

**LAMPIRAN A**  
**KUISIONER PENELITIAN**

Yth. Saudara/I Responden  
Konsumen Wardah  
di Semarang

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Sayla Mizabissuha, mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* Produk Wardah dengan *Brand Trust* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Produk Wardah di Kota Semarang)”. Oleh karena itu, saya akan melakukan penelitian terhadap masyarakat di Kota Semarang yang berusia minimal 17 tahun yang pernah membeli atau menggunakan produk Wardah. Responden juga dipilih berdasarkan yang pernah membeli atau menggunakan produk Wardah dan aktif berinteraksi melalui ulasan produk di media sosial maupun platform *e-commerce*.

Berkaitan dengan hal tersebut, apabila Saudara/i memenuhi kriteria yang dibutuhkan sebagai responden penelitian ini, saya memohon kesediaan Saudara/I agar dapat meluangkan waktu untuk melakukan pengisian kuisisioner yang telah terlampir sesuai dengan petunjuk pengisian. Kuisisioner ini digunakan untuk keperluan penelitian dan bersifat rahasia sehingga Saudara/I dapat menjawab dengan tepat.

Saya mengucapkan terimakasih atas partisipasi Saudara/i. Semoga Tuhan mempermudah urusan Saudara/i kedepannya. Aamiin

Hormat Saya,



Sayla Mizabissuha

**LAMPIRAN B**  
**PERTANYAAN KUISIONER PENELITIAN**

**A. Pertanyaan Eliminasi**

Petunjuk pengisian:

Silahkan memilih opsi yang menggambarkan kondisi Anda sebenarnya.

1. Apakah Anda berdomisili di Kota Semarang? Ya/ Tidak (berhenti di sini)
2. Apakah Anda pernah membeli dan menggunakan produk Wardah dalam 1 tahun terakhir? Ya / Tidak (berhenti di sini)
3. Apakah Anda aktif menggunakan media sosial (Instagram/TikTok/dll) atau e-commerce (Shopee/Tokopedia/dll) untuk melihat atau memberikan ulasan produk? Ya / Tidak (berhenti di sini)

**B. Identitas Responden**

Petunjuk Pengisian:

Isilah titik-titik dibawah ini dan berikan tanda centang (✓) pada pilihan yang sesuai dengan profil Saudara/i

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki
3. Usia :  17 tahun  23-27  
 18-22  >27
4. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  Wiraswasta  
 PNS/TNI/POLRI  Ibu Rumah Tangga  
 Pegawai Swasta  Lainnya (.....)
5. Pengeluaran per Bulan :  
 < Rp1.000.000  
 Rp1.000.000 – Rp2.000.000

Rp2.000.000 – Rp3.000.000

Rp3.000.000 – Rp4.000.000

> Rp4.000.000

### C. Pertanyaan Penelitian

Petunjuk Pengisian:

Silakan baca setiap pertanyaan dengan saksama dan pilih satu jawaban yang paling mencerminkan persepsi atau pengalaman pribadi Anda. Pengisian dilakukan dengan cara memberikan tanda centang (✓) atau mengklik pilihan jawaban yang sudah disediakan.

#### Keterangan pilihan jawabannya:

1. Sangat Tidak Setuju : STS
2. Tidak Setuju : TS
3. Netral : N
4. Setuju : S
5. Sangat Setuju : SS

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya lebih tertarik membeli produk Wardah ketika banyak ulasan positif dari pengguna lain.					
2.	Saya lebih percaya pada produk Wardah yang memiliki banyak ulasan dari pengguna lain.					
3.	Saya percaya pada ulasan tentang Wardah yang berasal dari pengalaman nyata pengguna.					
4.	Ulasan yang menjelaskan hasil penggunaan produk Wardah membuat saya lebih yakin untuk membelinya.					
5.	Saya merasa produk Wardah memberikan hasil yang memuaskan.					
6.	Kualitas produk Wardah tetap konsisten setiap kali saya menggunakannya.					
7.	Saya percaya produk Wardah selalu memberikan hasil yang dapat diandalkan.					
8.	Saya merasa produk Wardah menawarkan					

	kualitas yang sepadan dengan harganya.					
9.	Saya percaya bahwa merek Wardah menjaga kualitas produknya dengan baik.					
10.	Saya percaya Wardah selalu memberikan produk dengan kualitas yang baik.					
11.	Saya yakin Wardah dapat dipercaya karena kualitas produknya yang konsisten.					
12.	Saya percaya kualitas produk Wardah dapat diandalkan.					
13.	Saya percaya informasi produk yang diberikan Wardah sesuai dengan kenyataannya.					
14.	Saya merasa Wardah sangat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumennya.					
15.	Saya percaya produk Wardah aman karena kualitas dan bahannya terjamin.					
16.	Saya percaya Wardah selalu menjamin keamanan dan kenyamanan konsumennya.					
17.	Saya berminat untuk membeli produk Wardah dalam waktu dekat.					
18.	Saya bersedia merekomendasikan produk Wardah kepada teman atau keluarga.					
19.	Wardah menjadi salah satu pilihan utama saya saat membeli produk kecantikan.					
20.	Saya tertarik mencari lebih banyak informasi tentang produk Wardah sebelum membeli.					

### LAMPIRAN C TABULASI DATA

	EWOM				PQ					BT							PI			
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4
1	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5
2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
8	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
10	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
11	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	3	3	2	4
12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
13	3	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5
14	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
16	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3
17	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	5	5
19	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	2	2	3	3
20	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
22	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
23	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	2	5
26	4	3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	3	3	4	5	5	2	1	1	3
27	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3
28	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
29	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4
30	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	2	4	2	4
31	5	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	2	2	3	4
32	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
33	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5
34	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	3	5
35	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
37	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
38	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
39	5	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
40	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
41	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	1	4	4
42	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	1	2	2	3
43	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5
44	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
45	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
47	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
48	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	2	3
49	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
50	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3
53	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
54	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5
55	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
56	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
58	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	3	4	3	3

59	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5	4	3	3	3	5	
60	3	3	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	
61	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	
62	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	
63	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	
64	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	
65	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
66	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
67	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	
68	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
71	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	2	3	4	3
72	5	4	3	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
75	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	1	1	
76	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
77	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	
78	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	4	
79	3	3	3	3	3	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	
80	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	
81	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
82	5	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
83	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
85	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
86	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	
87	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	
88	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	
89	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	
90	4	4	3	5	2	3	3	4	5	4	4	3	2	3	4	5	4	2	4	4	
91	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	
92	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	
93	4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	4	3	4	5	4	5	2	4	3	4	
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
95	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	
97	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
98	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
99	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	1	3	1	3	
100	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	
102	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
104	5	3	5	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	5	
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	
106	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	2	4	
107	5	1	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	1	3	1	5	
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
109	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
111	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	
112	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	
113	4	3	3	4	5	5	3	5	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	5	5	
114	4	5	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
115	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	
116	3	3	3	3	5	5	5	5	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	5	
117	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	
118	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	
119	3	2	3	3	4	3	4	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	
120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	3	
121	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
122	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	

123	3	2	3	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
124	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4
125	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4
126	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
127	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
128	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
129	3	4	4	3	2	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4
130	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
131	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
133	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	5	4	5	4
134	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
135	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
136	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5
137	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
138	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4
139	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5
140	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	5	4	4	5
141	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5
142	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
143	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	5	4	5	4
144	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2
145	5	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
146	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3
147	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4
148	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3
149	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1
150	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3
151	3	3	3	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5



**LAMPIRAN D**  
**UJI INSTRUMEN MENGGUNAKAN IBM SPSS 29**

**Uji Validitas**

*Electronic Word of Mouth (E-WOM)*

**Correlations**

		EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4	Total_EWOM
EWOM1	Pearson Correlation	1	.399*	.318	.671**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.029	.086	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30
EWOM2	Pearson Correlation	.399*	1	.414*	.489**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.029		.023	.006	<.001
	N	30	30	30	30	30
EWOM3	Pearson Correlation	.318	.414*	1	.451*	.677**
	Sig. (2-tailed)	.086	.023		.012	<.001
	N	30	30	30	30	30
EWOM4	Pearson Correlation	.671**	.489**	.451*	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.006	.012		<.001
	N	30	30	30	30	30
Total_EWOM	Pearson Correlation	.797**	.747**	.677**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30

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

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

SEMARANG  
FEB UNDIP

### Perceived Quality

#### Correlations

		PQ1	PQ2	PQ3	PQ4	PQ5	Total_PQ
PQ1	Pearson Correlation	1	.511**	.613**	.421*	.258	.733**
	Sig. (2-tailed)		.004	<.001	.021	.168	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
PQ2	Pearson Correlation	.511**	1	.683**	.460*	.385*	.799**
	Sig. (2-tailed)	.004		<.001	.010	.036	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
PQ3	Pearson Correlation	.613**	.683**	1	.491**	.487**	.852**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.006	.006	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
PQ4	Pearson Correlation	.421*	.460*	.491**	1	.623**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.021	.010	.006		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
PQ5	Pearson Correlation	.258	.385*	.487**	.623**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.168	.036	.006	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
Total_PQ	Pearson Correlation	.733**	.799**	.852**	.775**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### Brand Trust

#### Correlations

		BT1	BT2	BT3	BT4	BT5	BT6	BT7	Total_BT
BT1	Pearson Correlation	1	.805**	.633**	.668**	.689**	.767**	.644**	.893**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BT2	Pearson Correlation	.805**	1	.699**	.596**	.657**	.554**	.557**	.839**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BT3	Pearson Correlation	.633**	.699**	1	.703**	.600**	.556**	.466**	.807**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.001	.009	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BT4	Pearson Correlation	.668**	.596**	.703**	1	.686**	.476**	.484**	.791**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	.008	.007	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BT5	Pearson Correlation	.689**	.657**	.600**	.686**	1	.711**	.715**	.864**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BT6	Pearson Correlation	.767**	.554**	.556**	.476**	.711**	1	.780**	.831**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	.001	.008	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BT7	Pearson Correlation	.644**	.557**	.466**	.484**	.715**	.780**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	.009	.007	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_BT	Pearson Correlation	.893**	.839**	.807**	.791**	.864**	.831**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

*Purchase Intention***Correlations**

		PI1	PI2	PI3	PI4	Total_PI
PI1	Pearson Correlation	1	.706**	.779**	.308	.882**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.098	<.001
	N	30	30	30	30	30
PI2	Pearson Correlation	.706**	1	.595**	.568**	.883**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30
PI3	Pearson Correlation	.779**	.595**	1	.318	.854**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.086	<.001
	N	30	30	30	30	30
PI4	Pearson Correlation	.308	.568**	.318	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.098	.001	.086		<.001
	N	30	30	30	30	30
Total_PI	Pearson Correlation	.882**	.883**	.854**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30

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

**Uji Reliabilitas**

*Electronic Word of Mouth (E-WOM)*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	4

**FEB UNDIP**

*Perceived Quality*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

*Brand Trust*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	7

*Purchase Intention*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	4

**FEB UNDIP**

**LAMPIRAN E**  
**ANALISIS SEM – PLS MENGGUNAKAN *SmartPLS* 4.1.1.6**

**Evaluasi *Outer Model***

**Uji Validitas Konvergen**

*Outer Loadings*

Outer loadings - Matrix				
	Brand Trust (BT)	Electronic Word of Mouth (EW...	Perceived Quality (PQ)	Purchase Intention (PI)
BT1	0.885			
BT2	0.855			
BT3	0.829			
BT4	0.832			
BT5	0.851			
BT6	0.837			
BT7	0.818			
EWOM1		0.871		
EWOM2		0.842		
EWOM3		0.858		
EWOM4		0.870		
PI1				0.866
PI2				0.836
PI3				0.835
PI4				0.835
PQ1			0.773	
PQ2			0.816	
PQ3			0.824	
PQ4			0.871	
PQ5			0.844	

*Average Variance Extracted (AVE)*

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Brand Trust (BT)	0.933	0.935	0.945	0.713
Electronic Word of Mouth (EWOM)	0.884	0.892	0.919	0.740
Perceived Quality (PQ)	0.885	0.903	0.915	0.683
Purchase Intention (PI)	0.868	0.893	0.907	0.710

## Uji Validitas Diskriminan

### *Heterotrait – Monotrait*

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix				
	Brand Trust (BT)	Electronic Word of Mouth (EW...	Perceived Quality (PQ)	Purchase Intention (PI)
Brand Trust (BT)				
Electronic Word of Mouth (EWOM)	0.608			
Perceived Quality (PQ)	0.738	0.607		
Purchase Intention (PI)	0.521	0.371	0.564	

### *Fornell – Lacker*

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion				
	Brand Trust (BT)	Electronic Word of Mouth (EW...	Perceived Quality (PQ)	Purchase Intention (PI)
Brand Trust (BT)	0.844			
Electronic Word of Mouth (EWOM)	0.556	0.860		
Perceived Quality (PQ)	0.692	0.552	0.826	
Purchase Intention (PI)	0.498	0.335	0.508	0.843

### *Cross Loading*

Discriminant validity - Cross loadings				
	Brand Trust (BT)	Electronic Word of Mouth (EW...	Perceived Quality (PQ)	Purchase Intention (PI)
BT1	0.885	0.525	0.663	0.449
BT2	0.855	0.428	0.639	0.438
BT3	0.829	0.428	0.611	0.442
BT4	0.832	0.401	0.540	0.545
BT5	0.851	0.510	0.554	0.373
BT6	0.837	0.552	0.529	0.354
BT7	0.818	0.449	0.532	0.318
EWOM1	0.545	0.871	0.510	0.290
EWOM2	0.407	0.842	0.390	0.303
EWOM3	0.477	0.858	0.537	0.253
EWOM4	0.467	0.870	0.446	0.311
PI1	0.325	0.231	0.354	0.866
PI2	0.454	0.294	0.507	0.836
PI3	0.308	0.239	0.366	0.835
PI4	0.514	0.329	0.440	0.835
PQ1	0.515	0.449	0.773	0.425
PQ2	0.465	0.369	0.816	0.435
PQ3	0.474	0.398	0.824	0.389
PQ4	0.622	0.515	0.871	0.464
PQ5	0.710	0.511	0.844	0.393

## Uji Reliabilitas

### *Composite Reliability*

Construct reliability and validity - Overview			
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Brand Trust (BT)	0.933	0.935	0.945
Electronic Word of Mouth (EWOM)	0.884	0.892	0.919
Perceived Quality (PQ)	0.885	0.903	0.915
Purchase Intention (PI)	0.868	0.893	0.907

### Evaluasi *Inner Model*

### Uji Multikolinearitas

### *Variance Inflation Factor (VIF)*

Collinearity statistics (VIF) - Outer model - List	
	VIF
BT1	3.351
BT2	3.020
BT3	2.750
BT4	2.668
BT5	3.001
BT6	2.831
BT7	2.565
EWOM1	2.249
EWOM2	2.340
EWOM3	2.245
EWOM4	2.514
PI1	3.155
PI2	1.865
PI3	2.832
PI4	1.694
PQ1	1.950
PQ2	2.289
PQ3	2.371
PQ4	2.787
PQ5	2.245

## Uji Multikolinearitas Antar Variabel

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - Matrix				
	Brand Trust (BT)	Electronic Word of Mouth (EWOM)	Perceived Quality (PQ)	Purchase Intention (PI)
Brand Trust (BT)				1.000
Electronic Word of Mouth (EWOM)	1.438			
Perceived Quality (PQ)	1.438			
Purchase Intention (PI)				

*R* – square

## R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Brand Trust (BT)	0.522	0.516
Purchase Intention (PI)	0.248	0.243

*F* – square

f-square - Matrix				
	Brand Trust (BT)	Electronic Word of Mouth (EWOM)	Perceived Quality (PQ)	Purchase Intention (PI)
Brand Trust (BT)				0.330
Electronic Word of Mouth (EWOM)	0.091			
Perceived Quality (PQ)	0.445			
Purchase Intention (PI)				

*Q*<sup>2</sup> Predict

## PLSpredict LV summary - PLS-SEM

	Q <sup>2</sup> predict	RMSE	MAE
BT	0.499	0.720	0.497
PI	0.223	0.900	0.703

## SRMR

Model fit		
	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.076	0.083
d_ULS	1.216	1.457
d_G	0.491	0.506
Chi-square	431.554	440.368
NFI	0.812	0.809

## Pengujian Hipotesis

*Direct Effect*

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
BT -> PI	0.498	0.502	0.066	7.495	0.000
EWOM -> BT	0.251	0.248	0.084	2.976	0.003
PQ -> BT	0.553	0.558	0.078	7.122	0.000

*Indirect Effect*

Total indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
EWOM -> PI	0.125	0.125	0.047	2.655	0.008
PQ -> PI	0.276	0.281	0.059	4.645	0.000

Uji Interval Konfiden 95% *Path Coefficient*

Path coefficients - Confidence intervals				
	Original sample (O)	Sample mean (M)	2.5%	97.5%
BT -> PI	0.498	0.502	0.369	0.626
EWOM -> BT	0.251	0.248	0.078	0.412
PQ -> BT	0.553	0.558	0.401	0.706

## RMSE dan MAE

PLSpredict MV summary - Overview							
	Q <sup>2</sup> predict	PLS-SEM_RMSE	PLS-SEM_MAE	LM_RMSE	LM_MAE	IA_RMSE	IA_MAE
BT1	0.456	0.585	0.453	0.567	0.427	0.793	0.584
BT2	0.385	0.622	0.470	0.620	0.465	0.793	0.584
BT3	0.360	0.611	0.484	0.625	0.493	0.764	0.522
BT4	0.279	0.674	0.522	0.707	0.538	0.794	0.557
BT5	0.339	0.632	0.479	0.649	0.490	0.778	0.576
BT6	0.337	0.691	0.526	0.681	0.525	0.848	0.688
BT7	0.296	0.653	0.504	0.644	0.491	0.778	0.629
PI1	0.116	0.970	0.783	0.999	0.797	1.031	0.851
PI2	0.198	0.824	0.633	0.828	0.622	0.920	0.685
PI3	0.123	0.983	0.793	1.007	0.782	1.049	0.880
PI4	0.172	0.819	0.636	0.850	0.650	0.900	0.692

