

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

LAMPIRAN PERTANYAAN :

Responden yang terhormat,

Saya Selvia Angelina Tansades sebagai mahasiswa semester 8 dari program studi Entrepreneurship Podomoro University sedang melakukan penelitian terkait hubungan *co-branding* dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli produk *fast fashion* kolaborasi H&M dengan *luxury brand*.

Penelitian ini sekaligus menjadi salah satu syarat kelulusan. Waktu mengerjakan kuesioner ini adalah 5-10 menit dan data yang diberikan pada kuesioner akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

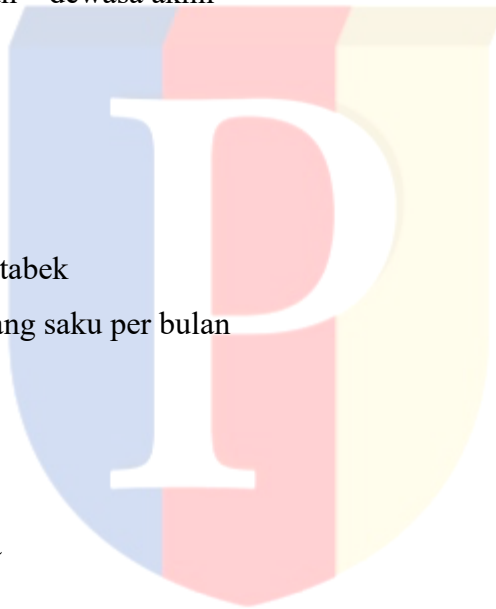
Pertanyaan saringan :

- Apakah Anda mengetahui jika H&M pernah melakukan kolaborasi merek ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- Apakah produk H&M merupakan produk yang Anda minati ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- Apakah Anda pernah membeli produk H&M ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- Apakah Anda pernah membeli produk kolaborasi merek H&M dengan *luxury brand* ?
 - a. Ya

b. Tidak

Pertanyaan demografis

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia
 - a. < 17 tahun -
 - b. 18 – 25 tahun – remaja akhir
 - c. 26 – 35 tahun – dewasa awal
 - d. 36 – 45 tahun – dewasa akhir
 - e. > 46 tahun
3. Kota Domisili
 - a. Jakarta
 - b. Bodetabek
 - c. Luar Jabodetabek
4. Penghasilan / uang saku per bulan
 - a. < 2,5 juta
 - b. 2,5 – 5 juta
 - c. 5 – 7,5 juta
 - d. 7,5 – 10 juta
 - e. > 10 juta



Ok

Pengetahuan mengenai produk

H&M setiap tahunnya melaksanakan kolaborasi dengan *luxury brand* yang menjadi diskusi di kalangan publik yang menyukai *fashion*. Dengan contoh terbaru H&MxMugler, H&Mx giambatista Valli, dll.



Petunjuk Pengerjaan

Pada bagian ini akan diberikan pernyataan terkait *co-branding* dan *electronic word of mouth* dan minat beli produk kolaborasi H&M dengan *luxury brand* menurut Anda.

Pernyataan-pernyataan ini akan diukur dalam skala 1-5 :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Pertanyaan perilaku

1. *Co-branding*

Co-branding merupakan kolaborasi antara 2 merek atau lebih yang menciptakan produk maupun layanan yang menunjukkan karakteristik tiap merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengenal kolaborasi merek H&M dengan <i>luxury brand</i> . Contoh : H&M x Mugler, H&M x Giambatista Valli, H&M x Moschino, dkk					

2	Menurut saya, kolaborasi ini menunjukkan kelebihan dari merek H&M dan <i>luxury brand</i> yang terlibat					
3	Saya memiliki kesan positif atas masing-masing merek H&M dan <i>luxury brand</i> yang terlibat					
4	Menurut saya, kolaborasi merek H&M dan <i>luxury brand</i> ini memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh merek lainnya					
5	Saya cenderung akan memberikan penilaian positif akan kolaborasi H&M dan <i>luxury brand</i> ini					

2. *Electronic Word of Mouth*

Electronic Word of Mouth merupakan diskusi, ulasan hingga rekomendasi yang dinyatakan oleh calon konsumen maupun konsumen mengenai produk atau layanan yang dapat diakses oleh banyak orang melalui internet

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering membaca atau mendengar produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> di sosial media maupun situs web					
2	Saya sering merekomendasikan produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> di sosial media maupun situs web					
3	Jumlah ulasan yang banyak tentang produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> dapat menarik perhatian saya					

4	Saya mempercayai informasi <i>online</i> mengenai produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i>					
5	Saya sering melihat ulasan positif maupun negatif mengenai produk kolaborasi H&M x <i>luxury brand</i> di media sosial atau situs web					
6	Saya menyukai ulasan mengenai produk kolaborasi H&M x <i>luxury brand</i> dalam bentuk informasi gambar					
7	Menurut saya, konten mengenai produk kolaborasi H&M x <i>luxury brand</i> di media sosial atau situs web menarik perhatian					
8	Menurut saya, konten mengenai produk kolaborasi H&M x <i>luxury brand</i> di media sosial atau situs web memberikan informasi yang penting					

3. Minat beli

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tertarik untuk membeli produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i>					
2	Saya akan membeli produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> ini jika berhubungan dengan hal yang saya sukai					
3	Saya membeli produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> karena dapat memenuhi kebutuhan saya					

4	Menurut saya, harga produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan					
5	Sebelum membeli saya akan mencari informasi mengenai produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i>					
6	Saya akan membeli produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> karena direkomendasikan oleh orang lain					
7	Saya akan merekomendasikan produk kolaborasi H&M dengan <i>luxury brand</i> kepada orang lain					

Lampiran 2 : Hasil Uji Reabilitas

Correlations							
		COBRANDING1	COBRANDING2	COBRANDING3	COBRANDING4	COBRANDING5	TOTAL_COBRANDING
COBRANDING1	Pearson Correlation	1	.396**	.417**	.393**	.332**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
COBRANDING2	Pearson Correlation	.396**	1	.402**	.323**	.320**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
COBRANDING3	Pearson Correlation	.417**	.402**	1	.312**	.401**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
COBRANDING4	Pearson Correlation	.393**	.323**	.312**	1	.291**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
COBRANDING5	Pearson Correlation	.332**	.320**	.401**	.291**	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
TOTAL_COBRANDING	Pearson Correlation	.736**	.698**	.733**	.656**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

Correlations										
		EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4	EWOM5	EWOM6	EWOM7	EWOM8	TOTAL EWOM
EWOM1	Pearson Correlation	1	.461**	.389**	.387**	.471**	.457**	.466**	.380**	.699**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
EWOM2	Pearson Correlation	.461**	1	.434**	.497**	.443**	.497**	.455**	.388**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
EWOM3	Pearson Correlation	.389**	.434**	1	.388**	.455**	.371**	.410**	.406**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
EWOM4	Pearson Correlation	.387**	.497**	.388**	1	.546**	.534**	.455**	.507**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
EWOM5	Pearson Correlation	.471**	.443**	.455**	.546**	1	.429**	.449**	.441**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
EWOM6	Pearson Correlation	.457**	.497**	.371**	.534**	.429**	1	.464**	.416**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
EWOM7	Pearson Correlation	.466**	.455**	.410**	.455**	.449**	.464**	1	.434**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
EWOM8	Pearson Correlation	.380**	.388**	.406**	.507**	.441**	.416**	.434**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
TOTAL EWOM	Pearson Correlation	.699**	.729**	.664**	.757**	.737**	.732**	.720**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200

Correlations									
		MINATBEL1	MINATBEL2	MINATBEL3	MINATBEL4	MINATBEL5	MINATBEL6	MINATBEL7	TOTAL MINATBEL
MINATBEL1	Pearson Correlation	1	.461**	.389**	.387**	.471**	.457**	.466**	.380**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
MINATBEL2	Pearson Correlation	.461**	1	.434**	.497**	.443**	.497**	.455**	.388**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
MINATBEL3	Pearson Correlation	.389**	.434**	1	.388**	.455**	.371**	.410**	.406**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
MINATBEL4	Pearson Correlation	.387**	.497**	.388**	1	.546**	.534**	.455**	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
MINATBEL5	Pearson Correlation	.471**	.443**	.455**	.546**	1	.429**	.449**	.441**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
MINATBEL6	Pearson Correlation	.457**	.497**	.371**	.534**	.429**	1	.464**	.416**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
MINATBEL7	Pearson Correlation	.466**	.455**	.410**	.455**	.449**	.464**	1	.434**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
TOTAL MINATBEL	Pearson Correlation	.699**	.729**	.664**	.757**	.737**	.732**	.720**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200

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

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.865	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.852	7

Lampiran 4 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		158.996.755
Most Extreme Differences	Absolute		.051
	Positive		.032
	Negative		-.051
Test Statistic			.051
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.247
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.236
		Upper Bound	.258
a Test distribution is Normal.			
b Calculated from data.			
c Lilliefors Significance Correction.			
d This is a lower bound of the true significance.			

Lampiran 5 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,10E+03	.781		2.690	.008
	TOTAL_COBRANDING	.009	.034	.019	.251	.802
	TOTAL_EWOM	-.029	.019	-.117	-1.512	.132

^a Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 6 : Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.699 ^a	.489	.484	.490	1.738
^a Predictors: (Constant), TOTAL_EWOM, TOTAL_COBRANDING					
^b Dependent Variable: TOTAL_MINATBELI					

Lampiran 7 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.417	.403		1.037	.301		
	TOTAL_COBRANDING	-.026	.017	-.084	-1.505	.134	.834	1.199
	TOTAL_EWOM	.130	.010	.729	13.070	.000	.834	1.199

^a Dependent Variable: TOTAL_MINATBELI

Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi H1 dan H2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)		5.068		1.312	3.862 .000
	TOTAL_COBRANDING	.185	.057	.133		3.245 .001
	TOTAL_EWOM	.621	.032	.788		19.227 .000

^a Dependent Variable: TOTAL_MINATBELI

Lampiran 9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi H3

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.408 ^a	.166	.162	3.515

^a Predictors: (Constant), TOTAL_COBRANDING

Lampiran 10 : Hasil Uji T Hipotesis H1 dan H2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)		5.068		1.312	3.862 .000
	TOTAL_COBRANDING	.185	.057	.133		3.245 .001
	TOTAL_EWOM	.621	.032	.788		19.227 .000

Lampiran 11: Hasil Uji T Hipotesis H3

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)		19.074		2.548	7.486 .000
	TOTAL_COBRANDING	.720	.115	.408		6.285 .000

^a Dependent Variable: TOTAL_EWOM

Lampiran 12: Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.320.484	2	660.242	258.547	.000 ^b
	Residual	503.071	197	2.554		
	Total	1.823.555	199			

a Dependent Variable: TOTAL_MINATBELI

b Predictors: (Constant), TOTAL_EWOM, TOTAL_COBRANDING

Lampiran 13 : Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.068	1.312		3.862	.000
	TOTAL_COBRAND	.185	.057	.133	3.245	.001
	TOTAL_EWOM	.621	.032	.788	19.227	.000

a Dependent Variable: TOTAL_MINATBELI

Lampiran 14 : Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.074	2.548		7.486	.000
	TOTAL_COBRANDING	.720	.115	.408	6.285	.000

a Dependent Variable: TOTAL_EWOM