



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *BRAND PERSONALITY*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* KONSUMEN PADA PRODUK *SKINCARE* RAMAH LINGKUNGAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Produk *Skincare* Ramah Lingkungan Di DKI Jakarta)

Kuesioner ini merupakan instrumen penelitian dalam rangka penulisan skripsi program yang dilakukan oleh,

Nama : Khusnul Khotimah
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Universitas : Universitas Darma Persada

Assalamualaikum Wr. Wb

Responden yang saya hormati,

Perkenalkan saya Khusnul Khotimah, mahasiswi dari Universitas Darma Persada Fakultas Ekonomi Dengan Program Studi Manajemen yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Brand Personality*, *Online Customer Review*, Dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* Konsumen Pada Produk *Skincare* Ramah Lingkungan (Studi Kasus Pada Konsumen Produk *Skincare* Ramah Lingkungan Di DKI Jakarta)**” untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1).

Skincare ramah lingkungan disebut sebagai produk yang tidak menggunakan bahan dasar yang berbahaya bagi kulit dan lingkungan. Seperti bebas paraben, alkohol, dan *sodium lauryl sulfate* (SLS). Mulai dari proses produksi hingga pemasarannya tidak merugikan lingkungan seperti tidak menjadikan hewan sebagai bahan pengujian atau/dan menggunakan kemasan yang sulit didaur ulang. Beberapa contoh merek yang dapat mewakili skincare ramah lingkungan dalam penelitian ini adalah **Avoskin, NPure, dan The Body Shop**.

Dalam produksi hingga pemasarannya tidak merugikan lingkungan seperti pengujian pada hewan atau menggunakan

Bersama dengan ini saya mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan dalam formulir ini untuk digunakan sebagai sumber data dalam penyusunan penelitian ini.

Demikian yang dapat saya sampaikan, atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Catatan:

Informasi dan data mengenai jawaban responden akan terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata.

A. Pertanyaan Penyaring

Petunjuk pengisian: pilih pada jawaban yang sesuai dengan keadaan/pilihan Anda.

1. Apakah sebelumnya Anda pengguna produk *skincare* tidak ramah lingkungan lalu **beralih** menggunakan *skincare* ramah lingkungan?
 1. Iya (lanjutkan)
 2. Tidak (stop, terima kasih)
2. Apakah Anda pengguna produk *skincare* ramah lingkungan dibawah ini?
 1. Avoskin (lanjutkan)
 2. Npure (lanjutkan)
 3. The body shop (lanjutkan)
 4. Tidak satupun diatas (stop, terima kasih)
3. Apakah Anda **beralih** menggunakan *skincare* ramah lingkungan tersebut minimal sejak 3 bulan terakhir?
 1. Iya (lanjutkan)
 2. Tidak (stop, terima kasih)
4. Apakah Anda telah menggunakan *skincare* ramah lingkungan tersebut dalam kurun waktu 2x dalam 2 bulan?
 1. Iya (lanjutkan)
 2. Tidak (stop, terima kasih)
5. Apakah Anda berusia lebih dari 14 tahun?
 1. Iya (lanjutkan)
 2. Tidak (stop, terima kasih)
6. Apakah Anda berdomisili di DKI Jakarta?
 1. Iya (lanjutkan)
 2. Tidak (terima kasih)

B. Identitas Responden

Petunjuk pengisian: isilah pertanyaan dengan benar dan klik pada jawaban yang sesuai dengan keadaan/pilihan Anda.

1. Nama responden:
2. Email responden:
3. Nomor telepon/whatsapp responden:
4. Jenis kelamin
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
5. Usia
 1. 14 – 20 tahun
 2. > 20 – 30 tahun

3. > 30 – 40 tahun
4. > 40 tahun
6. Pendidikan terakhir
 1. SD/MI
 2. SMP/MTS
 3. SMA/SMK/MA
 4. Diploma 3
 5. Sarjana Strata 1
 6. Lainnya, sebutkan:
7. Pekerjaan
 1. Karyawan swasta
 2. PNS
 3. Wirausaha
 4. Pelajar/mahasiswa
 5. Lainnya, sebutkan:
8. Tingkat pengeluaran rata-rata perbulan
 1. < Rp 1.000.000,-
 2. Rp 1.000.000,- s.d Rp 2.000.000,-
 3. > Rp 2.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
 4. > Rp 5.000.000,-
9. Tingkat pengeluaran per bulan untuk mengkonsumsi *skincare* ramah lingkungan tersebut
 1. < Rp 500.000,-
 2. Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
 3. > Rp 1.000.000,- s.d Rp 2.000.000,-
 4. > Rp 2.000.000,-
10. Wilayah domisili
 1. Jakarta Timur
 2. Jakarta Barat
 3. Jakarta Utara
 4. Jakarta Selatan
 5. Jakarta Pusat
11. Sejak kapan Anda beralih menggunakan produk *skincare* ramah lingkungan?
 1. 3 bulan yang lalu
 2. > 3 bulan yang lalu – 6 bulan yang lalu
 3. > 6 bulan yang lalu – setahun yang lalu
 4. > setahun yang lalu
12. Alasan apa yang membuat Anda beralih menggunakan *skincare* ramah lingkungan?
 1. Kepribadian dari merek *skincare* ramah lingkungan yang saya gunakan sesuai dengan kepribadian saya
 2. Adanya ulasan dan penilaian yang baik mengenai produk *skincare* ramah lingkungan yang saya gunakan
 3. Kebutuhan mencari variasi baru serta bosan/jenuh dengan produk yang lama

C. Kuesioner Penelitian

Petunjuk pengisian: berilah tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang menurut Anda sesuai dengan keterangan dibawah ini,

Sangat Setuju (SS): diberi skor 5

Setuju (S): diberi skor 4

Netral (N): diberi skor 3

Tidak Setuju (TS): diberi skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS): diberi skor 1

Variabel *Brand Personality* (X₁)

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Dimensi <i>sincerity</i> (ketulusan): Ketulusan yang terdapat dalam merek mengidentifikasi bahwa adanya kualitas yang jujur dan keaslian produk.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena bermanfaat seperti apa yang dipromosikan.					
2.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena berkualitas seperti apa yang diiklankan.					
Dimensi <i>excitement</i> (ketertarikan): Ketertarikan dalam sebuah merek mengindikasikan bahwa merek tersebut memiliki tingkat inovasi yang tinggi.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena mereknya berinovasi dengan baik.					
2.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena selalu menarik dalam promosinya.					
Dimensi <i>competence</i> (dapat diandalkan): Suatu merek yang memberikan kesan cerdas, mudah meraih kesuksesan serta menjadi andalan bagi konsumen.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena <i>Skincare</i> ramah lingkungan yang saya gunakan sudah teruji secara baik.					
2.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	karena menggunakan bahan dasar yang ramah lingkungan dan aman untuk kulit.					
Dimensi <i>sophistication</i> (kecanggihan): Merek dengan sifat kecanggihan mengandung tingkat daya tarik yang tinggi.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena menggunakan bahan dasar yang berinovasi dan praktis (<i>centella asiatica</i> , <i>arbutin</i> , dan/atau <i>niacinamide</i>)					
2.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena menarik perhatian saya.					
Dimensi <i>ruggedness</i> (ketangguhan): Ruggedness yang terkandung dalam sebuah merek menggambarkan sebuah dukungan dan berdaya tahan tinggi.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena memiliki kesan yang positif dan aman.					
2.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena dikenal sebagai <i>skincare</i> yang aman dan bermanfaat baik.					

Variabel Online Customer Review (X₂)

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Dimensi <i>social impact</i> (dampak sosial): Pengaruh pada sosial dan budaya yang berdampak jelas pada perilaku pembelian konsumen.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena adanya ulasan dan penilaian yang baik yang bermanfaat.					
2.	Ulasan dan penilaian yang diberikan mengenai <i>skincare</i> ramah lingkungan					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	berpengaruh untuk merek produk terkait.					
Dimensi <i>source credibility</i> (kredibilitas sumber): Konsumen yang mampu mengulas untuk memberikan informasi yang akurat dan dapat diAndalkan karena telah menggunakan produk atau jasa tersebut.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena adanya ulasan dan penilaian yang berasal dari platform terpercaya.					
2.	Ulasan dan penilaian mengenai <i>skincare</i> ramah lingkungan diberikan oleh seseorang yang berpengalaman dalam menggunakan <i>skincare</i> tersebut.					
Dimensi <i>review timing</i> (waktu pengulasan): sebuah ulasan yang dimana kata-kata yang menggambarkan atau diungkapkan konsumen berdasarkan waktu dalam penerbitan ulasan.						
1.	Ulasan dan penilaian yang diberikan mengenai <i>skincare</i> ramah lingkungan sangat relevan untuk masa kini.					
2.	Ulasan dan penilaian yang diberikan mengenai <i>skincare</i> ramah lingkungan adalah yang terbaru (diulas dan dinilai dalam setahun terakhir).					
Dimensi <i>review size</i> (ukuran dalam pengulasan): Ulasan yang banyak terdapat pada suatu produk atau jasa menggambarkan kepopuleran, keunggulan atau tingkat pembelian yang tinggi.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena terdapat banyak ulasan dan penilaian yang positif dan aktif.					
2.	Ulasan dan penilaian yang diberikan mengenai <i>skincare</i> ramah lingkungan yang saya gunakan terkesan populer.					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Dimensi <i>benefit gaining</i> (perolehan manfaat): Ulasan dan penilaian yang diperoleh konsumen sebelum membeli suatu produk atau jasa mendatangkan manfaat baginya.						
1.	Ulasan dan penilaian yang diberikan mengenai <i>skincare</i> ramah lingkungan menjadi bahan pertimbangan saya dalam mengambil keputusan.					
2.	Saya merasa terbantu karena adanya ulasan dan penilaian yang diberikan mengenai <i>skincare</i> ramah lingkungan.					

Variabel *Variety Seeking* (X₃)

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Dimensi kebutuhan dalam mencari variasi: Konsumen membutuhkan variasi baru dalam mengonsumsi produk atau jasa hal ini mengidentifikasi adanya rasa bosan dengan produk yang lama.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena membutuhkan variasi lain.					
2.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena lebih menarik perhatian saya dibandingkan dengan <i>skincare</i> lama saya.					
Dimensi tidak ada inovasi lain: merek harus mengelola variasi produk. Inovasi produk yang unggul mengurangi kemungkinan konsumen mencari variasi baru.						
1.	Tidak terdapat inovasi dari <i>skincare</i> lama yang saya gunakan sehingga saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan.					
2.	Manfaat dan kualitas dari <i>skincare</i> lama yang saya gunakan tidak ada peningkatan sehingga saya beralih.					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
3.	Saya merasa formula dari <i>skincare</i> lama yang saya gunakan sudah ketinggalan zaman.					
Dimensi perbedaan yang dirasakan antar merek: Merek perlu menunjukkan kualitas produk yang unggul dan pelayanan yang baik demi menjaga persaingan antar produk.						
1.	<i>Skincare</i> ramah lingkungan yang saya gunakan saat ini lebih bermanfaat bagi saya.					
2.	Formulasi pada <i>skincare</i> ramah lingkungan yang saya gunakan saat ini lebih baik dan aman bagi kulit (kecil resikonya terkena iritasi pada kulit).					
3.	Saya merasa membantu menjaga lingkungan apabila menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan dibandingkan menggunakan produk yang lama.					

Variabel Brand Switching (Y)

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Dimensi keinginan untuk berpindah merek: Konsumen ingin berpindah merek karena merasa merek produk lama tidak bisa lagi mengatasi masalah yang dialami.						
1.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena merasa <i>skincare</i> lama saya sudah tidak bermanfaat lagi.					
2.	Saya beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan karena lebih kecil resiko terjadi iritasi atau ketidakcocokan pada kulit saya.					
Dimensi tidak bersedia menggunakan produk tersebut lagi: Konsumen tidak bersedia lagi untuk menggunakan produk lama. Sebab timbulnya						

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
perilaku tersebut karena dirasa merek produk tersebut tidak sesuai harapan konsumen.						
1.	Saya tidak berniat mengulangi penggunaan <i>skincare</i> lama saya.					
2.	Saya beralih ke <i>skincare</i> ramah lingkungan karena <i>skincare</i> lama saya tidak bekerja sesuai dengan harapan saya.					
Dimensi keinginan untuk mempercepat penghentian penggunaan: Konsumen mempercepat penghabisan masa penggunaan merek produk lama karena faktor tertentu.						
1.	Saya menemukan <i>skincare</i> yang lebih baik yaitu <i>skincare</i> ramah lingkungan sehingga saya beralih.					
2.	Saya memilih untuk beralih menggunakan <i>skincare</i> ramah lingkungan saat ini dan meninggalkan produk yang lama.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

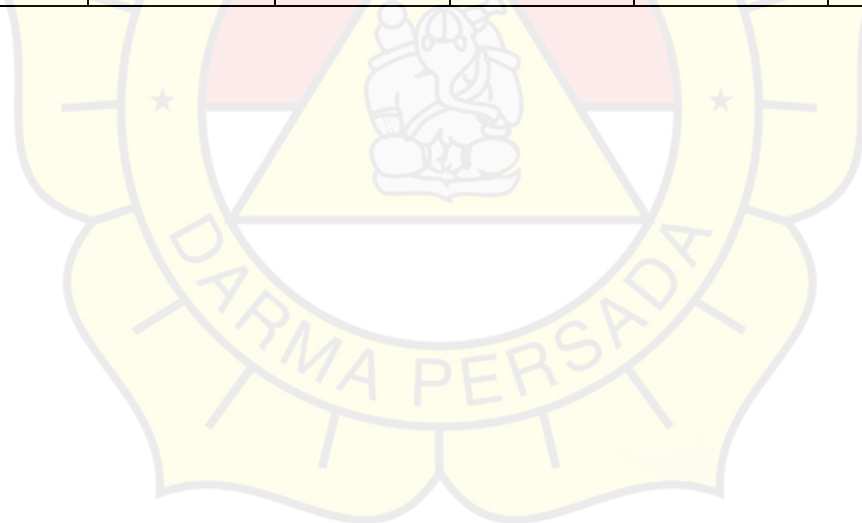
No.	Nama	Email	No Telepon	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Domisili	Merek Yang Digunakan
1	Lily	lilyptr****@gmail.com	08*****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	The Body Shop
2	Shanta Helvi A	Shantahelv****@gmail.com	08131207****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 1	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Npure
3	Gita Azzahra	agitiaa****@gmail.com	08569412****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
4	Khusnul Khotimah	Khusnul****@gmail.com	08778679****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
5	Fitriya	Fitriyaa****@gmail.com	0899726****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Lainnya	Jakarta Utara	Avoskin
6	Debbie	d3b****@yahoo.com	08578225****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Barat	The Body Shop
7	Riska	riskaa****@gmail.com	08516291****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
8	Geby Adya	sweething****@gmail.com	08963734****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
9	Safitri Handayani	02saf****@gmail.com	089533207****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
10	Annisa Rhyn	annisar****@gmail.com	08389166****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
11	Dian Setiyani	dian****@gmail.com	08963567****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
12	Siti Rakhmah	sobatsit****@gmail.com	08572705****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Utara	The Body Shop
13	Reza Zahra Vachmia	reza.za****@gmail.com	08138478****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
14	Setya	apriliani****@gmail.com	08*****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Npure
15	Rika anjani	anjani****@gmail.com	08129225****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
16	Dise	dia****@gmail.com	08963567****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
17	Neh	nenyhi****@gmail.com	08313471****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Avoskin
18	Listia Tannya Maharani	mahara****@gmail.com	08131529****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
19	Siffira Rizky Priwantari	firariz****@gmail.com	08128590****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Npure
20	Citra Ayu Medina	ayumedi****a@gmail.com	08571400****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
21	Rizka	Rizkapuspit****@gmail.com	08138047****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Diploma 3	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
22	Arra	ariba****@gmail.com	08950251****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin

No.	Nama	Email	No Telepon	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Domisili	Merek Yang Digunakan
23	Hetty Meiningrum	hettymei****m@gmail.com	08152045****	Perempuan	14 - 20 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
24	Zulfa Meilida	oochiol****@gmail.com	08786700****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Avoskin
25	Tara	andrea****@gmail.com	08122839****	Perempuan	14 - 20 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
26	Wenny	wenny****@gmail.com	08228531****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Selatan	The Body Shop
27	April	san****@gmail.com	08*****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
28	Viee Rahmadhani	koyac****@gmail.com	08228198****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Barat	Avoskin
29	Wahyuni Kuswandari	wahyunikus****@gmail.com	08131799****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
30	Syifa	camelia****@gmail.com	08571780****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Barat	The Body Shop
31	Nesti	sitinasr****@gmail.com	08129697****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
32	Seli Pebriana Sari	selipe****@gmail.com	08517226****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	The Body Shop
33	Gabriella	gabrie****@gmail.com	08129408****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
34	Pangeran Taqy Quirinno	taqypan****@gmail.com	08128209****	Laki-Laki	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
35	Fayza Najeela	analo****@gmail.com	08122348****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Avoskin
36	Irene	irene****@gmail.com	08211328****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Selatan	Avoskin
37	Aida	aidas****@gmail.com	08965239****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Selatan	Avoskin
38	Reviana	Reviana****@gmail.com	089540589****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Diploma 3	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
39	Shelly	She****@gmail.com	08968940****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Npure
40	Maulidya Pratama	maulidya****@gmail.com	08515632****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
41	Annisa Ayu	anissa.ayura****@gmail.com	08569537****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
42	Risma Afriliani	-	08128256****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Lainnya	Jakarta Pusat	Avoskin
43	Dewi	dewidewi****@gmail.com	08212450****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
44	Wina	wina****@gmail.com	08239044****	Perempuan	14 - 20 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Npure
45	Balqis	balqish****@gmail.com	08131494****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Diploma 3	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin

No.	Nama	Email	No Telepon	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Domisili	Merek Yang Digunakan
46	Hasna Sofiana	hasnay****@gmail.com	0897268****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Wirausaha	Jakarta Timur	Npure
47	Aulia	ulik****@gmail.com	08233830****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Avoskin
48	Wenny	wenny****@gmail.com	08228531****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Selatan	The Body Shop
49	Nurdiana Chalid	nurdiana****@gmail.com	08588593****	Perempuan	> 40 tahun	SMA/SMK/MA	Wirausaha	Jakarta Timur	Avoskin
50	Malvin	malvin****@gmail.com	08952892****	Laki-Laki	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
51	Dinda Noviyanti	dind****@gmail.com	08389085****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Wirausaha	Jakarta Timur	The Body Shop
52	Farhan ramdhan	Farhan.ramdhan****@gmail.com	089532300****	Laki-Laki	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
53	Maura Juwita Amalia	maurajuwi****@gmail.co	08960339****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
54	Agil Mayumi	agilm****@gmail.com	08126199****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Utara	The Body Shop
55	anisamaharani0322	anisama****@gmail.com	08*****	Perempuan	14 - 20 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	The Body Shop
56	Fefey Eka	fefe****@gmail.com	089532005****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Utara	Avoskin
57	Arya	Ar****@gmail.com	08*****	Laki-Laki	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Karyawan swasta	Jakarta Pusat	Avoskin
58	Lala	an****@gmail.com	08960392****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Utara	Avoskin
59	Nisa	anisan****@gmail.com	08211470****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
60	Amanda Putri	amanda07****@gmail.com	08961828****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
61	Adinda Puspa	puspaadinda****@gmail.com	08778490****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
62	Adinda	potpote****@gmail.com	08180803****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Wirausaha	Jakarta Timur	Avoskin
63	Sindy sartika	sinndys****@gmail.com	08226919****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Selatan	Npure
64	Kansa Eris Aulia	kansaeris****@gmail.com	08821453****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Wirausaha	Jakarta Timur	The Body Shop
65	Nana	awaaang****@gmail.com	08385130****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
66	Rena	ren****@gmail.com	08779779****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
67	Darma	kuliahda****@gmail.com	08138383****	Laki-Laki	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Avoskin
68	Astried Hanggana Putri	putriastried****@gmail.com	08122958****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 2	Lainnya	Jakarta Utara	Npure

No.	Nama	Email	No Telepon	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Domisili	Merek Yang Digunakan
69	Amandaa	monicaamanda****@gmail.com	08560132****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 3	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
70	Cynthia	cynthiaamu****@gmail.com	08132323****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 4	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Barat	Avoskin
71	Endang Tri Lestari	endangtr****@gmail.com	08212215****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 5	Wirausaha	Jakarta Utara	Avoskin
72	Agistia	agisti****@gmail.com	08158676****	Perempuan	14 - 20 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
73	Afiah Maymunnah	afiahmaymun****@gmail.com	08193036****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
74	Alfia Nur Fadia	Alfianurfa****@gmail.com	8952550****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Avoskin
75	Farhan Amarullah	faramaru****@gmail.com	08577315****	Laki-Laki	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
76	Amalia Putri	amaliaputri****@gmail.com	08864384****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
77	Selly	shellynda27****@gmail.com	08155437****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Barat	Avoskin
78	Cindy	cindy.a****@gmail.com	08782800****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 5	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Pusat	Npure
79	Sumiyati	sumiyatii****@gmail.com	089533207****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
80	Mayda Alyani	Alyamaid****@gmail.com	08571492****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Pusat	Avoskin
81	Aini	nurulainimuttakh****@gmail.com	08584271****	Perempuan	14 - 20 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Npure
82	Lifa Anatasya	lifaanatas****@gmail.com	08771640****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
83	Dhimas	dhimassyafi****@gmail.com	08787800****	Laki-Laki	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
84	El	linandasa****@gmail.com	08775725****	Perempuan	14 - 20 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	Avoskin
85	Maria Bayu Ade Andreana	maria.andrean****@gmail.com	08123278****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 5	Karyawan swasta	Jakarta Barat	Avoskin
86	Saviera	sunflowerfi****@gmail.com	08950185****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 5	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Utara	Avoskin
87	Riska	ristianarisk****@gmail.com	08965568****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
88	Cattleya Maharani Kusuma Putri	maharanicat****@gmail.com	08212229****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
89	Defina Maharani	defiii****@gmail.com	08517971****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Diploma 3	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
90	Wanda	wandaa8****@gmail.com	08788360****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Npure
91	Catherina	catherinasimanu****@gmail.com	08777597****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 5	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Utara	The Body Shop

No.	Nama	Email	No Telepon	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Domisili	Merek Yang Digunakan
92	Zihan	ziha****@gmail.com	08111555****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
93	Karlina	crimson.book****@gmail.com	08586148****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Barat	The Body Shop
94	Sekar	sekarvirandit****@gmail.com	089538464****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Barat	Npure
95	Rossa Carvatya	rossacarvat****@gmail.com	08121954****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	The Body Shop
96	Nurainni febriyanti	nurainnibr****@gmail.com	08950837****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
97	Ratu As	ratuaulias31****@gmail.com	08515523****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 5	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Timur	Avoskin
98	Maulia Amanda	a.mauliaama****@gmail.com	089533207****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Pelajar/mahasiswa	Jakarta Selatan	The Body Shop
99	Ayas	puspaa****@gmail.com	08136778****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	Sarjana Strata 5	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin
100	Lusi	yulusisyahm****@gmail.com	08581347****	Perempuan	> 20 - 30 tahun	SMA/SMK/MA	Karyawan swasta	Jakarta Timur	Avoskin



Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Brand Personality

NO.	Sincerity		Excitement		Competence		Sophistication		Ruggedness		TOTAL
	X1.BP1	X1.BP2	X1.BP3	X1.BP4	X1.BP5	X1.BP6	X1.BP7	X1.BP8	X1.BP9	X1.BP10	
1	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	45
3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	41
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
5	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	43
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
8	3	4	4	5	3	5	5	4	4	5	42
9	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	40
10	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44
11	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
12	4	5	3	5	5	5	4	4	3	4	42
13	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
14	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	43
15	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	39
16	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
17	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
18	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
19	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47

NO.	Sincerity		Excitement		Competence		Sophistication		Ruggedness		TOTAL
	X1.BP1	X1.BP2	X1.BP3	X1.BP4	X1.BP5	X1.BP6	X1.BP7	X1.BP8	X1.BP9	X1.BP10	
20	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
21	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	46
22	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
23	4	3	3	4	5	5	5	4	5	5	43
24	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
25	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
26	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	43
27	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
28	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45
31	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
36	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	45
37	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
38	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
39	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	42
40	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40

NO.	Sincerity		Excitement		Competence		Sophistication		Ruggedness		TOTAL
	X1.BP1	X1.BP2	X1.BP3	X1.BP4	X1.BP5	X1.BP6	X1.BP7	X1.BP8	X1.BP9	X1.BP10	
41	4	5	5	4	5	3	5	3	5	3	42
42	4	3	4	3	5	5	4	3	5	5	41
43	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
44	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
47	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	44
48	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	43
49	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
51	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	40
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	47
56	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
57	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46

NO.	Sincerity		Excitement		Competence		Sophistication		Ruggedness		TOTAL
	X1.BP1	X1.BP2	X1.BP3	X1.BP4	X1.BP5	X1.BP6	X1.BP7	X1.BP8	X1.BP9	X1.BP10	
83	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
84	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	3	4	5	3	4	4	5	5	5	4	42
87	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	45
88	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
89	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	44
92	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
93	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	47
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
97	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
98	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46

Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Online Customer Review

NO.	Social Impact		Source Credibility		Review Timing		Review Size		Benefit Gaining		TOTAL
	X2.OCR1	X2.OCR2	X2.OCR3	X2.OCR4	X2.OCR5	X2.OCR6	X2.OCR7	X2.OCR8	X2.OCR9	X2.OCR10	
1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	47
2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	43
4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	44
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	45
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
8	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
9	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	43
10	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	3	5	4	5	3	3	4	4	5	41
13	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	45
14	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	45
15	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	39
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
18	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
19	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48

NO.	Social Impact		Source Credibility		Review Timing		Review Size		Benefit Gaining		TOTAL
	X2.OCR1	X2.OCR2	X2.OCR3	X2.OCR4	X2.OCR5	X2.OCR6	X2.OCR7	X2.OCR8	X2.OCR9	X2.OCR10	
20	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
21	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
22	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
23	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
24	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	45
25	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
26	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
27	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
28	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	46
31	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	47
36	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
37	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
38	4	5	4	3	3	3	5	4	4	4	39
39	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	41
40	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36

NO.	Social Impact		Source Credibility		Review Timing		Review Size		Benefit Gaining		TOTAL
	X2.OCR1	X2.OCR2	X2.OCR3	X2.OCR4	X2.OCR5	X2.OCR6	X2.OCR7	X2.OCR8	X2.OCR9	X2.OCR10	
41	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	41
42	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	42
43	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
44	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
48	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
49	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	46
50	3	4	3	4	3	4	5	5	4	5	40
51	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
56	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
57	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	45
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
61	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48

NO.	Social Impact		Source Credibility		Review Timing		Review Size		Benefit Gaining		TOTAL
	X2.OCR1	X2.OCR2	X2.OCR3	X2.OCR4	X2.OCR5	X2.OCR6	X2.OCR7	X2.OCR8	X2.OCR9	X2.OCR10	
83	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
84	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	45
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	45
87	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	45
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
92	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	45
93	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
96	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
97	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	44
98	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45

Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Variety Seeking

NO.	Kebutuhan Mencari Variasi		Tidak Ada Inovasi Lain			Perbedaan Yang Dirasakan Antar Merek			TOTAL
	X3.VS1	X3.VS2	X3.VS3	X3.VS4	X3.VS5	X3.VS6	X3.VS7	X3.VS8	
1	4	5	5	4	5	4	5	5	37
2	5	4	4	4	5	4	5	5	36
3	5	5	4	3	3	4	4	4	32
4	3	4	4	5	5	5	5	5	36
5	3	2	3	5	5	5	5	5	33
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	5	4	4	5	4	5	4	36
8	5	5	4	5	5	3	4	5	36
9	5	4	4	4	5	5	5	5	37
10	4	4	3	4	4	4	4	4	31
11	2	3	3	5	4	5	5	5	32
12	4	4	3	4	4	4	4	4	31
13	4	4	4	5	5	4	5	5	36
14	3	2	3	5	5	5	5	5	33
15	3	3	2	4	2	4	4	3	25
16	2	3	3	5	4	5	5	5	32
17	5	5	4	5	5	4	5	5	38
18	5	3	4	5	4	5	5	5	36
19	5	5	3	4	3	4	5	4	33
20	5	5	5	5	3	5	5	5	38
21	3	4	5	5	4	4	5	4	34
22	3	3	4	4	3	4	4	4	29
23	5	5	4	4	5	4	4	4	35
24	4	4	3	4	3	4	5	4	31
25	5	4	5	5	4	5	5	4	37
26	3	4	4	5	3	4	5	4	32
27	4	5	5	4	4	4	4	4	34
28	5	4	4	5	5	4	5	4	36
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	5	4	5	4	5	4	5	36
31	4	5	5	5	5	5	5	5	39
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	3	4	4	3	3	4	4	4	29
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	5	4	5	4	4	5	5	36

NO.	Kebutuhan Mencari Variasi		Tidak Ada Inovasi Lain			Perbedaan Yang Dirasakan Antar Merek			TOTAL
	X3.VS1	X3.VS2	X3.VS3	X3.VS4	X3.VS5	X3.VS6	X3.VS7	X3.VS8	
36	4	5	5	3	3	4	5	4	33
37	4	4	4	4	4	5	4	4	33
38	4	4	4	5	3	4	5	4	33
39	3	4	3	4	3	5	5	4	31
40	3	4	3	3	3	4	3	4	27
41	5	4	5	3	5	4	4	5	35
42	5	5	4	5	5	5	5	5	39
43	4	4	5	5	4	4	4	5	35
44	5	4	4	5	4	5	4	4	35
45	4	4	4	4	4	4	3	4	31
46	5	4	4	4	4	5	4	5	35
47	4	5	4	5	4	4	4	4	34
48	3	4	4	5	3	4	5	4	32
49	4	4	5	5	5	5	5	5	38
50	4	5	4	4	4	4	4	4	33
51	5	4	5	4	5	5	5	4	37
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	4	4	4	3	4	31
54	4	4	5	4	4	5	5	5	36
55	5	4	5	4	5	4	5	4	36
56	4	4	4	5	4	5	5	5	36
57	5	4	5	4	5	4	5	4	36
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	4	4	5	3	5	4	4	33
61	2	4	4	5	4	5	5	4	33
62	4	3	4	5	2	5	4	4	31
63	3	4	3	3	3	4	5	5	30
64	4	4	3	4	3	5	5	5	33
65	5	4	4	5	2	4	5	5	34
66	5	4	4	5	4	5	4	5	36
67	3	3	4	4	3	4	4	4	29
68	3	4	4	5	3	5	4	4	32
69	4	4	3	3	3	5	5	5	32
70	5	5	5	5	4	5	5	5	39
71	4	4	4	5	5	5	5	5	37
72	4	3	3	3	3	4	4	3	27

NO.	Kebutuhan Mencari Variasi		Tidak Ada Inovasi Lain			Perbedaan Yang Dirasakan Antar Merek			TOTAL
	X3.VS1	X3.VS2	X3.VS3	X3.VS4	X3.VS5	X3.VS6	X3.VS7	X3.VS8	
73	3	3	5	4	5	4	5	5	34
74	3	4	3	3	3	4	5	5	30
75	3	3	4	4	4	3	3	4	28
76	3	4	3	3	3	4	5	5	30
77	4	5	5	4	4	4	5	5	36
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	5	5	5	5	4	4	5	37
80	5	5	4	4	5	5	5	5	38
81	5	4	4	5	5	4	4	5	36
82	4	4	3	5	3	4	4	4	31
83	4	4	4	5	4	4	4	4	33
84	5	5	4	4	5	4	5	4	36
85	5	4	4	4	4	4	5	5	35
86	3	4	5	4	4	5	4	4	33
87	4	3	5	5	5	4	4	4	34
88	4	4	5	5	3	5	5	5	36
89	5	5	4	4	4	4	4	4	34
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	5	4	5	5	4	5	4	5	37
92	4	5	4	5	5	4	5	4	36
93	3	4	4	4	3	4	5	5	32
94	5	5	5	5	4	5	5	5	39
95	3	3	3	4	3	4	4	4	28
96	4	4	4	4	4	4	5	5	34
97	5	4	3	3	4	5	4	5	33
98	4	4	4	5	5	5	5	4	36
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	4	5	5	5	4	4	4	5	36

Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Brand Switching

NO.	Keinginan Bepindah Merek		Tidak Bersedia Menggunakan Produk Tersebut Lagi		Keinginan Untuk Mempercepat Penghentian		TOTAL
	Y1.BS1	Y1.BS2	Y1.BS3	Y1.BS4	Y1.BS5	Y1.BS6	
1	4	5	5	5	4	5	28
2	4	5	4	4	5	4	26
3	3	5	4	4	5	5	26
4	5	5	5	5	5	5	30
5	3	5	2	4	5	5	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	4	4	5	28
8	5	3	5	4	4	4	25
9	5	4	5	5	5	4	28
10	4	4	4	5	5	5	27
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	3	3	4	4	4	22
13	5	4	4	5	5	5	28
14	3	5	2	4	5	5	24
15	4	4	3	4	4	4	23
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	4	5	5	5	28
18	3	5	5	5	5	5	28
19	3	4	4	4	4	3	22
20	4	5	5	4	5	5	28
21	4	4	3	3	4	5	23
22	4	4	5	5	5	5	28
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	5	3	4	4	4	24
25	5	5	5	4	4	5	28
26	4	4	4	3	4	5	24
27	4	4	5	5	4	5	27
28	4	4	4	5	4	5	26
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	5	4	5	4	26
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	4	4	4	4	4	24
33	3	3	2	3	4	3	18
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	5	4	5	5	5	36

NO.	Keinginan Berpindah Merek		Tidak Bersedia Menggunakan Produk Tersebut Lagi		Keinginan Untuk Mempercepat Penghentian		TOTAL
	Y1.BS1	Y1.BS2	Y1.BS3	Y1.BS4	Y1.BS5	Y1.BS6	
36	3	5	3	3	4	3	21
37	5	5	4	5	5	5	29
38	4	5	3	4	4	4	24
39	5	3	5	5	5	5	28
40	2	4	4	3	4	4	21
41	4	5	4	4	5	4	26
42	2	5	3	3	5	4	22
43	5	4	5	4	5	4	27
44	4	4	5	4	4	4	25
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	5	5	4	26
48	4	4	4	3	4	5	24
49	4	5	4	5	5	5	28
50	4	4	4	4	5	4	25
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	5	2	3	4	4	21
54	3	5	4	4	5	5	26
55	4	4	4	5	4	5	26
56	4	4	5	5	5	5	28
57	5	5	4	5	4	5	28
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	4	3	3	4	4	21
61	4	5	4	5	4	4	26
62	3	4	4	4	4	4	23
63	3	4	4	4	5	5	25
64	4	5	5	4	5	5	28
65	3	4	4	3	4	3	21
66	4	4	5	4	5	4	26
67	4	4	4	5	5	4	26
68	3	4	4	4	5	4	24
69	5	5	4	4	5	5	28
70	5	5	4	5	5	5	29
71	4	5	4	4	5	5	27

NO.	Keinginan Berpindah Merek		Tidak Bersedia Menggunakan Produk Tersebut Lagi		Keinginan Untuk Mempercepat Penghentian		TOTAL
	Y1.BS1	Y1.BS2	Y1.BS3	Y1.BS4	Y1.BS5	Y1.BS6	
72	3	4	3	4	3	3	20
73	4	4	4	3	5	4	24
74	3	4	4	3	5	4	23
75	4	4	4	3	3	4	22
76	3	4	4	3	4	4	22
77	5	5	4	4	4	5	27
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	4	4	4	5	4	26
80	5	5	4	5	5	5	29
81	5	5	4	3	4	4	25
82	4	4	4	5	5	4	26
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	4	4	5	4	4	26
85	4	4	3	4	4	4	23
86	3	4	4	3	5	4	23
87	5	4	4	4	5	4	26
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	5	4	25
90	4	4	3	4	4	4	23
91	4	4	5	4	5	4	26
92	5	4	4	4	4	4	25
93	5	5	4	5	5	4	28
94	4	5	3	5	5	5	27
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	5	5	5	5	5	30
97	4	3	4	5	5	4	25
98	4	4	4	5	4	5	26
99	5	5	5	5	5	5	30
100	5	4	5	4	5	5	28

Lampiran 7 Nilai T Tabel (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	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

Lampiran 8 Nilai F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 9 Nilai R Tabel

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
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 10 Hasil Output SPSS
Hasil Uji Validitas X₁

		Correlations										
		X1.BP1	X1.BP2	X1.BP3	X1.BP4	X1.BP5	X1.BP6	X1.BP7	X1.BP8	X1.BP9	X1.BP10	TOTAL
X1.BP1	Pearson Correlation	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,564**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP2	Pearson Correlation	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,563**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP3	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,523**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP4	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,559**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP5	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,430**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP6	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,615**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP7	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	,623**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP8	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	,648**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP9	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	,563**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X1.BP10	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
TOTAL	Pearson Correlation	,564**	,563**	,523**	,559**	,430**	,615**	,623**	,648**	,563**	,622**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas X₂

		Correlations										
		X2.OCR1	X2.OCR2	X2.OCR3	X2.OCR4	X2.OCR5	X2.OCR6	X2.OCR7	X2.OCR8	X2.OCR9	X2.OCR10	TOTAL
X2.OCR1	Pearson Correlation	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,673**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR2	Pearson Correlation	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,580**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR3	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,594**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR4	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR5	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR6	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR7	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	1,000**	,587**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR8	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	1,000**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR9	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	1,000**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
X2.OCR10	Pearson Correlation	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**	1	,517**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	100
TOTAL	Pearson Correlation	,673**	,580**	,594**	,668**	,650**	,695**	,587**	,611**	,679**	,517**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

- Hasil Uji Validitas X₃

		Correlations								
		X3.VS01	X3.VS02	X3.VS03	X3.VS04	X3.VS05	X3.VS06	X3.VS07	X3.VS08	TOTAL
X3.VS01	Pearson Correlation	1	,525**	,380**	,090	,376**	,090	,080	,185	,638**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,376	,000	,375	,430	,066	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.VS02	Pearson Correlation	,525**	1	,420**	,057	,237*	-,040	,140	,168	,571**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,571	,018	,693	,164	,094	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.VS03	Pearson Correlation	,380**	,420**	1	,309**	,431**	,129	,140	,238*	,682**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,000	,200	,164	,017	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.VS04	Pearson Correlation	,090	,057	,309**	1	,288**	,342**	,229*	,241*	,533**
	Sig. (2-tailed)	,376	,571	,002		,004	,000	,022	,016	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.VS05	Pearson Correlation	,376**	,237*	,431**	,288**	1	,118	,207*	,334**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000	,018	,000	,004		,241	,039	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.VS06	Pearson Correlation	,090	-,040	,129	,342**	,118	1	,342**	,362**	,437**
	Sig. (2-tailed)	,375	,693	,200	,000	,241		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.VS07	Pearson Correlation	,080	,140	,140	,229*	,207*	,342**	1	,439**	,498**
	Sig. (2-tailed)	,430	,164	,164	,022	,039	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.VS08	Pearson Correlation	,185	,168	,238*	,241*	,334**	,362**	,439**	1	,587**
	Sig. (2-tailed)	,066	,094	,017	,016	,001	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,638**	,571**	,682**	,533**	,685**	,437**	,498**	,587**	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).

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

- Hasil Uji Validitas Y

		Correlations						
		Y1.BS01	Y1.BS02	Y1.BS03	Y1.BS04	Y1.BS05	Y1.BS06	TOTAL
Y1.BS01	Pearson Correlation	1	,187	,526**	,539**	,212*	,402**	,685**
	Sig. (2-tailed)		,062	,000	,000	,034	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.BS02	Pearson Correlation	,187	1	,096	,251*	,305**	,472**	,518**
	Sig. (2-tailed)	,062		,342	,012	,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.BS03	Pearson Correlation	,526**	,096	1	,445**	,335**	,380**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,000	,342		,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.BS04	Pearson Correlation	,539**	,251*	,445**	1	,411**	,516**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.BS05	Pearson Correlation	,212*	,305**	,335**	,411**	1	,423**	,600**
	Sig. (2-tailed)	,034	,002	,001	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.BS06	Pearson Correlation	,402**	,472**	,380**	,516**	,423**	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,685**	,518**	,662**	,763**	,600**	,734**	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).

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

Hasil Uji Reliabel

Hasil Uji Reliabel X₁
(*Brand Personality*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	10

Hasil Uji Reliabel X₂
(*Online Customer Review*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,827	10

Hasil Uji Reliabel X₃
(*Variety Seeking*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	8

Hasil Uji Reliabel Y
(*Brand Switching*)

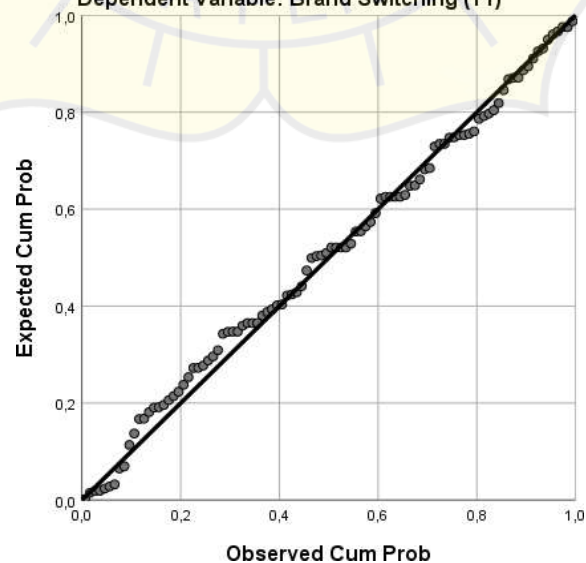
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,775	6

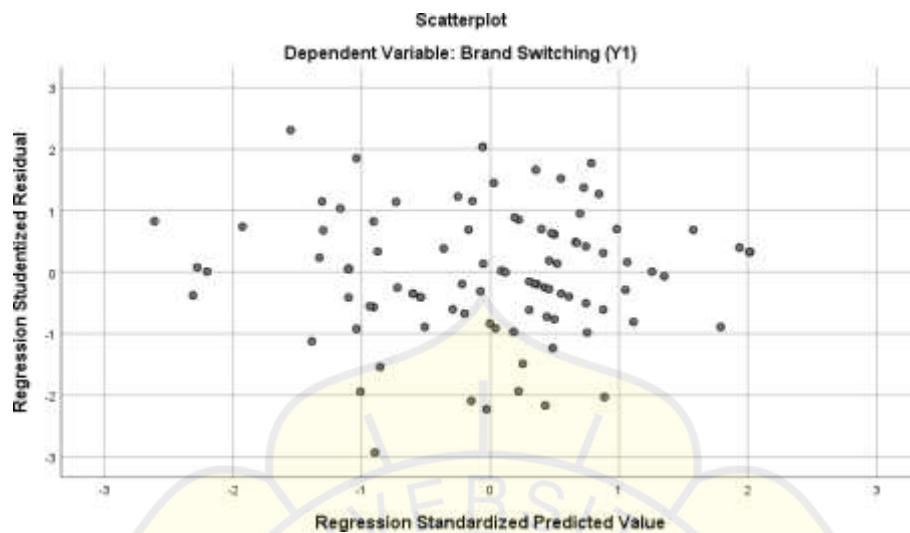
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Brand Switching (Y1)



Hasil Uji Scatterplot



Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

★ One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,15360387
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,040
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,225	,541		4,109	,000		
	Brand Personality (X1)	,232	,019	,426	12,563	,000	,386	2,592
	Online Customer Review (X2)	,034	,017	,070	2,053	,043	,382	2,618
	Variety Seeking (X3)	,392	,015	,642	25,959	,000	,724	1,381

a. Dependent Variable: Brand Switching (Y1)

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,225	,541		4,109	,000
	Brand Personality (X1)	,232	,019	,426	12,563	,000
	Online Customer Review (X2)	,034	,017	,070	2,053	,043
	Variety Seeking (X3)	,392	,015	,642	25,959	,000

a. Dependent Variable: Brand Switching (Y1)

Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,979 ^a	,957	,956	,37179

a. Predictors: (Constant), Variety Seeking (X3), Brand Personality (X1), Online Customer Review (X2)

b. Dependent Variable: Brand Switching (Y1)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,979 ^a	,957	,956	,37179

a. Predictors: (Constant), Variety Seeking (X3), Brand Personality (X1), Online Customer Review (X2)

b. Dependent Variable: Brand Switching (Y1)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel X_1 Terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,795 ^a	,632	,628	1,08257

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y1

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel X_2 Terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,720 ^a	,518	,513	1,23923

a. Predictors: (Constant), X2

b. Dependent Variable: Y1

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel X_3 Terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,886 ^a	,785	,783	,82785

a. Predictors: (Constant), X3

b. Dependent Variable: Y1

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	298,837	3	99,612	720,642	,000 ^b
	Residual	13,270	96	,138		
	Total	312,107	99			

a. Dependent Variable: Brand Switching (Y1)

b. Predictors: (Constant), Variety Seeking (X3), Brand Personality (X1), Online Customer Review (X2)

Hasil Uji T (Parsial) Variabel X_1 , X_2 , dan X_3 Terhadap Y

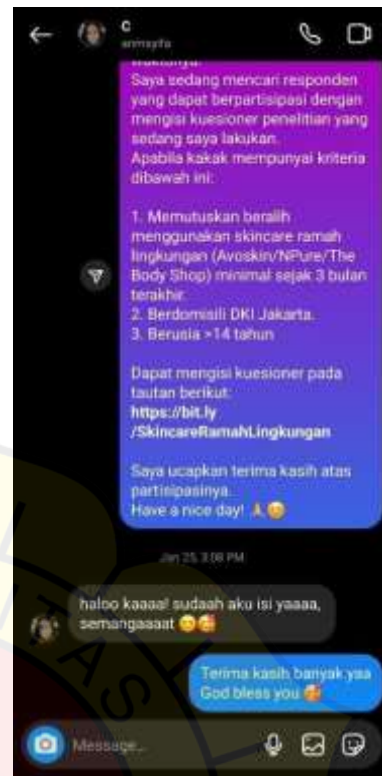
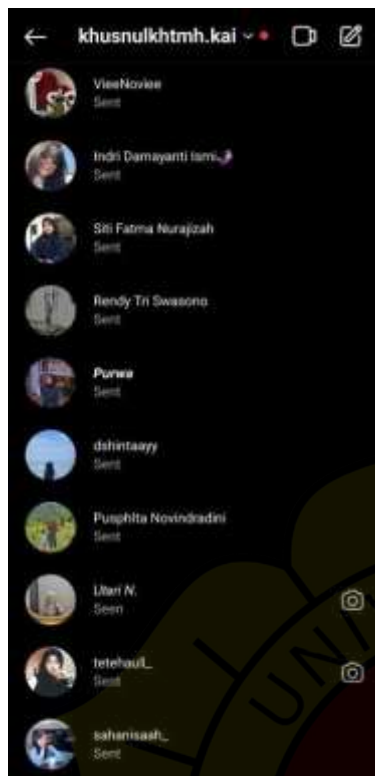
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,225	,541		4,109	,000
	Brand Personality (X1)	,232	,019	,426	12,563	,000
	Online Customer Review (X2)	,034	,017	,070	2,053	,043
	Variety Seeking (X3)	,392	,015	,642	25,959	,000

a. Dependent Variable: Brand Switching (Y1)

Lampiran 11 Bukti Penyebaran Kuesioner





Lampiran 12 Catatan Kegiatan Konsultasi

Catatan Konsultasi Proposal Skripsi

Nama : Khusnul Khotimah

NIM : 2020410128

Judul Skripsi : **“Pengaruh Brand Personality, Online Customer Review, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Konsumen Produk Skincare Ramah Lingkungan (Studi Kasus Pada Konsumen Skincare Ramah Lingkungan Di Wilayah DKI Jakarta)”**.

Dosen Pembimbing : Dr. Firsan Nova, S.E., M.M

Hari/Tanggal	Pokok Bahasan	Paraf Pembimbing
Selasa, 17 Oktober 2023	Pengajuan dan Konsultasi Rencana Judul Penelitian	
Kamis, 2 November 2023	Konsultasi Bab I	
Jumat, 22 Desember 2023	Konsultasi dan Pengecekan Bab I – Bab III	
Senin, 15 Januari 2024	Konsultasi Kuesioner	
Senin, 26 Februari 2024	Konsultasi Hasil Analisis (Uji Asumsi Klasik dan Hipotesis)	
Kamis, 7 Maret 2024	Konsultasi Bab 4	
Rabu, 27 Maret 2024	Revisi Bab 4 dan Konsultasi Bab 5	
Kamis, 4 April 2024	Pengecekan Slide Presentasi dan Turnitin	

Lampiran 13 Biodata Penulis**Daftar Riwayat Hidup**

Nama : Khusnul Khotimah

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 4 Januari 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Taman Wisma Asri, Kav. M, No. 15, Bekasi, Jawa Barat

No Telepon : 085730620157

E-mail : Khusnulima57@gmail.com

Pendidikan

2008 – 2013 : Pondok Pesantren Tarbiyyah Hifdhul Ghulam Wal Banat

2014 – 2016 : Pondok Pesantren Tarbiyyah Hifdhul Ghulam Wal Banat

2017 – 2019 : Pondok Pesantren Tarbiyyah Hifdhul Ghulam Wal Banat

2020 – 2024 : Universitas Darma Persada