

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH TIKTOK *CAMPAIGN CHALLENGE* TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”

Yth Saudara/Saudari

Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya Gebrillia Dwijayanti Loliwu (212019127) adalah Mahasiswi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana. Saat ini sedang melakukan penelitian skripsi “Pengaruh Tiktok *Campaign Challenge* Terhadap Loyalitas Penggemar Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi”.

Saya mohon bantuan saudara untuk menjadi responden penelitian saya. Di bawah ini merupakan kuesioner yang saya gunakan dalam penelitian tersebut. Saya mohon kesediaan Saudara/Saudari berkenan mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan Saudara/Saudari. Data penelitian ini semata-mata untuk kepentingan pengembangan ilmu dan penelitian saya. Semua data akan diolah secara agregat, tidak secara individual.

Saya ingin memohon bantuan Saudara/Saudari mengisinya secara teliti dan cermat. Setelah mengisi pastikan setiap bagian dari butir kuesioner Saudara/Saudari telah terisi dengan lengkap.

Atas perhatian dan kerjasama yang diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Gebrillia Dwijayanti Loliwu

A. Identitas Responden

1. Nama :

2. Umur :

3. Jenis Kelamin : 1. Pria
2. Wanita
4. Pendidikan Terakhir: 1. SLTP/ SMP...
2. SLTA/ SMA
3. Sarjana
4. Lainnya, sebutkan
5. Status :
- 1 Pelajar
2 Mahasiswa
6. Pekerjaan :
7. Status domisili:
- 1 Tinggal bersama orang tua
2 Kost / kontrak
- Pendapatan / uang saku (rata-rata perbulan) :
- Mempunyai App Tiktok :
- 1 Ya
2 Tidak
- Apakah anda penggemar NCT Dream? :
- 1 Ya
2 Tidak

B. Daftar Pertanyaan

Mohon berkenan memberikan pendapat anda dengan memberi tanda pada jawaban yang tersedia.

SS : Bila Anda Sangat Setuju dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda Setuju dengan pernyataan tersebut

N : Bila Anda Netral dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda Tidak Setuju dengan pernyataan tersebut

STS : Bila Anda Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan tersebut

No	Keputusan Pembelian	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memutuskan membeli album Beatbox NCT Dream setelah mengumpulkan dan mengetahui informasi album tersebut.					
2	Kecintaan saya kepada NCT Dream mempengaruhi keputusan saya dalam membeli album Beatbox NCT Dream.					
3	Saya membeli album Beatbox NCT Dream karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.					
4	Saya memutuskan membeli album Beatbox NCT Dream dan merekomendasikan kepada orang lain.					

Tiktok Campaign Challenge

1	Tiktok <i>Campaign Challenge</i> #BringYourBeatbox NCT Dream memberikan informasi dan manfaat yang mudah untuk dipahami.					
2	Tiktok <i>Campaign Challenge</i> #BringYourBeatbox NCT Dream mampu bersaing dengan <i>Campaign</i> lainnya karena menarik.					
3	Saya tertarik dengan Tiktok <i>Campaign Challenge</i> #BringYourBeatbox NCT Dream karena penerapan kampanye tersebut simpel dan menarik.					

4 Tiktok *Campaign Challenge*
#BringYourBeatbox NCT Dream
menyampaikan pesan yang sesuai
dengan karakter dari para penonton.

5 Tiktok *Campaign Challenge*
#BringYourBeatbox NCT Dream
mampu menyampaika pesan dan
menarik perhatian penonton.

Fanatisme

1 Saya mendukung kegiatan idola saya
dan lebih memprioritaskan idola
dibanding diri saya sendiri.

2 Saya marah jika idola saya memiliki
kekasih.

3 Saya sudah mengikuti NCT Dream
lebih dari 1 tahun.

4 Saya merasa idola saya lebih hebat dari
siapapun, sekalipun idola saya
mempunyai reputasi yang buruk.

5 Saya tidak peduli dengan omongan
orang lain terhadap idola saya, saya
akan tetap membela idola saya.

Perilaku Konsumtif

1 Saya membeli album Beatbox NCT
Dream karena diimingi benefit
photocards.

2 Saya membeli album Beatbox NCT
Dream karena tampilan yang menarik
dan lucu.

3 Saya membeli album Beatbox NCT
Dream untuk melindungi status dan
penampilan saya

4 Saya membeli album Beatbox NCT
Dream bukan karena harganya,
manfaat atau kegunaan.

5 Saya tertarik membeli album Beatbox NCT Dream untuk mempertahankan status saya.

6 Saya membeli album Beatbox NCT Dream karena pengaruh dari iklan *Campaign Challenge* #BringYourBeatbox NCT Dream.

7 Saya menilai membeli album Beatbox NCT Dream dengan harga yang mahal dapat menambah rasa percaya diri.

Loyalitas Penggemar

1 Saya memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan pembelian ulang produk NCT Dream.

2 Saya sudah berulang kali membeli produk NCT Dream.

3 Saya selalu menyukai produk NCT Dream.

4 Saya selalu memilih membeli produk dari NCT Dream daripada produk yang lain.

5 Produk NCT Dream selalu baik dan bagus.

6 Saya selalu merekomendasikan kepada orang lain produk NCT Dream

Data Responden Mentah

Y1	Y2	Y3	Y4	Total	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
4	4	4	5	17	4	4	2	2	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	3	4	17	4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	8	5	5	5	5	5	25
2	1	4	3	10	5	5	5	5	5	25

3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	14	4	5	4	3	4	20
4	5	4	4	17	4	4	3	3	5	19
4	4	3	4	15	5	5	4	4	3	21
5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	15	3	4	4	3	4	18
5	5	5	2	17	5	5	5	5	5	25
5	4	4	3	16	4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	14	3	4	3	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
1	1	1	1	4	2	3	1	2	2	10
5	5	4	4	18	3	5	4	4	4	20
3	2	4	3	12	4	4	3	4	3	18
4	5	4	4	17	5	5	5	3	4	22
4	5	4	4	17	5	5	5	3	4	22
4	5	4	4	17	5	5	5	3	4	22
4	5	4	4	17	5	5	5	3	4	22
5	5	5	4	19	4	5	4	5	4	22
3	4	4	3	14	4	4	3	3	3	17
3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	20
4	5	3	4	16	5	4	4	3	4	20
4	5	4	5	18	4	5	4	5	5	23
5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	24
4	5	3	4	16	3	4	4	3	5	19
4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	19	3	4	4	3	3	17
4	5	5	3	17	3	4	4	3	4	18
4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
5	4	4	1	14	5	5	5	4	4	23

5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	23
3	4	4	2	13	5	5	4	4	4	22
4	4	3	3	14	5	5	4	4	4	22
4	5	3	4	16	4	5	5	5	5	24
5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
5	5	5	2	17	5	5	5	4	4	23
5	4	4	4	17	3	5	5	5	5	23
4	5	4	3	16	5	5	4	4	4	22
5	5	5	3	18	5	5	4	3	4	21
4	5	4	4	17	4	5	5	5	5	24
2	2	4	3	11	4	4	4	4	4	20
5	5	5	2	17	5	5	5	5	5	25
4	5	4	3	16	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
3	5	3	4	15	4	4	4	3	5	20
4	3	5	5	17	4	3	4	5	3	19
4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	13	3	4	4	3	4	18
4	5	4	3	16	4	5	4	3	4	20
4	5	3	3	15	3	4	4	3	4	18
5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	22
4	5	4	5	18	5	5	5	4	5	24
5	5	5	2	17	5	5	5	4	5	24
5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	18	5	5	5	4	5	24
4	4	5	3	16	3	3	3	3	3	15
4	5	5	2	16	4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	16	5	5	4	4	4	22
5	5	5	3	18	5	5	4	3	4	21
4	5	4	4	17	4	5	5	5	5	24
2	2	4	3	11	4	4	4	4	4	20
5	5	5	2	17	5	5	5	5	5	25

4	5	4	3	16	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
3	5	3	4	15	4	4	4	3	5	20
4	3	5	5	17	4	3	4	5	3	19
4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	13	3	4	4	3	4	18
4	5	4	3	16	4	5	4	3	4	20
4	5	3	3	15	3	4	4	3	4	18
5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	22
4	5	4	5	18	5	5	5	4	5	24
5	5	5	2	17	5	5	5	4	5	24
5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	18	5	5	5	4	5	24
4	4	5	3	16	3	3	3	3	3	15
4	5	5	2	16	4	4	4	4	4	20
5	5	5	2	17	5	5	5	4	4	23
5	4	4	4	17	3	5	5	5	5	23
4	5	4	3	16	5	5	4	4	4	22
5	5	5	3	18	5	5	4	3	4	21
4	5	4	4	17	4	5	5	5	5	24
2	2	4	3	11	4	4	4	4	4	20
5	5	5	2	17	5	5	5	5	5	25
4	5	4	3	16	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
3	5	3	4	15	4	4	4	3	5	20
4	3	5	5	17	4	3	4	5	3	19
4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	13	3	4	4	3	4	18
4	5	4	3	16	4	5	4	3	4	20
4	5	3	3	15	3	4	4	3	4	18

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
4	5	4	4	2	19

2	1	5	3	4	15
3	1	5	3	3	15
3	2	4	2	2	13
2	3	5	3	3	16
3	1	5	1	3	13
5	2	5	3	4	19
1	1	4	1	3	10
3	1	5	3	3	15
5	4	4	3	4	20
2	2	4	2	3	13
3	4	5	1	4	17
4	4	5	2	1	16
2	2	4	2	2	12
1	1	2	2	1	7
1	1	5	3	3	13
1	1	1	1	1	5
2	2	5	2	4	15
1	1	1	1	1	5
5	4	3	3	5	20
5	4	3	3	5	20
5	4	3	3	5	20
5	4	3	3	5	20
5	4	5	4	5	23
2	2	3	4	4	15
3	2	5	3	3	16
2	1	4	2	3	12
2	2	5	3	5	17
2	1	5	2	3	13
2	2	5	3	4	16
2	1	5	1	2	11
2	1	5	3	4	15
3	1	5	3	4	16

2	1	5	2	3	13
3	1	5	2	3	14
1	1	4	2	4	12
4	4	4	4	4	20
4	2	5	4	4	19
5	1	4	2	2	14
2	1	4	2	3	12
4	3	5	3	3	18
3	1	5	2	2	13
2	2	4	3	3	14
2	1	5	1	3	12
3	2	5	3	3	16
2	1	5	3	3	14
5	1	5	3	2	16
2	1	5	1	1	10
2	1	2	2	3	10
2	2	5	2	3	14
1	2	5	2	3	13
4	1	5	3	4	17
1	3	5	2	3	14
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20
2	3	5	2	3	15
2	1	5	2	3	13
1	1	5	2	3	12
5	1	5	1	1	13
2	1	5	2	3	13
2	1	5	1	3	12
3	3	3	3	5	17
1	1	5	1	3	11
1	3	5	3	3	15
2	1	5	2	2	12

2	1	5	3	3	14
5	1	5	3	2	16
2	1	5	1	1	10
2	1	2	2	3	10
2	2	5	2	3	14
1	2	5	2	3	13
4	1	5	3	4	17
1	3	5	2	3	14
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20
2	3	5	2	3	15
2	1	5	2	3	13
1	1	5	2	3	12
5	1	5	1	1	13
2	1	5	2	3	13
2	1	5	1	3	12
3	3	3	3	5	17
1	1	5	1	3	11
1	3	5	3	3	15
2	1	5	2	2	12
2	1	5	1	3	12
3	2	5	3	3	16
2	1	5	3	3	14
5	1	5	3	2	16
2	1	5	1	1	10
2	1	2	2	3	10
2	2	5	2	3	14
1	2	5	2	3	13
4	1	5	3	4	17
1	3	5	2	3	14
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20

2	3	5	2	3	15
2	1	5	2	3	13
1	1	5	2	3	12

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
 repository.uksw.edu

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Total
	2	1	2	2	4	2	2	15
	4	5	3	5	3	5	3	28
	4	4	4	4	3	3	3	25
	3	4	3	3	3	4	4	24
	2	2	1	2	1	2	1	11
	3	3	1	1	1	1	1	11
	3	3	3	3	3	3	3	21
	5	5	1	3	2	1	1	18
	3	4	4	3	3	3	4	24
	5	5	4	4	3	4	5	30
	2	5	2	5	2	5	3	24
	3	3	3	3	2	3	2	19
	4	5	1	5	2	4	1	22
	4	4	2	4	2	4	3	23
	5	3	1	4	1	3	4	21
	4	5	3	3	3	3	2	23
	1	1	1	1	1	1	1	7
	5	5	2	4	4	4	2	26
	3	2	1	1	1	4	1	13
	4	3	4	5	5	5	4	30
	4	3	4	5	5	5	4	30
	4	3	4	5	5	5	4	30
	4	3	4	5	5	5	4	30
	5	5	4	4	5	4	5	32
	4	4	2	4	2	3	3	22
	5	5	2	4	2	3	1	22
	4	3	1	3	2	3	2	18

5	5	3	4	4	3	1	25
5	5	4	3	3	4	3	27
3	4	2	5	2	2	2	20
4	4	2	4	1	4	3	22
4	4	3	4	3	3	2	23
3	5	1	3	1	3	2	18
4	5	2	3	2	3	2	21
5	5	3	5	2	2	2	24
3	5	4	2	3	2	2	21
4	4	4	4	4	4	2	26
4	5	1	4	1	2	1	18
4	5	2	3	2	4	1	21
4	4	2	2	2	3	2	19
3	4	3	3	2	4	1	20
4	4	2	3	2	3	2	20
3	5	2	3	2	2	2	19
5	5	2	4	2	2	2	22
2	5	1	4	1	3	1	17
3	4	3	4	3	3	3	23
5	5	2	3	2	3	2	22
3	5	1	3	4	5	1	22
2	5	2	5	2	2	2	20
4	5	2	2	2	3	2	20
4	4	3	3	3	3	3	23
4	5	2	2	1	3	2	19
3	3	1	5	1	4	3	20
3	3	3	3	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	3	4	2	2	2	21
4	5	2	3	1	3	1	19
4	5	2	3	2	3	1	20
3	3	3	3	3	3	1	19

5	3	3	5	3	4	4	27
2	5	2	3	2	4	2	20
5	5	5	5	4	3	4	31
4	4	2	4	3	2	3	22
1	5	1	2	1	1	1	12
2	4	1	4	2	2	1	16
3	4	3	4	3	3	3	23
5	5	2	3	2	3	2	22
3	5	1	3	4	5	1	22
2	5	2	5	2	2	2	20
4	5	2	2	2	3	2	20
4	4	3	3	3	3	3	23
4	5	2	2	1	3	2	19
3	3	1	5	1	4	3	20
3	3	3	3	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	3	4	2	2	2	21
4	5	2	3	1	3	1	19
4	5	2	3	2	3	1	20
3	3	3	3	3	3	1	19
5	3	3	5	3	4	4	27
2	5	2	3	2	2	2	20
5	5	5	5	4	3	4	31
4	4	2	4	3	2	3	22
1	5	1	2	1	1	1	12
2	4	1	4	2	2	1	16
5	5	2	4	2	2	2	22
2	5	1	4	1	3	1	17
3	4	3	4	3	3	3	23
5	5	2	3	2	3	2	22
3	5	1	3	4	5	1	22
2	5	2	5	2	2	2	20

4	5	2	2	2	3	2	20
4	4	3	3	3	3	3	23
4	5	2	2	1	3	2	19
3	3	1	5	1	4	3	20
3	3	3	3	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	3	4	2	2	2	21
4	5	2	3	1	3	1	19
4	5	2	3	2	3	1	20
Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Total	
4	2	2	4	2	4	18	
5	5	5	5	5	5	30	
4	4	4	3	4	4	23	
4	4	4	4	4	4	24	
3	3	5	4	5	3	23	
1	1	5	3	3	3	16	
4	3	4	3	4	4	22	
4	4	3	3	4	3	21	
4	3	3	3	5	4	22	
5	5	4	4	5	5	28	
4	3	5	5	5	5	27	
4	5	3	2	3	3	20	
5	5	2	4	4	2	22	
4	4	4	4	4	4	24	
3	2	3	1	3	2	14	
3	4	5	3	5	4	24	
1	1	1	1	1	1	6	
4	4	5	5	5	5	28	
1	1	3	3	3	4	15	
5	5	5	5	4	5	29	

5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	5	29
4	4	5	5	5	5	28
3	2	3	2	3	3	16
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	5	4	3	24
4	3	3	2	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
5	1	3	2	4	3	18
5	5	5	3	5	5	28
3	2	3	2	2	2	14
4	3	4	4	4	5	24
5	4	4	3	4	4	24
4	4	4	2	3	3	20
5	5	5	5	5	3	28
5	4	5	5	5	4	28
4	5	4	3	3	3	22
5	5	3	5	5	3	26
5	5	4	3	4	4	25
4	2	3	2	4	4	19
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24

4	3	4	5	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	5	5	3	24
4	4	4	4	4	3	23
3	3	5	4	5	4	24
2	2	4	3	4	3	18
3	4	3	3	3	3	19
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	2	5	4	25
5	3	5	5	5	5	28
4	5	3	3	4	4	23
3	3	4	3	3	3	19
4	4	4	2	4	3	21
4	5	4	3	3	3	22
5	5	3	5	5	3	26
5	5	4	3	4	4	25
4	2	3	2	4	4	19
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	5	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	5	5	3	24
4	4	4	4	4	3	23
3	3	5	4	5	4	24
2	2	4	3	4	3	18
3	4	3	3	3	3	19
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	2	5	4	25
5	3	5	5	5	5	28

4	5	3	3	4	4	23
3	3	4	3	3	3	19
4	4	4	2	4	3	21
5	5	5	5	5	3	28
5	4	5	5	5	4	28
4	5	4	3	3	3	22
5	5	3	5	5	3	26
5	5	4	3	4	4	25
4	2	3	2	4	4	19
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	5	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	5	5	3	24
4	4	4	4	4	3	23
3	3	5	4	5	4	24
2	2	4	3	4	3	18
3	4	3	3	3	3	19

Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12.30	4.148	.628	.427	.618
Y2	12.17	4.144	.638	.515	.614
Y3	12.97	4.171	.491	.407	.689
Y4	12.87	4.051	.393	.243	.766

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.732	.750	4

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tiktok Campaign Challenge

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.80	4.786	.450	.336	.790
X1.2	17.43	4.047	.767	.663	.689
X1.3	17.63	4.240	.680	.598	.719
X1.4	17.70	4.562	.447	.371	.797
X1.5	17.57	4.530	.548	.472	.761

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.792	.796	5

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Fanatisme

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.23	6.116	.515	.278	.660
X2.2	12.87	6.120	.506	.319	.663
X2.3	9.73	7.720	.369	.180	.719
X2.4	12.13	4.740	.593	.369	.628
X2.5	11.17	5.937	.475	.280	.675

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.720	.725
		5

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	18.63	11.964	.495	.590	.776
X3.2	18.00	13.724	.387	.439	.790
X3.3	20.27	12.616	.578	.640	.756
X3.4	17.90	14.990	.379	.381	.792
X3.5	20.23	12.530	.582	.616	.755
X3.6	19.40	12.455	.522	.465	.767
X3.7	20.17	10.764	.742	.744	.717

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.793	.792
		7

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Penggemar

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1	20.40	10.869	.485	.472	.797
Z2	20.10	10.162	.575	.481	.777
Z3	20.10	10.024	.687	.537	.754
Z4	20.80	9.890	.569	.420	.780
Z5	20.13	11.154	.456	.418	.802

Z6	20.30	9.803	.648	.471	.760
----	-------	-------	------	------	------

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.809	.809	6

Uji Deskriptif

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.42300776
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.052
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Tolerance
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.054	1.288		7.028	.000	
	Tiktok Campaign	.237	.057	.378	4.144	.000	.918
	Fanatisme	.078	.052	.152	1.508	.135	.758
	Perilaku Konsumtif	.062	.038	.169	1.623	.108	.703

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas Spearman Rho

Correlations

			X1	X2	X3	Z	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1	-0.031	0.173	.534**	-0.095
		Sig. (2-tailed)	.	0.762	0.085	0	0.345
		N	100	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	-0.031	1	.307**	.307**	-0.028
		Sig. (2-tailed)	0.762	.	0.002	0.002	0.782
		N	100	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	0.173	.307**	1	.476**	-0.194
		Sig. (2-tailed)	0.085	0.002	.	0	0.053
		N	100	100	100	100	100
	Z	Correlation Coefficient	.534**	.307**	.476**	1	-0.182
		Sig. (2-tailed)	0	0.002	0	.	0.07
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-0.095	-0.028	-0.194	-0.182	1
		Sig. (2-tailed)	0.345	0.782	0.053	0.07	.
		N	100	100	100	100	100

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

Uji Autokorelasi Run Test

	Unstandardized Residual
Test Value	.31475
Cases < Test Value	48
Cases >= Test Value	52
Total Cases	100

Number of Runs	43
Z	-1.595
Asymp. Sig. (2-tailed)	.111

Uji Deskriptif Variabel

No	Indikator Keputusan Pembelian	Mean	Kategori
1	Saya memutuskan membeli album Beatbox NCT Dream setelah mengumpulkan dan mengetahui informasi album tersebut.	4.14	Tinggi
2	Kecintaan saya kepada NCT Dream mempengaruhi keputusan saya dalam membeli album Beatbox NCT Dream	4.37	Sangat Tinggi
3	Saya membeli album Beatbox NCT Dream karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.	4.02	Tinggi
4	Saya memutuskan membeli album Beatbox NCT Dream dan merekomendasikan kepada orang lain.	3.51	Tinggi
Rata-rata keputusan pembelian		4.01	Tinggi

No	Indikator Tiktok Campaign Challenge	Mean	Kategori
1	Tiktok Campaign Challenge #BringYourBeatbox NCT Dream memberikan informasi dan manfaat yang mudah untuk dipahami.	4.18	Tinggi
2	Tiktok Campaign Challenge #BringYourBeatbox NCT Dream	4.42	Sangat Tinggi

	mampu bersaing dengan <i>Campaign</i> lainnya karena menarik.		
3	Saya tertarik dengan Tiktok <i>Campaign Challenge</i> #BringYourBeatbox NCT Dream karena penerapan kampanye tersebut simpel dan menarik.	4.19	Tinggi
4	Tiktok <i>Campaign Challenge</i> #BringYourBeatbox NCT Dream menyampaikan pesan yang sesuai dengan karakter dari para penonton.	3.92	Tinggi
5	Tiktok <i>Campaign Challenge</i> #BringYourBeatbox NCT Dream mampu menyampaikan pesan dan menarik perhatian penonton.	4.19	Tinggi
Rata-rata Tiktok <i>Campaign Challenge</i>		4.18	Tinggi

No	Indikator Fanatisme	Mean	Kategori
1	Saya mendukung kegiatan idola saya dan lebih memprioritaskan idola dibanding diri saya sendiri.	2.58	Cukup
2	Saya marah jika idola saya memiliki kekasih.	1.89	Rendah
3	Saya sudah mengikuti NCT Dream lebih dari 1 tahun.	4.45	Sangat Tinggi
4	Saya merasa idola saya lebih hebat dari siapapun, sekalipun idola saya mempunyai reputasi yang buruk.	2.38	Rendah
5	Saya tidak peduli dengan omongan orang lain terhadap idola saya, saya akan tetap membela idola saya.	3.05	Tinggi
Rata-rata fanatisme		2.87	Cukup

No	Pertanyaan	Mean	Kategori
1	Saya membeli album Beatbox NCT Dream karena diimingi benefit photocards.	3.63	Tinggi
2	Saya membeli album Beatbox NCT Dream karena tampilan yang menarik dan lucu.	4.17	Tinggi
3	Saya membeli album Beatbox NCT Dream untuk melindungi status dan penampilan saya	2.37	Rendah
4	Saya membeli album Beatbox NCT Dream bukan karena harganya, manfaat atau kegunaan.	3.50	Tinggi
5	Saya tertarik membeli album Beatbox NCT Dream untuk mempertahankan status saya.	2.43	Rendah
6	Saya membeli album Beatbox NCT Dream karena pengaruh dari iklan <i>Campaign Challenge</i> #BringYourBeatbox NCT Dream.	3.14	Cukup
7	Saya menilai membeli album Beatbox NCT Dream dengan harga yang mahal dapat menambah rasa percaya diri.	2.28	Rendah
Rata-rata perilaku konsumtif		3.07	Cukup

No	Indikator Loyalitas Penggemar	Mean	Kategori
1	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan pembelian ulang produk NCT Dream.	4.02	Tinggi
2	Saya sudah berulang kali membeli produk NCT Dream.	3.81	Tinggi
3	Saya selalu menyukai produk NCT Dream.	4.00	Tinggi

4	Saya selalu memilih membeli produk dari NCT Dream daripada produk yang lain.	3.73	Tinggi
5	Produk NCT Dream selalu baik dan bagus.	4.13	Tinggi
6	Saya selalu merekomendasikan kepada orang lain produk NCT Dream	3.81	Tinggi
Rata-rata loyalitas penggemar		3.81	Tinggi

Uji Regresi Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.162	2.338

a. Predictors: (Constant), Tiktok Campaign Challenge

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.241	1	110.241	20.171	.000 ^b
	Residual	535.599	98	5.465		
	Total	645.840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Tiktok Campaign Challenge

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.704	1.871		4.118	.000
	Tiktok Campaign Challenge	.399	.089	.413	4.491	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.435	3.397

a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	891.987	1	891.987	77.289	.000 ^b
	Residual	1131.013	98	11.541		
	Total	2023.000	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Penggemar

b. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.650	2.171		2.142	.035
	Keputusan Pembelian	.175	.134	.664	8.791	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Penggemar

Uji Regresi Linear Berganda dengan Moderasi MRA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 ^a	.353	.332	2.087

a. Predictors: (Constant), Tiktok *Campaign Challenge**Fanatisme, Tiktok *Campaign Challenge*, Fanatisme

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-14.476	5.312		-2.725	.008
	Tiktok <i>Campaign Challenge</i>	1.363	.265	1.412	5.146	.000
	Fanatisme	1.790	.406	2.259	4.407	.000
	Tiktok <i>Campaign Challenge</i> *Fanatisme	-.079	.020	-2.324	-3.908	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	.573 ^a	.328	.307	2.126
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Tiktok *Campaign Challenge**Perilaku Konsumtif, Tiktok *Campaign Challenge*, Perilaku Konsumtif

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.643	4.917		1.351	.180
	Tiktok <i>Campaign Challenge</i>	.206	.242	.214	.851	.397
	Perilaku Konsumtif	.140	.267	.247	.524	.601
	Tiktok <i>Campaign Challenge</i> *Perilaku Konsumtif	.005	.013	.207	.357	.722

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Regresi dengan Variabel Intervening

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.554	3.020

a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian, Tiktok *Campaign Challenge*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.537	2.618		-1.733	.086
	Tiktok <i>Campaign Challenge</i>	.655	.126	.383	5.195	.000
	Keputusan Pembelian	.895	.131	.506	6.859	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Penggemar

