

PROGRAM SARJANA EKSTENSI
ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS INDONESIA

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP PERILAKU WORD OF MOUTH KONSUMEN MACINTOSH (APPLE INC.)

No. Kuesioner

--	--

Depok,

2008

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswi jurusan Administrasi Niaga FISIP UI, yang sedang mengumpulkan data untuk keperluan skripsi dan akan diperlukan sebagai syarat kelulusan guna memperoleh gelar sarjana.

Saya mohon kesediaan dan partisipasi Anda untuk mengisi kuesioner ini, berdasarkan pengamatan dan pengalaman Anda terhadap produk Macintosh (Mac). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *experience (sense, feel, think, act, and relate)* terhadap perilaku *word of mouth* konsumen Macintosh.

Jawaban yang Anda berikan akan sangat membantu dan menentukan hasil penelitian yang saya lakukan. Atas waktu dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Irawati

NPM 0903320818

ira0931@ui.edu

DATA RESPONDEN

Nama :
Alamat kantor/rmh :
No telp/e-mail :

Petunjuk Pengisian

Beri tanda silang **X** atau gantikan kolom pilihan dengan simbol **X** (bila melalui e-mail) pada pilihan yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

1) Jenis pekerjaan

- Agensi periklanan, percetakan

1
2
3
4
5
6
- Fotografer, rumah produksi
- Industri musik/suara
- Web developer, animasi studio
- Teknologi informasi
- Lainnya:

2) Jenis kelamin:

- laki-laki 1
- perempuan 2

3) Usia:

- Dibawah 20 tahun

1
2
3
4
5
- Diatas 20 s/d 25 tahun
- Diatas 25 s/d 30 tahun
- Diatas 30 s/d 35 tahun
- Diatas 35 tahun

Screening Process

1) Macintosh yang dimiliki atau digunakan:

- MacBook® Air 1
- MacBook® Pro 2
- MacBook® 3
- Mac® Pro 4
- iMac® 5
- PowerBook 6

2) Aktifitas yang biasanya Anda lakukan menggunakan Macintosh:

- *Digital video & film production & editing, animation* 1
- *Film special effects, compositing & titling* 2
- *Digital still photography & workflow management* 3
- *Graphic design, publising, & print production* 4
- *Music creation & production* 5
- *Web design, development, & administration* 6
- *Lainnya* 7

3) Pernah melihat iklan Macintosh bertema PC VS MAC

Ya
Tidak

Bila Anda memenuhi syarat diatas harap melanjutkan mengisi kuesioner ini, jika Anda tidak memenuhi persyaratan maka kuesioner berakhir disini.

Terimakasih

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian

Beri tanda silang **x** atau gantikan kolom pilihan dengan simbol **x** (bila melalui e-mail) pada angka yang paling sesuai dengan penilaian Anda terhadap masing-masing pernyataan berikut. Dengan pilihan jawaban 1 – 7, semakin kecil menunjukkan tingkat ketidaksetujuan jawaban atau sikap Anda, semakin kekanan menunjukkan kesetujuan jawaban atau sikap Anda.

COMMUNICATION

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Iklan Mac yang sensasional dengan tema PC VS MAC menarik perhatian saya							
2	Iklan Mac dengan tema PC VS MAC mampu menghibur saya							
3	Iklan Mac dengan tema PC VS MAC membuat saya berfikir bahwa produk Mac sangat istimewa							
4	Iklan Mac dengan tema PC VS MAC mendorong saya untuk membeli produk Mac							
5	Iklan Mac dengan tema PC VS MAC memperlihatkan gaya hidup yang dinamis, <i>cutting edge</i> , dan unik							

VISUAL/VERBAL IDENTITY

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN						
		1	2	3	4	5	6	7
6	Tampilan merek & logo Apple yang khas menarik perhatian saya							
7	Makna merek & logo Apple yang melambangkan buah apel menimbulkan rasa ingin tahu saya pada produk Apple							
8	Merek & logo yang terkenal membuat saya berpikir bahwa produk Mac memiliki keunggulan & kualitas yang lebih baik							
9	Makna merek & logo Apple yang mendorong saya menjadikan Mac sebagai bagian dari gaya hidup saya							
10	Merek & logo Apple mampu menghubungkan saya dengan konsumen Mac lainnya							

PRODUCT PRESENCE

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN						
		1	2	3	4	5	6	7
11	Desain komputer Mac menggugah rasa ketertarikan saya							
12	Desain komputer Mac menimbulkan rasa untuk berkeaktivitas lebih tinggi							
13	Spesifikasi produk Mac membuat saya yakin akan kemampuannya							
14	Variasi produk Mac dari segi desain dan spesifikasi mendorong saya untuk memilikinya							
15	Spesifikasi hardware produk Mac yang dapat didaur ulang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan							

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

WEBSITE (www.apple.com)

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN						
		1	2	3	4	5	6	7
16	Website Apple_Mac memiliki tampilan yang menarik & interaktif	1	2	3	4	5	6	7
17	Tampilan halaman website Apple_Mac memberikan pengalaman yang menyenangkan	1	2	3	4	5	6	7
18	Website Apple_Mac meyakinkan saya bahwa produk yang dimiliki identik dengan desain yang atraktif	1	2	3	4	5	6	7
19	Website Apple_Mac mampu memberi saya dorongan menciptakan inovasi dan kreasi	1	2	3	4	5	6	7
20	Dengan mengunjungi website Apple_Mac saya dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya & berbagi pengalaman	1	2	3	4	5	6	7

CUSTOMER SATISFACTION

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN						
		1	2	3	4	5	6	7
Pengalaman positif								
21	Saya menggunakan Mac sebagai salah satu topik pembicaraan dengan teman dekat atau orang yang baru saya kenal	1	2	3	4	5	6	7
22	Saya membicarakan Mac dengan orang lain agar dianggap memiliki pengetahuan yang cukup atas produk tersebut	1	2	3	4	5	6	7
23	Saya membicarakan Mac dengan orang lain didorong oleh iklannya yang unik dan menarik	1	2	3	4	5	6	7
24	Saya membicarakan Mac dengan orang lain karena ingin berbagi pengetahuan menyangkut produk tersebut	1	2	3	4	5	6	7
Pengalaman negatif								
25	Saya membicarakan Mac dengan orang lain untuk mengurangi kecemasan saya terhadap kualitas produk	1	2	3	4	5	6	7
26	Saya membicarakan Mac dengan orang lain untuk mencegahnya melakukan kesalahan yang sama dalam penggunaan/perawatan	1	2	3	4	5	6	7
27	Saya membicarakan Mac dengan orang lain untuk mempengaruhinya agar tidak mempergunakan produk tersebut	1	2	3	4	5	6	7
28	Saya membicarakan Mac dengan orang lain untuk berbagi pengalaman negatif yang saya alami. Agar mendapatkan informasi yang dapat membantu menyelesaikan masalah	1	2	3	4	5	6	7

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

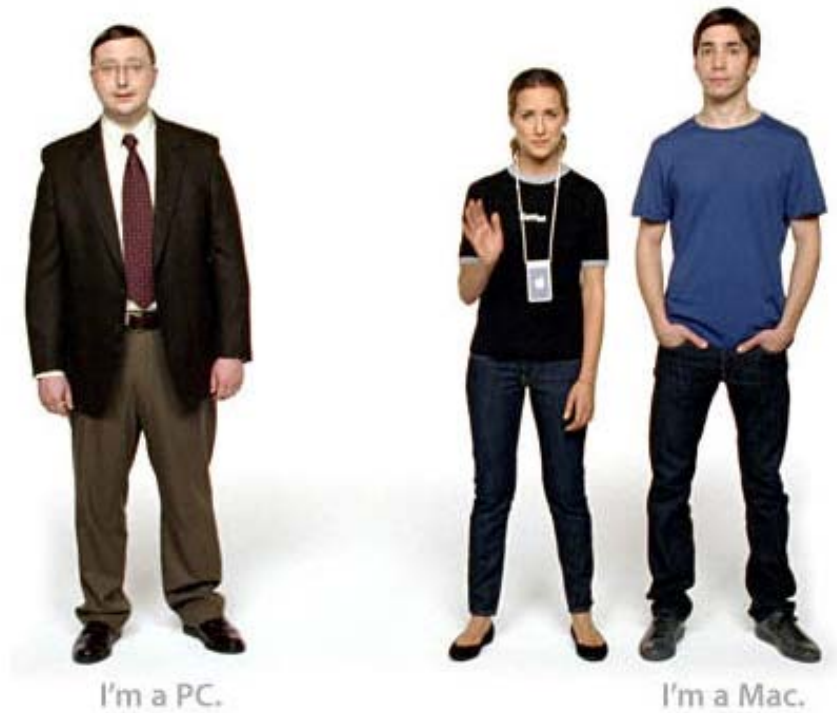
OPINION LEADERSHIP

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN						
		1	2	3	4	5	6	7
29	Saya adalah orang yang senang mengeluarkan pendapat mengenai berbagai macam hal yang saya ketahui.	1	2	3	4	5	6	7
30	Saya adalah orang yang senang berbagi pengalaman melalui blog dan forum di Internet mengenai berbagai macam topik	1	2	3	4	5	6	7
31	Saya adalah orang yang membuka diri terhadap berbagai macam media: cetak, TV, radio, internet. Sehingga saya sering dijadikan sumber informasi bagi orang lain.	1	2	3	4	5	6	7
32	Saya adalah orang yang didengarkan pendapatnya, karena mereka yakin pada keahlian khusus yang menjadi spesialisasi saya	1	2	3	4	5	6	7
33	Saya sangat tertarik pada "apa yang baru", sehingga saya sering lebih inovatif daripada orang lain. Karenanya banyak yang mengikuti keputusan yang saya ambil.	1	2	3	4	5	6	7

CONTAGIOUS PRODUCT

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN						
		1	2	3	4	5	6	7
34	Menggunakan Mac dalam melakukan kegiatan saya, memberikan rasa bangga, nyaman, dan juga kepuasan	1	2	3	4	5	6	7
35	Tampilan Mac menyebabkan saya ingin membicarakannya dengan orang lain	1	2	3	4	5	6	7
36	Saya kerap mengatakan bahwa saya menggunakan Mac dalam mengerjakan karya yang saya hasilkan	1	2	3	4	5	6	7
37	Menggunakan Mac akan lebih menyenangkan bila lebih banyak orang yang memakainya	1	2	3	4	5	6	7
38	Mac sesuai untuk kehidupan saya, karena mampu melakukan banyak hal	1	2	3	4	5	6	7
39	Mac merupakan produk yang sangat mudah untuk dipakai (ease of use)	1	2	3	4	5	6	7

MAC Ad Commercial



Lampiran hasil olahan SPSS 12

FACTOR ANALYSIS

VARIABEL EXPERIENTIAL MARKETING

Dimensi Sense

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	60,769
	df	1
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		Sense2: Tampilan merek & logo Apple yang khas menarik perhatian responden	Sense3: Desain komputer Mac menggugah rasa ketertarikan responden
Anti-image Covariance	Sense2: Tampilan merek & logo Apple yang khas menarik perhatian responden	,447	-,332
	Sense3: Desain komputer Mac menggugah rasa ketertarikan responden	-,332	,447
Anti-image Correlation	Sense2: Tampilan merek & logo Apple yang khas menarik perhatian responden	,500(a)	-,744
	Sense3: Desain komputer Mac menggugah rasa ketertarikan responden	-,744	,500(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,744	87,177	87,177	1,744	87,177	87,177
2	,256	12,823	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component 1
Sense2: Tampilan merek & logo Apple yang khas menarik perhatian responden	,934
Sense3: Desain komputer Mac menggugah rasa ketertarikan responden	,934

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 1 components extracted.

Dimensi Feel

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	16,657
	df	1
	Sig.	,000

Lampiran hasil olahan SPSS 12

Anti-image Matrices

		Feel3: Desain komputer Mac menimbulkan rasa untuk berkekrativitas lebih tinggi	Feel4: Tampilan hlm website Apple_Mac memberi responden pengalaman yang menyenangkan
Anti-image Covariance	Feel3: Desain komputer Mac menimbulkan rasa untuk berkekrativitas lebih tinggi	,802	-,357
	Feel4: Tampilan hlm website Apple_Mac memberi responden pengalaman yang menyenangkan	-,357	,802
Anti-image Correlation	Feel3: Desain komputer Mac menimbulkan rasa untuk berkekrativitas lebih tinggi	,500(a)	-,445
	Feel4: Tampilan hlm website Apple_Mac memberi responden pengalaman yang menyenangkan	-,445	,500(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,445	72,248	72,248	1,445	72,248	72,248
2	,555	27,752	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Dimensi Think

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	19,285
	df
	1
	Sig.
	,000

Anti-image Matrices

		Think1: Iklan Mac dengan tema PC VS MAC membuat responden berfikir bahwa produk Mac sangat istimewa	Think4: Website Apple_Mac meyakinkan responden bahwa produk yang dimiliki identik dengan desain yang atraktif
Anti-image Covariance	Think1: Iklan Mac dengan tema PC VS MAC membuat responden berfikir bahwa produk Mac sangat istimewa	,775	-,368
	Think4: Website Apple_Mac meyakinkan responden bahwa produk yang dimiliki identik dengan desain yang atraktif	-,368	,775

Lampiran hasil olahan SPSS 12

Anti-image Correlation	Think1: Iklan Mac dengan tema PC VS MAC membuat responden berfikir bahwa produk Mac sangat istimewa Think4: Website Apple_Mac meyakinkan responden bahwa produk yang dimiliki identik dengan desain yang atraktif	,500(a)	-,475
		-,475	,500(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,475	73,739	73,739	1,475	73,739	73,739
2	,525	26,261	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component 1
Think1: Iklan Mac dengan tema PC VS MAC membuat responden berfikir bahwa produk Mac sangat istimewa Think4: Website Apple_Mac meyakinkan responden bahwa produk yang dimiliki identik dengan desain yang atraktif	,859 ,859

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 1 components extracted.

Dimensi Act

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	16,586
	df
	1
	Sig.
	,000

Anti-image Matrices

		Act2: Makna merek & logo Apple yang mendorong responden menjadikan Mac sebagai bagian dari gaya hidup responden	Act4: Website Apple_Mac mampu memberi responden dorongan menciptakan inovasi dan kreasi
Anti-image Covariance	Act2: Makna merek & logo Apple yang mendorong responden menjadikan Mac sebagai bagian dari gaya hidup responden Act4: Website Apple_Mac mampu memberi responden dorongan menciptakan inovasi dan kreasi	,803 -,357	-,357 ,803
Anti-image Correlation	Act2: Makna merek & logo Apple yang mendorong responden menjadikan Mac sebagai bagian dari	,500(a)	-,444

Lampiran hasil olahan SPSS 12

gaya hidup responden		
Act4: Website Apple_Mac mampu memberi responden dorongan menciptakan inovasi dan kreasi	-,444	,500(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,444	72,205	72,205	1,444	72,205	72,205
2	,556	27,795	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Act2: Makna merek & logo Apple yang mendorong responden menjadikan Mac sebagai bagian dari gaya hidup responden	,850
Act4: Website Apple_Mac mampu memberi responden dorongan menciptakan inovasi dan kreasi	,850

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 1 components extracted.

Dimensi Relate

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	26,868
	df
	1
	Sig.
	,000

Anti-image Matrices

		Relate3: Spesifikasi hardware produk Mac yang dapat didaur ulang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan	Relate4: Dengan mengunjungi website Apple_Mac responden dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya & berbagi pengalaman
Anti-image Covariance	Relate3: Spesifikasi hardware produk Mac yang dapat didaur ulang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan	,701	-,383
	Relate4: Dengan mengunjungi website Apple_Mac responden dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya & berbagi pengalaman	-,383	,701

Lampiran hasil olahan SPSS 12

Anti-image Correlation	Relate3: Spesifikasi hardware produk Mac yang dapat didaur ulang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan	,500(a)	-,547
	Relate4: Dengan mengunjungi website Apple_Mac responden dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya & berbagi pengalaman	-,547	,500(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,547	77,360	77,360	1,547	77,360	77,360
2	,453	22,640	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Relate3: Spesifikasi hardware produk Mac yang dapat didaur ulang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan	,880
Relate4: Dengan mengunjungi website Apple_Mac responden dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya & berbagi pengalaman	,880

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 1 components extracted.

Lampiran hasil olahan SPSS 12

VARIABEL WORD OF MOUTH

Dimensi Customer Satisfaction Positif

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	17,475
	df	1
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		CSPos2: Responden membicarakan Mac dengan orang lain agar dianggap memiliki pengetahuan yang cukup atas produk tersebut	CSPos3: Responden membicarakan Mac dengan orang lain didorong oleh iklannya yang unik dan menarik
Anti-image Covariance	CSPos2: Responden membicarakan Mac dengan orang lain agar dianggap memiliki pengetahuan yang cukup atas produk tersebut CSPos3: Responden membicarakan Mac dengan orang lain didorong oleh iklannya yang unik dan menarik	,793	-,361
Anti-image Correlation	CSPos2: Responden membicarakan Mac dengan orang lain agar dianggap memiliki pengetahuan yang cukup atas produk tersebut CSPos3: Responden membicarakan Mac dengan orang lain didorong oleh iklannya yang unik dan menarik	,500(a)	-,455
		-,361	,793
		-,455	,500(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,455	72,728	72,728	1,455	72,728	72,728
2	,545	27,272	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component 1
CSPos2: Responden membicarakan Mac dengan orang lain agar dianggap memiliki pengetahuan yang cukup atas produk tersebut	,853
CSPos3: Responden membicarakan Mac dengan orang lain didorong oleh iklannya yang unik dan menarik	,853

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 1 components extracted.

Dimensi Customer Satisfaction Negatif

Lampiran hasil olahan SPSS 12

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,647
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	49,055
	df	3
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		CSNeg1: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mengurangi kecemasan terhadap kualitas produk	CSNeg3: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mempengaruhinya agar tidak mempergunakan produk tersebut	CSNeg4: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk membagi pengalaman negatif yang dialami
Anti-image Covariance	CSNeg1: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mengurangi kecemasan terhadap kualitas produk	,687	-,294	-,089
	CSNeg3: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mempengaruhinya agar tidak mempergunakan produk tersebut	-,294	,599	-,252
	CSNeg4: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk membagi pengalaman negatif yang dialami	-,089	-,252	,746
Anti-image Correlation	CSNeg1: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mengurangi kecemasan terhadap kualitas produk	,658(a)	-,458	-,124
	CSNeg3: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mempengaruhinya agar tidak mempergunakan produk tersebut	-,458	,607(a)	-,378
	CSNeg4: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk membagi pengalaman negatif yang dialami	-,124	-,378	,702(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues	Extraction Sums of Squared Loadings
-----------	---------------------	-------------------------------------

Lampiran hasil olahan SPSS 12

	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,940	64,650	64,650	1,940	64,650	64,650
2	,643	21,432	86,082			
3	,418	13,918	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component 1
CSNeg1: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mengurangi kecemasan terhadap kualitas produk	,793
CSNeg3: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk mempengaruhinya agar tidak mempergunakan produk tersebut	,860
CSNeg4: Membicarakan Mac dengan orang lain untuk membagi pengalaman negatif yang dialami	,756

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Dimensi Opinion Leadership

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,681
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	76,904
	df
	3
	Sig.
	,000

Anti-image Matrices

		OpLead3: Responden adalah orang yang membuka diri terhadap berbagai macam media: cetak, TV, radio, internet. Sehingga responden sering dijadikan sumber informasi bagi orang lain.	OpLead4: Responden adalah orang yang didengarkan pendapatnya, karena mereka yakin pada keahlian khusus yang menjadi spesialisasi responden	OpLead5: Responden sangat tertarik pada "apa yang baru", sehingga responden sering lebih inovatif daripada orang lain. Karenanya banyak yang mengikuti keputusan yang responden ambil.
Anti-image Covariance	OpLead3: Responden adalah orang yang membuka diri terhadap berbagai macam media: cetak, TV, radio, internet. Sehingga responden sering dijadikan sumber informasi bagi orang lain.	,651	-,095	-,215

Lampiran hasil olahan SPSS 12

Anti-image Correlation	OpLead4: Responden adalah orang yang mendengarkan pendapatnya, karena mereka yakin pada keahlian khusus yang menjadi spesialisasi responden	-,095	,538	-,274
	OpLead5: Responden sangat tertarik pada "apa yang baru", sehingga responden sering lebih inovatif daripada orang lain. Karenanya banyak yang mengikuti keputusan yang responden ambil.	-,215	-,274	,469
	OpLead3: Responden adalah orang yang membuka diri terhadap berbagai macam media: cetak, TV, radio, internet. Sehingga responden sering dijadikan sumber informasi bagi orang lain.	,762(a)	-,161	-,389
	OpLead4: Responden adalah orang yang mendengarkan pendapatnya, karena mereka yakin pada keahlian khusus yang menjadi spesialisasi responden	-,161	,678(a)	-,546
	OpLead5: Responden sangat tertarik pada "apa yang baru", sehingga responden sering lebih inovatif daripada orang lain. Karenanya banyak yang mengikuti keputusan yang responden ambil.	-,389	-,546	,635(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,156	71,857	71,857	2,156	71,857	71,857

Lampiran hasil olahan SPSS 12

2	,529	17,639	89,496			
3	,315	10,504	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component 1
OpLead3: Responden adalah orang yang membuka diri terhadap berbagai macam media: cetak, TV, radio, internet. Sehingga responden sering dijadikan sumber informasi bagi orang lain.	,800
OpLead4: Responden adalah orang yang mendengarkan pendapatnya, karena mereka yakin pada keahlian khusus yang menjadi spesialisasi responden	,850
OpLead5: Responden sangat tertarik pada "apa yang baru", sehingga responden sering lebih inovatif daripada orang lain. Karenanya banyak yang mengikuti keputusan yang responden ambil.	,891

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Dimensi Contiguous Product

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,643
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	37,450
	df	3
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		ContProd3: Responden kerap mengatakan bahwa dia menggunakan Mac dalam mengerjakan karya yang dihasilkan	ContProd5: Menurut responden Mac sesuai untuk kehidupannya, karena mampu melakukan banyak hal	ContProd6: Menurut responden Mac merupakan produk yang sangat mudah untuk dipakai
Anti-image Covariance	ContProd3: Responden kerap mengatakan bahwa dia menggunakan Mac dalam mengerjakan karya yang dihasilkan	,772	-,111	-,267
	ContProd5: Menurut responden Mac sesuai untuk kehidupannya, karena mampu melakukan banyak hal	-,111	,771	-,269
	ContProd6: Menurut responden Mac merupakan produk yang sangat mudah untuk dipakai	-,267	-,269	,680

Lampiran hasil olahan SPSS 12

Anti-image Correlation	ContProd3: Responden kerap mengatakan bahwa dia menggunakan Mac dalam mengerjakan karya yang dihasilkan	,669(a)	-,144	-,369
	ContProd5: Menurut responden Mac sesuai untuk kehidupannya, karena mampu melakukan banyak hal	-,144	,668(a)	-,372
	ContProd6: Menurut responden Mac merupakan produk yang sangat mudah untuk dipakai	-,369	-,372	,607(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,834	61,147	61,147	1,834	61,147	61,147
2	,675	22,485	83,632			
3	,491	16,368	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
ContProd3: Responden kerap mengatakan bahwa dia menggunakan Mac dalam mengerjakan karya yang dihasilkan	,754
ContProd5: Menurut responden Mac sesuai untuk kehidupannya, karena mampu melakukan banyak hal	,755
ContProd6: Menurut responden Mac merupakan produk yang sangat mudah untuk dipakai	,834

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 1 components extracted.

Lampiran hasil olahan SPSS 12

RELIABILITY

VARIABEL EXPERIENTIAL MARKETING

Dimensi Sense

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,851	2

Dimensi Feel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,601	2

Dimensi Think

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,644	2

Dimensi Act

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,612	2

Dimensi Relate

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	2

VARIABEL WORD OF MOUTH

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	11

REGRESSION

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,444(a)	,197	,142	,73914	1,705

a Predictors: (Constant), REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1

b Dependent Variable: WOM

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,667	5	1,933	3,539	,003(a)
	Residual	39,335	72	,546		
	Total	49,002	77			

a Predictors: (Constant), REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1

b Dependent Variable: WOM

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,314	,084		51,541	,000
	REGR factor score for analysis EM	,389	,132	,488	2,947	,000

a Dependent Variable: WOM

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780(a)	,760	,650	,80232

a. Predictors: (Constant), EM

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,081	1	,081	,325	,000(a)
	Residual	48,922	76	,644		
	Total	49,002	77			

a. Predictors: (Constant), EM

b. Dependent Variable: WOM

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,126	,059		,000	1,000
	EM	,535	,065	,540	12,354	,000

a. Dependent Variable: WOM