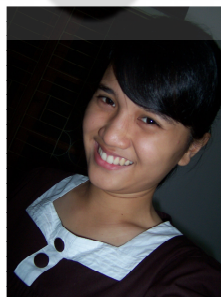


DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Aprilizayanti Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Depok, 5 April 1986
Alamat : Jl. Raya Kalimulya No. 21 Rt. 03 Rw. 03
Jatimulya, Sukmajaya
Depok – 16413
Kontak Pribadi : 021 - 8759402
0856 - 8845454
aprilizaputri@gmail.com
Nama Orang Tua
Ayah : Azhary Noer
Ibu : Zawiah Ali

Riwayat Pendidikan Formal

SD : Sekolah Dasar (SD) Negeri II
Bogor
(1992 – 1998)
SLTP : Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) Negeri 1
Depok
(1998 – 2001)
SMA : Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 3
Depok
(2001 – 2004)
S1 : Program Studi Administrasi Niaga
Departemen Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Indonesia
(2004 – 2008)



LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN



KUESIONER PENELITIAN
“PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY*”
STUDI : KONSUMEN PRODUK *FASHION* MEREK ZARA DI JAKARTA

No. Koding :	Lokasi ZARA :	No. Telp/HP :
--------------	---------------	---------------

Dengan hormat,

Pertama-tama saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini.

Saya Aprilizayanti Putri, mahasiswi S1 Administrasi Niaga FISIP UI, saat ini sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh *brand personality* terhadap *brand loyalty* ZARA.

Untuk memenuhi tujuan tersebut, saya sangat mengharapkan Anda dapat mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Apapun jawaban Anda akan sangat bermanfaat bagi penelitian ini. Tidak ada jawaban yang salah atau benar. Saya berharap Anda bersedia menjawab secara jujur untuk mewakili pendapat Anda. Semua jawaban memiliki makna besar, sebab yang saya harapkan adalah jawaban yang menggambarkan kenyataan yang sebenarnya.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Aprilizayanti Putri

4	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat (<i>friendly</i>).	1	2	3	4	5
EXCITEMENT						
5	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang trendi (<i>trendy</i>).	1	2	3	4	5
6	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersemangat (<i>spirited</i>).	1	2	3	4	5
7	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berjiwa muda (<i>young</i>).	1	2	3	4	5
8	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang unik (<i>unique</i>).	1	2	3	4	5
9	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang inovatif (<i>up-to-date</i>).	1	2	3	4	5
10	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bebas (<i>independent</i>).	1	2	3	4	5
COMPETENCE						
11	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang dapat dipercaya (<i>reliable</i>).	1	2	3	4	5
12	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas (<i>intelligent</i>).	1	2	3	4	5
13	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses (<i>successful</i>).	1	2	3	4	5
14	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri (<i>confident</i>).	1	2	3	4	5
SOPHISTICATION						
15	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berkelas ekonomi menengah (<i>middle class</i>).	1	2	3	4	5
16	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang mempesona (<i>glamorous</i>).	1	2	3	4	5
17	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin (<i>feminine</i>).	1	2	3	4	5
18	Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan (<i>smooth</i>).	1	2	3	4	5

III. BRAND LOYALTY

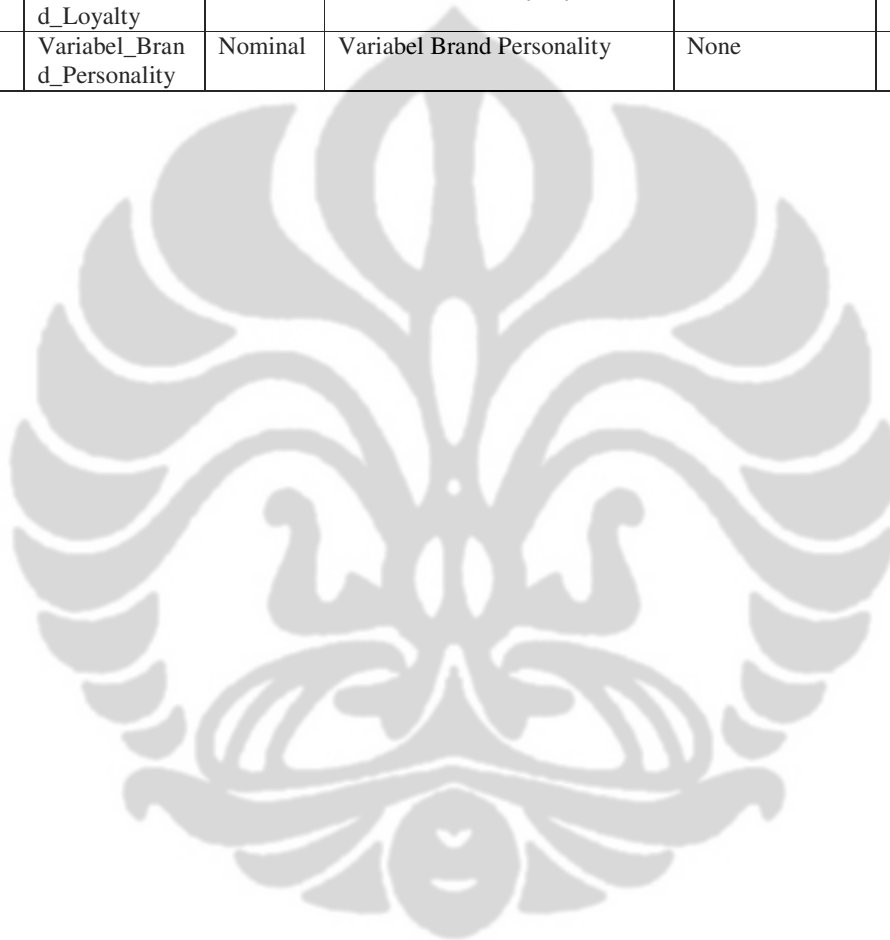
No.	Pernyataan	STS	TS	N/R	S	SS
19	Saya beranggapan bahwa ZARA merupakan pilihan yang terbaik ketika saya ingin membeli produk <i>fashion</i> .	1	2	3	4	5
20	Saya beranggapan bahwa saya merupakan konsumen setia merek ZARA.	1	2	3	4	5
21	Saya akan tetap membeli merek ZARA diwaktu mendatang.	1	2	3	4	5
22	Saya tidak akan berganti membeli produk <i>fashion</i> merek lainnya (selain ZARA), meskipun dengan harga yang lebih murah.	1	2	3	4	5
23	Saya bersedia merekomendasikan merek ZARA kepada orang lain.	1	2	3	4	5

LAMPIRAN 2
VARIABLE VIEW

No	Name	Type	Label	Value	Measure
1	Lokasi	String	Lokasi Gerai Zara	(KG, Kelapa Gading 3; PI, Plaza Indo.; PIM, Pond.Indah 2; SC, Senayan City; TA,Taman Anggrek)	Nominal
2	JenisKelamin	String	Jenis Kelamin	(A, pria; B, wanita)	Nominal
3	Usia	Nominal	Usia Responden		Scale
4	Pekerjaan	String	Pekerjaan Responden		Nominal
5	Pengeluaran	String	Pengeluaran Pribadi Perbulan		Nominal
6	Simpanan	String	Simpanan Pribadi Perbulan		Nominal
7	BP1SIN1	Nominal	Dimensi Sincerity 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahaja	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
8	BP2SIN2	Nominal	Dimensi Sincerity 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berorientasi pada keluarga	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
9	BP3SIN3	Nominal	Dimensi Sincerity 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang menyenangkan	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
10	BP4SIN4	Nominal	Dimensi Sincerity 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
11	BP5EXC1	Nominal	Dimensi Excitement 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang trendi	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
12	BP6EXC2	Nominal	Dimensi Excitement 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersemangat	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
13	BP7EXC3	Nominal	Dimensi Excitement 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berjiwa muda	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
14	BP8EXC4	Nominal	Dimensi Excitement 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang unik	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
15	BP9EXC5	Nominal	Dimensi Excitement 5: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang inovatif	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale

16	BP10EXC6	Nominal	Dimensi Excitement 6: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bebas	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
17	BP11COM1	Nominal	Dimensi Competence 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang dapat dipercaya	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
18	BP12COM2	Nominal	Dimensi Competence 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
19	BP13COM3	Nominal	Dimensi Competence 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
20	BP14COM4	Nominal	Dimensi Competence 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
21	BP15SOP1	Nominal	Dimensi Sophistication 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berstatus sosial menengah	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
22	BP16SOP2	Nominal	Dimensi Sophistication 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang mempesona	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
23	BP17SOP3	Nominal	Dimensi Sophistication 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
24	BP18SOP4	Nominal	Dimensi Sophistication 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
25	BL1	Nominal	Dimensi Brand Loyalty 1: Saya beranggapan bahwa zara merupakan pilihan yang terbaik ketika saya ingin membeli produk fashion	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
26	BL2	Nominal	Dimensi Brand Loyalty 2: Saya beranggapan bahwa saya merupakan konsumen setia merek Zara	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
27	BL3	Nominal	Dimensi Brand Loyalty 3: Saya akan tetap membeli merek Zara diwaktu mendatang	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
28	BL4	Nominal	Dimensi Brand Loyalty 4: Saya tidak akan berganti membeli produk fashion merek lainnya (selain Zara), meskipun dengan harga yang lebih murah.	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale
29	BL5	Nominal	Dimensi Brand Loyalty 5: Saya bersedia merekomendasikan	(1, STS; 2, TS; 3, N; 4, S; 5, SS)	Scale

			merek Zara kepada orang lain.		
30	Dimensi_Sincerity	Nominal	Dimensi Sincerity	None	Scale
31	Dimensi_Excitement	Nominal	Dimensi Excitement	None	Scale
32	Dimensi_Competence	Nominal	Dimensi Competence	None	Scale
33	Dimensi_Sophistication	Nominal	Dimensi Sophistication	None	Scale
34	Variabel_Brand_Loyalty	Nominal	Variabel Brand Loyalty	None	Scale
35	Variabel_Brand_Personality	Nominal	Variabel Brand Personality	None	Scale



LAMPIRAN 3
VALIDITAS HASIL *PRETEST*

1. Dimensi *Sincerity*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.676
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	49.199
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BP01: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sederhana	BP02: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berorientasi pada keluarga	BP03: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang menyenangkan	BP04: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat
Anti-image Covariance	BP01: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sederhana	.628	-.152	-.043	-.050
	BP02: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berorientasi pada keluarga	-.152	.338	-.210	.094
	BP03: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang menyenangkan	-.043	-.210	.287	-.215
	BP04: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat	-.050	.094	-.215	.643
Anti-image Correlation	BP01: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sederhana	.857(a)	-.329	-.102	-.078
	BP02: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berorientasi pada keluarga	-.329	.642(a)	-.674	.201
	BP03: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang menyenangkan	-.102	-.674	.633(a)	-.499
	BP04: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat	-.078	.201	-.499	.653(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	2.610	65.255	65.255	2.610	65.255	65.255
2	.741	18.533	83.788			
3	.474	11.858	95.646			
4	.174	4.354	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component 1
BP01: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sederhana	.760
BP02: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berorientasi pada keluarga	.867
BP03: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang menyenangkan	.914
BP04: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat	.767

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 1 components extracted.

2. Dimensi Excitement

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	57.369
	df	15
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BP05: Saya mengang gap merek Zara memiliki kepribadi an yang trendi	BP06: Saya mengang gap merek Zara memiliki kepribadi an yang berseman gat	BP07: Saya mengangg ap merek Zara memiliki kepribadia n yang berjiwa muda	BP08: Saya mengan ggap merek Zara memiliki kepribadi an yang unik	BP09: Saya mengan ggap merek Zara memiliki kepribadi an yang inovatif	BP10: Saya mengan ggap merek Zara memiliki kepribadi an yang bebas
Anti- image Covari ance	BP05: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang trendi BP06: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersemangat BP07: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berjiwa muda BP08: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang unik BP09: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang inovatif BP10: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bebas	.557	-.252	.009	-.025	.063	-.092
		-.252	.385	-.075	-.109	-.149	.006
		.009	-.075	.565	-.200	-.176	.040
		-.025	-.109	-.200	.608	.033	-.117
		.063	-.149	-.176	.033	.529	-.211
		-.092	.006	.040	-.117	-.211	.711
Anti- image Correl ation	BP05: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang trendi BP06: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersemangat	.727(a)	-.545	.015	-.044	.116	-.146
		-.545	.749(a)	-.161	-.225	-.331	.011

BP07: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berjiwa muda	.015	-.161	.805(a)	-.342	-.322	.063
BP08: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang unik	-.044	-.225	-.342	.828(a)	.058	-.178
BP09: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang inovatif	.116	-.331	-.322	.058	.756(a)	-.344
BP10: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bebas	-.146	.011	.063	-.178	-.344	.800(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	3.219	53.642	53.642	3.219	63.642	63.642
2	.802	13.361	67.003			
3	.758	12.633	79.636			
4	.589	9.809	89.445			
5	.374	6.230	95.675			
6	.259	4.325	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
BP05: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang trendi	.784
BP06: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersemangat	.847
BP07: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berjiwa muda	.739
BP08: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang unik	.728

BP09: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang inovatif	.752
BP10: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bebas	.726

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 1 components extracted.

3. Dimensi *Competence*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.694
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	71.261
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BP11: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang dapat dipercaya	BP12: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas	BP13: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses	BP14: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri
Anti-image Covariance	BP11: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang dapat dipercaya	.245	-.169	.047	-.172
	BP12: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas	-.169	.387	-.170	.071
	BP13: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses	.047	-.170	.420	-.163
	BP14: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri	-.172	.071	-.163	.273
Anti-image Correlation	BP11: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang	.668(a)	-.550	.148	-.664

dapat dipercaya BP12: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas	- .550	.708(a)	-.421	.218
BP13: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses	.148	-.421	.745(a)	-.482
BP14: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri	-.664	.218	-.482	.670(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	3.027	75.685	75.685	3.027	75.685	75.685
2	.430	10.760	86.445			
3	.411	10.276	96.721			
4	.131	3.279	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
BP11: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang dapat dipercaya	.905
BP12: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas	.844
BP13: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses	.842
BP14: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri	.887

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 1 components extracted.

4. Dimensi *Sophistication*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.590
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	48.842
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		BP15: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berstatus sosial menengah	BP16: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang mempesona	BP17: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin	BP18: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan
Anti-image Covariance	BP15: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berstatus sosial menengah	.535	-.251	-.179	.159
	BP16: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang mempesona	-.251	.581	-.030	-.086
	BP17: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin	-.179	-.030	.290	-.243
	BP18: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan	.159	-.086	-.243	.361
Anti-image Correlation	BP15: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berstatus sosial menengah	.536(a)	-.450	-.454	.362
	BP16: Saya menganggap merek Zara	-.450	.760(a)	-.072	-.187

memiliki kepribadian yang mempesona BP17: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin	-.454	-.072	.588(a)	-.751
BP18: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan	.362	-.187	-.751	.523(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	2.508	62.692	62.692	2.508	62.692	62.692
2	.892	22.290	84.983			
3	.434	10.840	95.823			
4	.167	4.177	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component 1
BP15: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berstatus sosial menengah	.704
BP16: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang mempesona	.786
BP17: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin	.896
BP18: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan	.768

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a 1 components extracted.

5. Dimensi *Brand Loyalty*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,687
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	44,907
	df	10
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

	BL01: Saya beranggapan bahwa zara merupakan pilihan yang terbaik ketika saya ingin membeli produk fashion	BL02: Saya beranggapan bahwa saya merupakan konsumen setia merek Zara	BL03: Saya akan tetap membeli merek Zara diwaktu mendatang	BL04: Saya tidak akan berganti membeli produk fashion merek lainnya (selain Zara), meskipun dengan harga yang lebih murah.	BL05: Saya bersedia merekomendasikan merek Zara kepada orang lain.
Anti-image Covariance					
	,816	-,046	-,060	-,174	,057
	-,046	,490	-,292	,012	,007
	-,060	-,292	,411	-,094	-,074
	-,174	,012	-,094	,515	-,290
	,057	,007	-,074	-,290	,595

Anti-image Correlation	BL01: Saya beranggapan bahwa zara merupakan pilihan yang terbaik ketika saya ingin membeli produk fashion	,799(a)	-,072	-,103	-,269	,082
	BL02: Saya beranggapan bahwa saya merupakan konsumen setia merek Zara	-,072	,646(a)	-,650	,024	,013
	BL03: Saya akan tetap membeli merek Zara diwaktu mendatang	-,103	-,650	,675(a)	-,204	-,149
	BL04: Saya tidak akan berganti membeli produk fashion merek lainnya (selain Zara), meskipun dengan harga yang lebih murah.	-,269	,024	-,204	,693(a)	-,523
	BL05: Saya bersedia merekomendasikan merek Zara kepada orang lain.	,082	,013	-,149	-,523	,691(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	2,656	53,115	53,115	2,656	63,115	63,115
2	,922	18,434	71,549			
3	,806	16,129	87,678			
4	,351	7,022	94,700			
5	,265	5,300	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
BL01: Saya beranggapan bahwa zara merupakan pilihan yang terbaik ketika saya ingin membeli produk fashion	,560
BL02: Saya beranggapan bahwa saya merupakan konsumen setia merek Zara	,734
BL03: Saya akan tetap membeli merek Zara diwaktu mendatang	,837
BL04: Saya tidak akan berganti membeli produk fashion merek lainnya (selain Zara), meskipun dengan harga yang lebih murah.	,785
BL05: Saya bersedia merekomendasikan merek Zara kepada orang lain.	,698

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 4
RELIABILITAS HASIL *PRETEST*

1. Dimensi *Sincerity*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	4

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

2. Dimensi *Excitement*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	6

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

3. Dimensi *Competence*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	4

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

4. Dimensi *Sophistication*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	4

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

5. Dimensi *Brand Loyalty*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,777	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



LAMPIRAN 5
STATISTIK DESKRIPTIF DIMENSI PENELITIAN

1. Dimensi *Sincerity*

Statistics

		Dimensi Sincerity 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahaja	Dimensi Sincerity 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berorientasi pada keluarga	Dimensi Sincerity 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang menyenangkan	Dimensi Sincerity 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,63	3,65	3,74	3,68
Std. Deviation		,800	,833	,836	,815

Dimensi Sincerity 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahaja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Netral/ragu-ragu	42	42,0	42,0	47,0
	Setuju	38	38,0	38,0	85,0
	Sangat Setuju	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Sincerity 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berorientasi pada keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9,0	9,0	9,0
	Netral/ragu-ragu	31	31,0	31,0	40,0
	Setuju	46	46,0	46,0	86,0
	Sangat Setuju	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Sincerity 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang menyenangkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Netral/ragu-ragu	30	30,0	30,0	37,0
	Setuju	45	45,0	45,0	82,0
	Sangat Setuju	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Sincerity 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersahabat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Netral/ragu-ragu	33	33,0	33,0	40,0
	Setuju	45	45,0	45,0	85,0
	Sangat Setuju	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

2. Dimensi Excitement

Statistics

		Dimensi Excitement 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang trendi	Dimensi Excitement 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersemanan	Dimensi Excitement 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berjiwa muda	Dimensi Excitement 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang unik	Dimensi Excitement 5: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang inovatif	Dimensi Excitement 6: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bebas
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4,41	4,20	4,25	4,25	4,14	4,09
Std. Deviation		,683	,765	,730	,770	,817	,740

Dimensi Excitement 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang trendi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Netral/ragu-ragu	5	5,0	5,0	7,0
	Setuju	43	43,0	43,0	50,0
	Sangat Setuju	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Excitement 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bersemangat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral/ragu-ragu	21	21,0	21,0	21,0
	Setuju	38	38,0	38,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Excitement 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berjiwa muda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Netral/ragu-ragu	14	14,0	14,0	15,0
	Setuju	44	44,0	44,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Excitement 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang unik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Netral/ragu-ragu	17	17,0	17,0	18,0
	Setuju	38	38,0	38,0	56,0
	Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Excitement 5: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang inovatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Netral/ragu-ragu	21	21,0	21,0	23,0
	Setuju	38	38,0	38,0	61,0
	Sangat Setuju	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Excitement 6: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang bebas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Netral/ragu-ragu	20	20,0	20,0	21,0
	Setuju	48	48,0	48,0	69,0
	Sangat Setuju	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

3. Dimensi Competence

Statistics

		Dimensi Competence 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang dapat dipercaya	Dimensi Competence 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas	Dimensi Competence 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses	Dimensi Competence 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,96	3,78	3,85	3,92
Std. Deviation		,840	,860	,857	,837

Dimensi Competence 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang dapat dipercaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Netral/ragu-ragu	19	19,0	19,0	25,0
	Setuju	48	48,0	48,0	73,0
	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Competence 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang cerdas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Netral/ragu-ragu	29	29,0	29,0	36,0
	Setuju	43	43,0	43,0	79,0
	Sangat Setuju	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Competence 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sukses

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	5,0
	Netral/ragu-ragu	27	27,0	27,0	32,0
	Setuju	45	45,0	45,0	77,0
	Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Competence 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang percaya diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Netral/ragu-ragu	21	21,0	21,0	27,0
	Setuju	48	48,0	48,0	75,0
	Sangat Setuju	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

4. Dimensi Sophistication

Statistics

		Dimensi Sophistication 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berstatus sosial menengah	Dimensi Sophistication 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang mempesona	Dimensi Sophistication 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin	Dimensi Sophistication 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,06	4,05	3,94	3,82
Std. Deviation		,802	,796	,919	,869

Dimensi Sophistication 1: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang berstatus sosial menengah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Netral/ragu-ragu	14	14,0	14,0	19,0
	Setuju	51	51,0	51,0	70,0
	Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Sophistication 2: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang mempesona

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Netral/ragu-ragu	20	20,0	20,0	23,0
	Setuju	46	46,0	46,0	69,0
	Sangat Setuju	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Sophistication 3: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang feminin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	8	8,0	8,0	9,0
	Netral/ragu-ragu	15	15,0	15,0	24,0
	Setuju	48	48,0	48,0	72,0
	Sangat Setuju	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Sophistication 4: Saya menganggap merek Zara memiliki kepribadian yang sopan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8,0	8,0	8,0
	Netral/ragu-ragu	24	24,0	24,0	32,0
	Setuju	46	46,0	46,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

5. Dimensi Brand Loyalty

Statistics

		Dimensi Brand Loyalty 1: Saya beranggapan bahwa zara merupakan pilihan yang terbaik ketika saya ingin membeli produk fashion	Dimensi Brand Loyalty 2: Saya beranggapan bahwa saya merupakan konsumen setia merek Zara	Dimensi Brand Loyalty 3: Saya akan tetap membeli merek Zara diwaktu mendatang	Dimensi Brand Loyalty 4: Saya tidak akan berganti membeli produk fashion merek lainnya (selain Zara), meskipun dengan harga yang lebih murah.	Dimensi Brand Loyalty 5: Saya bersedia merekomendasikan merek Zara kepada orang lain.
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,90	3,89	3,81	3,71	4,00
Std. Deviation		,810	,875	,907	,977	,841

Dimensi Brand Loyalty 1: Saya beranggapan bahwa zara merupakan pilihan yang terbaik ketika saya ingin membeli produk fashion

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Netral/ragu-ragu	20	20,0	20,0	26,0
	Setuju	52	52,0	52,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Brand Loyalty 2: Saya beranggapan bahwa saya merupakan konsumen setia merek Zara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	5,0
	Netral/ragu-ragu	26	26,0	26,0	31,0
	Setuju	43	43,0	43,0	74,0
	Sangat Setuju	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Brand Loyalty 3: Saya akan tetap membeli merek Zara diwaktu mendatang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Netral/ragu-ragu	31	31,0	31,0	38,0
	Setuju	36	36,0	36,0	74,0
	Sangat Setuju	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Brand Loyalty 4: Saya tidak akan berganti membeli produk fashion merek lainnya (selain Zara), meskipun dengan harga yang lebih murah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	12	12,0	12,0	13,0
	Netral/ragu-ragu	24	24,0	24,0	37,0
	Setuju	41	41,0	41,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dimensi Brand Loyalty 5: Saya bersedia merekomendasikan merek Zara kepada orang lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Netral/ragu-ragu	20	20,0	20,0	25,0
	Setuju	45	45,0	45,0	70,0
	Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN 6
HASIL REGRESI
DIMENSI DALAM KONSTRUK VARIABEL *BRAND PERSONALITY*
TERHADAP *BRAND LOYALTY*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,726(a)	,527	,507	,70215661

a Predictors: (Constant), Dimensi Competence, Dimensi Sincerity, Dimensi Excitement, Dimensi Sophistication

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52,163	4	13,041	26,450	,000(a)
	Residual	46,837	95	,493		
	Total	99,000	99			

a Predictors: (Constant), Dimensi Competence, Dimensi Sincerity, Dimensi Excitement, Dimensi Sophistication

b Dependent Variable: Variabel Brand Loyalty

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
1	(Constant)	-8,59E-017	,070		,000		1,000
	Dimensi Sincerity	,245	,084	,245	2,924		,004
	Dimensi Excitement	-,015	,085	-,015	-,177		,860
	Dimensi Sophistication	,468	,091	,468	5,150		,000
	Dimensi Competence	,176	,087	,176	2,020		,046

a Dependent Variable: Variabel Brand Loyalty