

Lampiran 01. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel E-WOM, *Product Quality*, *Purchase Intention*, dan *Brand Image*

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal E-WOM.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 1 = 20$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 1 = 4$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{4} = \frac{20-4}{4} = 4$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
16-20	Sangat Tinggi
12-16	Tinggi
8-12	Sedang
4-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *product quality*.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
 - 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 6

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 6 \times 1 = 30$

Skor Terendah = $1 \times 6 \times 1 = 6$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{30-6}{4} = 6$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
24-30	Sangat Tinggi
18-24	Tinggi
12-18	Sedang
6-12	Rendah
1-6	Sangat Rendah

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *purchase intention*.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
 - 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
 b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 1 = 20$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 1 = 4$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{20-4}{4} = 4$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
16-20	Sangat Tinggi
12-16	Tinggi
8-12	Sedang
4-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *brand image*.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
 - 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
 b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 1 = 20$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 1 = 4$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{20-4}{4} = 4$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
16-20	Sangat Tinggi
12-16	Tinggi
8-12	Sedang
4-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal E-WOM secara total.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
 - 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 10 = 200$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 10 = 40$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{200-40}{4} = 40$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
161-200	Sangat Tinggi
121-160	Tinggi
81-120	Sedang
41-80	Rendah
1-40	Sangat Rendah

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *product quality* secara total.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
 - 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 6

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 6 \times 10 = 300$

Skor Terendah = $1 \times 6 \times 10 = 60$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{4} = \frac{300-60}{4} = 60$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
241-300	Sangat Tinggi
181-240	Tinggi
121-180	Sedang
61-120	Rendah
1-60	Sangat Rendah

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *purchase intention* secara total.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
 - 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
 b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 10 = 200$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 10 = 40$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{200-40}{4} = 40$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
161-200	Sangat Tinggi
121-160	Tinggi
81-120	Sedang
41-80	Rendah
1-40	Sangat Rendah

Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal *brand image* secara total.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - 3) Apabila jawaban CS diberikan skor 3
 - 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
 b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 4 \times 10 = 200$

Skor Terendah = $1 \times 4 \times 10 = 40$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{200-40}{4} = 40$

Interval 4

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
161-200	Sangat Tinggi
121-160	Tinggi
81-120	Sedang
41-80	Rendah
1-40	Sangat Rendah

Lampiran 02. Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN**

Kepada

Yth. Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha, Program Pascasarjana, Program Studi Ilmu Manajemen, dengan ini saya melakukan penelitian yang berjudul “**Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *E-WOM* dan *Product Quality* terhadap *Purchase Intention* Sepatu Adidas**”. Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Saudara/I untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan dan bantuan Saudara/i yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini diucapkan terima kasih.

Singaraja, 10 November 2024

Peneliti

Putu Eka Kusumayani

NIM. 2329131050

1. Identitas Responden

(Beri tanda \surd pada kotak jawaban)

- 1) Nama :
- 2) Alamat :
- 3) Usia :
- 4) Jenis Kelamin :
- 5) Apakah anda pernah mengetahui sepatu merek Adidas?

Ya

Tidak

Jika anda menjawab Ya, silakan lanjutkan mengisi kuesioner dan jika anda menjawab Tidak, silakan berhenti mengisi kuesioner.

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (\surd) pada pilihan jawaban yang tersedia.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3. Pernyataan *Purchase Intention*

No.	Pernyataan <i>Purchase Intention</i>	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya tertarik mencari tahu lebih banyak tentang koleksi sepatu Adidas melalui laman resmi untuk klasifikasi produk dan ulasan konsumen.					
2	Saya merasa tertarik ingin mencoba langsung menggunakan sepatu Adidas.					
3	Saya ingin memiliki dan membuktikan sendiri klaim dari sepatu Adidas					
4	Saya berencana untuk membeli sepatu Adidas dalam waktu dekat.					

4. Pernyataan E-WOM

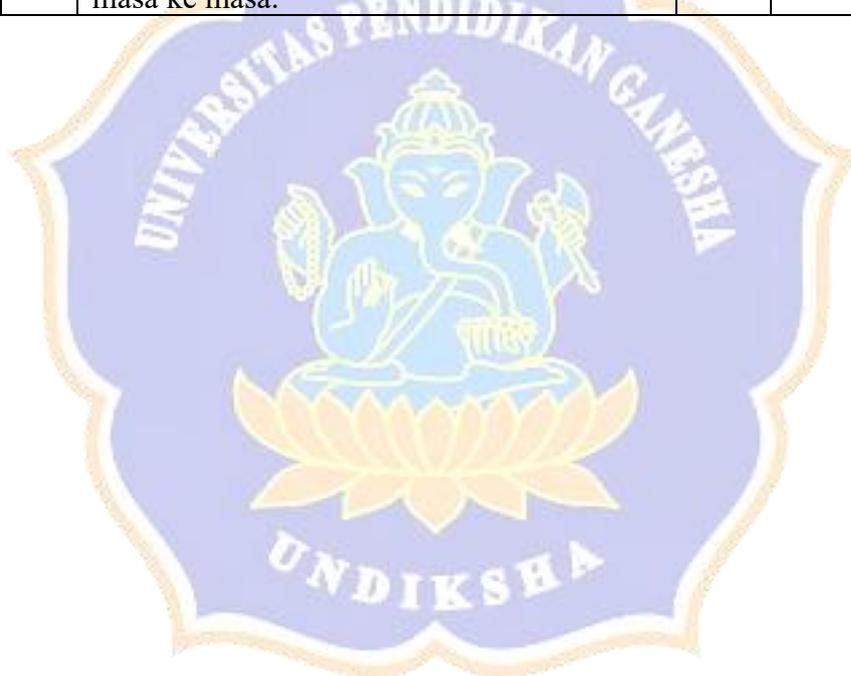
No.	Pernyataan E-WOM	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya sering membaca ulasan online di berbagai <i>platform</i> tentang sepatu Adidas sebelum berniat untuk melakukan pembelian.					
2	Saya suka berbagi informasi dengan pengguna lainnya tentang pengalaman menggunakan sepatu Adidas di <i>platform</i> online.					
3	Saya merasa perlu mengumpulkan berbagai informasi seputar sepatu Adidas sebelum berniat untuk melakukan pembelian.					
4	Saya merasa dengan membaca ulasan positif dari pengguna sepatu Adidas sebelumnya akan meningkatkan keyakinan dan rasa percaya diri untuk membeli sepatu Adidas.					

5. Pernyataan *Product Quality*

No.	Pernyataan <i>Product Quality</i>	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Sepatu Adidas memberikan kenyamanan dan dukungan yang sesuai untuk keseharian saya.					
2	Saya meyakini bahwa sepatu Adidas ini tahan lama dan tidak mudah rusak meskipun sering digunakan (pemakaian intensif).					
3	Sepatu Adidas tentu memiliki performa yang sesuai dengan spesifikasi atau klaim yang dijanjikan produk.					
4	Saya merasa sepatu Adidas dapat diandalkan dalam berbagai aktivitas.					
5	Saya menyukai desain dan tampilan yang menarik dari sepatu Adidas yang sesuai dengan gaya <i>fashion</i> saat ini.					
6	Saya merasa sepatu Adidas memiliki kualitas sepatu yang terbaik dibandingkan <i>brand</i> lainnya.					

6. Pernyataan *Brand Image*

No.	Pernyataan <i>Brand Image</i>	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya percaya bahwa Adidas adalah <i>brand</i> yang sudah terkenal luas secara internasional sehingga memberikan jaminan produk yang baik pula.					
2	Saya merasa bahwa perusahaan Adidas telah memiliki citra yang positif di mata konsumen.					
3	Saya yakin bahwa sepatu Adidas memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan/ekspektasi saya.					
4	Saya melihat koleksi sepatu Adidas memiliki desain yang simple dan mudah dipadu padankan dengan tren <i>fashion</i> dari masa ke masa.					



Lampiran 03. Data Hasil Kuesioner Awal Variabel *Purchase Intention* (Y), E-WOM (X₁), *Product Quality* (X₂), dan *Brand Image* (M)

Purchase intention (Y)

No	Skor <i>Purchase Intention</i>				Total	Kategori
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄		
1.	5	4	5	4	18	Sangat tinggi
2.	5	4	5	3	17	Sangat tinggi
3.	4	5	4	5	18	Sangat tinggi
4.	4	3	5	4	16	Sangat tinggi
5.	4	4	4	5	17	Sangat tinggi
6.	4	4	5	4	17	Sangat tinggi
7.	5	3	4	4	16	Sangat tinggi
8.	4	5	4	3	16	Sangat tinggi
9.	4	5	5	3	17	Sangat tinggi
10.	5	5	5	5	20	Sangat tinggi
Jml.	44	42	46	40	172	Sangat tinggi

E-WOM (X₁)

No	Skor E-WOM				Total	Kategori
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}		
1.	4	4	5	4	17	Sangat tinggi
2.	4	4	5	4	17	Sangat tinggi
3.	3	3	4	5	15	Tinggi
4.	3	3	4	4	14	Tinggi
5.	3	4	4	5	16	Sangat tinggi
6.	4	4	4	5	17	Sangat tinggi
7.	5	4	5	4	18	Sangat tinggi
8.	3	3	4	5	15	Tinggi
9.	4	4	4	5	17	Sangat tinggi
10.	5	3	5	4	17	Sangat tinggi
Jml.	38	36	44	45	163	Sangat tinggi

Product quality (X₂)

No	Skor <i>Product Quality</i>						Total	Kategori
	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	X _{2.5}	X _{2.6}		
1.	5	5	4	4	4	4	26	Sangat tinggi
2.	5	5	4	3	4	4	25	Sangat tinggi
3.	4	5	3	4	5	4	25	Sangat tinggi
4.	4	4	3	3	4	4	22	Tinggi
5.	5	4	3	3	4	4	23	Tinggi
6.	5	4	3	5	4	4	25	Sangat tinggi
7.	5	5	3	4	5	5	27	Sangat tinggi
8.	5	4	3	3	4	4	23	Tinggi
9.	4	4	5	4	5	4	26	Sangat tinggi
10.	5	5	3	4	5	5	27	Sangat tinggi
Jml.	47	45	34	37	44	42	249	Sangat tinggi

Brand image (M)

No	Skor Brand Image				Total	Kategori
	M ₁	M ₂	M ₃	M ₄		
1.	5	3	4	3	15	Tinggi
2.	5	3	4	3	15	Tinggi
3.	5	4	5	4	18	Sangat tinggi
4.	4	4	5	4	17	Sangat tinggi
5.	4	4	5	5	18	Sangat tinggi
6.	5	3	5	3	16	Sangat tinggi
7.	4	4	4	5	17	Sangat tinggi
8.	5	5	4	4	18	Sangat tinggi
9.	5	3	5	3	16	Sangat tinggi
10.	5	4	4	5	18	Sangat tinggi
Jml.	47	37	45	39	168	Sangat tinggi



Lampiran 04. Data Responden

Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Umur	Fakultas
Ida Ayu Shanti Pinandita Erawan	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ekonomi
Ni Kadek Krisnadewi	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Luh Putriasih	Perempuan	22 tahun	Fakultas Ekonomi
Ni Putu Lina Widianingsih	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ekonomi
Aristianti	Perempuan	22 tahun	Fakultas Ekonomi
Ni Kadek Dwita Tresna Rahayuni	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ekonomi
Ni Komang Ditha Cintya Dewi	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ekonomi
Made Devi Adriyani	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Ketut Mei Astari	Perempuan	20 tahun	Fakultas Ekonomi
Putu Sri Widya Maretha Indraswari	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ekonomi
Januarta Wisnu	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Ekonomi
Ni Komang Sueni	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ekonomi
Pande Gede Wiranata	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Ekonomi
I Gusti Ngurah Agung Wida Pratama	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Ekonomi
Maria Triyani Kemba Laka	Perempuan	21 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Putu Prawira Abdi Kusuma	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Ekonomi
Bachtiar Deny Agus Saputra	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Ekonomi
Gusti Kadek Ardi Wira Utama	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Dewa Made Kramas Artha Wiguna	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Ekonomi
Made Ananda	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Ni Putu Gita Candrika Dewi	Perempuan	21 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Ni Made Dwi Apsari Kori	Perempuan	20 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
Ni Luh Gede Putri Desta Parwathi	Perempuan	22 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Luh Desy Antari	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Gusti Kade Surya Aditya Putra	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Luh Mega Aripuspita	Perempuan	21 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
I Putu Krisna Wirasuta	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
Kadek Listiana	Perempuan	20 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
I Putu Aprika Apsarendra Putra	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan

Komang Bagus Kencana Putra	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Sayu Bella Sukma Dewi	Perempuan	20 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Ni Luh Putu Fily Nandani	Perempuan	20 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
Komang Adi Suryawan	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
Dewa Ayu Mita Anjani	Perempuan	21 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
I Wayan Eka Karya Saputra	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Putu Bayu Sastrawan	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Oka Ananta Yogiswara	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Ilham Ramadhani	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Ni Putu Pika Aristini	Perempuan	20 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Pramesya Bulandari	Perempuan	20 tahun	Fakultas Kedokteran
Ni Made Maylia Ardani Putri	Perempuan	20 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Wanda Putri	Perempuan	20 tahun	Fakultas Kedokteran
Lina Putri	Perempuan	21 tahun	Fakultas Kedokteran
Made Diva Putera Ananta	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Ni Ketut Indhira Maharani	Perempuan	21 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
I Nengah Aditya Kusuma Putra	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Ni Kadek Prima Jyoti Mahardika	Perempuan	20 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Ida Ayu Putu Lisyia Dewi	Perempuan	21 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Putu Vina Aryadnyani	Perempuan	20 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
I Gede Ryan Aditya Sukma	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
I Kadek Adi Wira Utama	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Putu Yoga Suartana	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Ni Luh Artini Artalia	Perempuan	21 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Ni Wayan Putri Satya Utami	Perempuan	20 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Divya Luna	Perempuan	21 tahun	Fakultas Kedokteran
Ryan Pratama	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Kedokteran

I Putu Sackli Eka Nata	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Kadek Ayu Kurniatini	Perempuan	21 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Ni Kadek Lia Samandani	Perempuan	20 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
I Ketut Rika Adi Putra	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Made Agastya Maheswara	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
Selma Contana	Perempuan	21 tahun	Fakultas Kedokteran
Gede Arya Amerta	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Komang Nathan Vijja Dhamma Ratana	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Ni Ketut Ayu Diah Saputri	Perempuan	20 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Putu Riandana	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Putu Restu Hardita	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Made Pande Kusuma Wardana	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Putu Saka Erlangga Putra	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Rahajeng Ayu	Perempuan	20 tahun	Fakultas Kedokteran
Nyoman Putra Arya Gunawan	Laki-laki	22 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Cempaka Pradnyadewi	Perempuan	20 tahun	Fakultas Kedokteran
Fariz Hariri	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Kedokteran
Luh Nityawari Laba	Perempuan	21 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
Luh Made Maytrinita Purwandari	Perempuan	21 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Putu Adis Dena Ningrum	Perempuan	21 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Amira Mulya Sadani	Perempuan	21 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
Nyoman Berdi Mas Sanjaya	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
I Putu Aditya Wijaya	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan
I Kadek Dwik Widiadnyana	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
Ni Komang Sri Indrayani	Perempuan	20 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
Arif Danu Arta	Laki-laki	21 tahun	Fakultas Kedokteran
I Made Arya Kusuma	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan
Ni Kadek Puspa Nirmala Sari	Perempuan	21 tahun	Fakultas Olahraga dan Kesehatan

Putu Vebry Valentina Griadhi	Perempuan	21 tahun	Fakultas Bahasa dan Seni
I Gede Arya Outra Jaya Wiguna	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
I Wayan Dimas Agus Anggara	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Ilmu Pendidikan
Luh Gede Wulan Kurnia Dewi	Perempuan	22 tahun	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Kadek Sri Indriyani	Perempuan	21 tahun	Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial
I Putu Angga Pastika Febriana	Laki-laki	20 tahun	Fakultas Teknik dan Kejuruan



Lampiran 05. Rentangan Interval Klasifikasi Indikator Variabel

Rentang = Skor maksimum – Skor minimum

$$= 5 - 1$$

$$= 4$$

Interval = Rentang : Jumlah Kategori

$$= 4 : 5$$

$$= 0.8$$

Nilai Rata-Rata	Kategori
4.21 – 5.00	Sangat Tinggi
3.41 – 4.20	Tinggi
2.61 – 3.40	Sedang
1.81 – 2.60	Rendah
1.00 – 1.80	Sangat Rendah



Lampiran 06. Output Pengujian SEM-PLS

1. OUTER MODEL

Convergent Validity

	BRAND IMAGE	E-WOM	PRODUCT QUALITY	PURCHASE INTENTION
BRI1	0.876			
BRI2	0.798			
BRI3	0.818			
BRI4	0.800			
E-WOM1		0.847		
E-WOM2		0.807		
E-WOM3		0.826		
EWOM4		0.794		
PI1				0.849
PI2				0.788
PI3				0.853
PI4				0.754
PRQ1			0.832	
PRQ2			0.778	
PRQ3			0.833	
PRQ4			0.781	
PRQ5			0.793	
PRQ6			0.815	

AVE & Composit Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
BRAND IMAGE	0.842	0.850	0.894	0.678
E-WOM	0.835	0.835	0.890	0.670
PRODUCT QUALITY	0.892	0.895	0.917	0.649
PURCHASE INTENTION	0.827	0.831	0.885	0.660

Validitas Diskriminan

	BRAND IMAGE	E-WOM	PRODUCT QUALITY	PURCHASE INTENTION
BRI1	0.876	0.698	0.643	0.726
BRI2	0.798	0.534	0.615	0.702
BRI3	0.818	0.547	0.519	0.611
BRI4	0.800	0.562	0.528	0.540

E-WOM1	0.563	0.847	0.596	0.629
E-WOM2	0.561	0.807	0.610	0.643
E-WOM3	0.568	0.826	0.542	0.629
EWOM4	0.643	0.794	0.621	0.610
PI1	0.672	0.690	0.672	0.849
PI2	0.596	0.640	0.569	0.788
PI3	0.668	0.634	0.659	0.853
PI4	0.626	0.524	0.634	0.754
PRQ1	0.596	0.592	0.832	0.681
PRQ2	0.621	0.555	0.778	0.655
PRQ3	0.594	0.629	0.833	0.694
PRQ4	0.519	0.617	0.781	0.588
PRQ5	0.497	0.492	0.793	0.546
PRQ6	0.560	0.609	0.815	0.589

2. INNER MODEL

Uji R Square

	R-square	R-square adjusted
BRAND IMAGE	0.584	0.575
PURCHASE INTENTION	0.752	0.743

Uji Q Square

	Q ² PREDICT	RMSE	MAE
BRAND IMAGE	0.715	0.725	0.584
PURCHASE INTENTION	0.764	0.686	0.530

Uji F Square

	BRAND IMAGE	E-WOM	PRODUCT QUALITY	PURCHASE INTENTION
BRAND IMAGE				0.225
E-WOM	0.212			0.112
PRODUCT QUALITY	0.176			0.177

Direct Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
BRAND IMAGE -> PURCHASE INTENTION	0.367	0.357	0.090	4.089	0.000
E-WOM -> BRAND IMAGE	0.430	0.401	0.130	3.313	0.001
E-WOM -> PURCHASE INTENTION	0.267	0.263	0.083	3.201	0.001

PRODUCT QUALITY -> BRAND IMAGE	0.393	0.383	0.119	3.297	0.001
PRODUCT QUALITY -> PURCHASE INTENTION	0.330	0.331	0.092	3.583	0.000

Indirect Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
E-WOM -> BRAND IMAGE -> PURCHASE INTENTION	0.158	0.142	0.058	2.712	0.007
PRODUCT QUALITY -> BRAND IMAGE -> PURCHASE INTENTION	0.144	0.138	0.059	2.455	0.014

GOF

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.069	0.069
d_ ULS	0.804	0.804
d_ G	0.436	0.436
Chi-square	221.678	221.678
NFI	0.800	0.800