**	1	.917
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.000		.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
Total BL (Y)	Pearson Correlation	.914**	.861**	.856**	.892**	.936**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	19	19	19	19	19	19	19

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

## LAMPIRAN 4 Ketentuan Kelulusan

### PEMBERITAHUAN SEBELUM UJIAN :

Pengumpulan akhir dokumen Tugas Akhir/Skripsi melewati Komit, 18 Januari ..... 2023, mahasiswa harus menyelesaikan registrasi dan KRS semester berikutnya."

### KRITERIA KELULUSAN UJIAN SIDANG / PENDADARAN

1. Lulus ujian tanpa syarat, disebut kriteria 1.
2. Lulus bersyarat, disebut kriteria 2, yaitu dengan sedikit perbaikan atau penyempurnaan text dan atau program dalam waktu maks sampai tanggal 18 Maret 2024 dan tidak ada ujian lagi. Jika dalam waktu yang ditentukan mahasiswa tersebut tidak dapat menyelesaikan, maka, mahasiswa yang bersangkutan dianggap tidak lulus ujian.
3. Tidak lulus ujian sidang/pendadaran, disebut kriteria 3, dijelaskan, disarankan Ketua Tim Penguji untuk mempelajari ulang materi, merombak program/teks, atau mengganti judul.

Ketentuan bagi peserta yang tidak lulus ujian sidang / pendadaran.

- 1) Mahasiswa wajib menempuh ujian sidang/pendadaran ulang"
- 2) Kesempatan ujian sidang/pendadaran ulang hanya diberikan dalam rentang waktu maksimum 6 bulan, setelah ujian sidang/pendadaran
- 3) Jika sampai batas waktu maksimum 6 bulan tersebut belum dapat diajukan/diselesaikan, maka calon peserta ujian dinyatakan sebagai mahasiswa peserta Skripsi/TGA baru, dengan segala ketentuan yang berlaku bagi peserta baru
- 4) Mahasiswa yang akan menempuh ujian sidang/pendadaran ulang ini diwajibkan membayar biaya ujian setara 2 SKS praktik, sesuai tahun angkatan

Yogyakarta, 18 Januari 2024

Memahami dan bersedia  
Mematuhi peraturan di atas,



Nama Mahasiswa

Krishna Okvan Fiyanto