

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

**LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Sebelumnya saya mengucapkan mohon maaf apabila kegiatan yang saya lakukan mengganggu aktivitas yang yang saudara/i sedang lakukan.

Saya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo sedang menyusun pengerjaan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Perceived value* & Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Motor Yamaha” (Survei Pada Pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo). Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya memohon kesediaan dari saudara/i untuk meluangkan waktu menjawab pertanyaan berikut.

Keberhasilan saya dalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari partisipasi saudara/i. jawaban saudara/i akan saya jaga kerahasiaannya, karena semata-mata hanya untuk kepentingan akademik. Atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya

Ihza Rahmad Madani Ramadhani

KARAKTERISTIK RESPONDEN

- 1) Nama :
- 2) Usia :....thn
- 3) Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
- 4) Pendidikan Terakhir : a. SMP c. Diploma
b. SMA d. S1
e. S2 f. Lainnya
- 5) Pekerjaan anda saat ini :
 - a. Pelajar/Mahasiswa d. Wiraswasta
 - b. Swasta e. Lainnya
 - c. PNS
- 6) Selama 1 tahun terakhir berapa kali anda berkunjung ke Dealer Mataram Sakti Ponorogo.....
- 7) Produk atau layanan apa yang biasa anda beli di Dealer Mataram Sakti Ponorogo.....

Pertunjuk Pengisian :

1. Jawablah masing-masing pertanyaan berikut ini sesuai dengan keadaan/perasaan dari saudara/i mengenai “Pengaruh *Experiental Marketing, Perceived value & Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Motor Yamaha*” (Survei Pada Pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo).
2. **Pilihlah** salah satu jawaban dari 1 – 5 dengan memberikan centang/*checklist* (✓) pada salah satu jawaban yang tersedia sesuai keadaan/perasaan dari saudara/i
3. Keterangan jawaban sebagai berikut :
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

1. **(X1) *Experiential Marketing* (Pemasaran Pengalaman)**
Tanggapan Responden Mengenai *Experiential Marketing* di Dealer Yamaha Mataram Sakti Ponorogo.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Model/tipe dari sepeda motor Yamaha Dealer Mataram Sakti Ponorogo sudah sesuai dengan yang saya inginkan					
2	Saya merasa nyaman melakukan service motor di Dealer Yamaha Mataram Sakti Ponorogo					
3	Dealer Mataram Sakti Ponorogo selama ini memberikan solusi atas keluhan konsumen					
4	Dealer Mataram Sakti Ponorogo selama ini memberikan pelayanan purna jual yang memuaskan					
5	Menjadi pengguna sepeda motor Yamaha membantu saya menambah relasi dalam komunitas motor					

2. **(X2) *Perceived Value* (Nilai Yang Dirasakan)**

Tanggapan Responden Mengenai Nilai Yang Dirasakan di Dealer Yamaha Mataram Sakti Ponorogo.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Motor Yamaha yang anda beli di Dealer Mataram Sakti Ponorogo memiliki performa berkendara yang handal					
2	Saya merasa puas dengan produk sepeda motor Yamaha dari Dealer Mataram Sakti Ponorogo					
3	Harga sepeda motor merek Yamaha yang ditawarkan pada Dealer Mataram Sakti Ponorogo sudah sesuai dengan kualitasnya					
4	Menggunakan produk sepeda motor merek Yamah menunjang kepercayaan diri saya					

3. **(X3) Ekuitas Merek**
Tanggapan Responden Mengenai Ekuitas Merek di Dealer Yamaha Mataram Sakti Ponorog

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya dapat mengenali sepeda motor Yamaha diantara merek-merek sepeda motor lainnya					
2	Produk sepeda motor Yamaha memiliki kualitas yang baik					

	sehingga menjadi alasan orang-orang membelinya.					
3	Yamaha merupakan merek sepeda motor yang terdepan dalam melakukan inovasi					
4	Sepeda motor merek Yamaha merupakan pilihan pertama saya dalam pembelian sepeda motor					

4. **(Y) Minat Pembelian Ulang**
Tanggapan Responden Mengenai Minat Pembelian Ulang di Dealer
Yamaha Mataram Sakti Ponorogo

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Dimasa yang akan datang saya akan melakukan pembelian ulang sepeda motor di Dealer Mataram Sakti Ponorogo					
2	Saya akan merekomendasikan pembelian sepeda motor di Dealer Mataram Sakti Ponorogo kepada orang lain					
3	Dealer Yamaha Mataram Sakti Ponorogo menjadi pilihan utama konsumen saat ingin membeli sepeda motor merek Yamaha					
4	Saya akan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin					

	tentang tipe/jenis sepeda motor merek Yamaha yang akan saya beli					
--	---	--	--	--	--	--



Lampiran 2 Tabulasi Data Tanggapan Responden

Tabulasi Data Tanggapan Responden

N	Experiental Marketing						Perceived value					Ekuitas Merek					Minat Pembelian Ulang				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TotalX2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TotalX3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TotalY
1	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	4	4	3	15
2	5	3	4	3	4	19	3	3	3	4	13	4	3	5	5	17	5	5	4	5	19
3	4	4	5	4	3	20	3	4	4	3	14	5	4	4	3	16	3	3	3	4	13
4	4	4	4	3	3	18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
6	4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	14	5	4	4	3	16	3	3	3	5	14
7	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
8	4	3	3	3	4	17	3	4	3	3	13	4	4	4	3	15	3	3	2	3	11
9	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
10	5	5	4	4	3	21	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	3	4	3	5	15
11	5	5	5	4	4	23	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	3	3	4	4	14
12	5	4	4	5	4	22	3	4	4	3	14	4	3	3	2	12	3	5	3	5	16
13	4	4	2	4	4	18	4	4	3	4	15	3	3	4	5	15	3	3	3	4	13
14	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
15	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
16	4	2	4	3	4	17	3	3	3	5	14	5	5	4	5	19	4	3	2	5	14
17	5	4	5	5	5	24	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18	4	4	3	5	16
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	4	5	4	4	17
19	5	5	5	3	3	21	4	4	4	5	17	5	5	4	3	17	3	3	4	5	15
20	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	14	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12

21	5	5	4	5	4	23	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
22	5	2	3	3	5	18	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	4	3	3	5	15
23	4	3	4	3	4	18	5	4	4	5	18	3	5	5	2	15	3	4	4	3	14
24	4	5	4	4	2	19	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
25	4	4	3	3	3	17	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	3	3	4	14
26	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
27	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
28	4	4	5	5	3	21	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
29	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
30	5	5	5	3	3	21	5	4	4	5	18	3	5	5	5	18	5	5	5	3	18
31	4	3	3	3	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	2	14	3	3	3	4	13
32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19
34	4	5	5	5	3	22	4	4	5	4	17	3	5	5	3	16	3	4	3	3	13
35	5	5	5	3	3	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	3	3	3	5	14
36	5	5	5	5	3	23	5	5	5	4	19	3	4	4	3	14	4	4	4	3	15
37	4	3	3	4	4	18	3	4	4	5	16	5	5	5	4	19	4	5	3	5	17
38	4	4	5	3	3	19	3	4	4	3	14	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13
39	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17
40	4	5	5	4	5	23	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
41	4	3	3	3	4	17	3	3	3	4	13	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13
42	4	3	3	4	3	17	4	4	4	3	15	4	4	3	3	14	4	4	4	3	15
43	4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18	4	3	4	5	16
44	4	5	4	3	4	20	4	5	3	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
45	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	3	3	4	4	14
46	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14

47	5	5	4	3	3	20	4	3	4	3	14	3	3	4	3	13	3	3	3	4	13
48	5	4	4	3	4	20	5	5	5	4	19	5	4	3	2	14	3	5	4	5	17
49	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	4	5	4	16	3	3	3	5	14
50	4	4	3	3	4	18	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
51	5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	18	3	5	4	3	15	3	4	5	4	16
52	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17
53	5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18
54	5	5	4	5	3	22	5	5	5	3	18	5	5	4	5	19	3	4	5	5	17
55	5	4	4	4	2	19	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	4	3	4	1	12
56	5	5	3	4	2	19	5	5	4	4	18	5	3	4	5	17	3	4	3	5	15
57	4	4	4	3	4	19	5	5	4	3	17	5	5	4	4	18	4	4	3	5	16
58	5	4	4	3	4	20	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18	4	3	4	4	15
59	5	4	4	3	3	19	4	5	4	4	17	4	4	3	5	16	4	5	5	5	19
60	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
61	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	15	4	5	5	4	18	3	4	4	4	15
62	5	4	3	3	5	20	3	4	5	3	15	4	4	4	3	15	3	4	3	5	15
63	4	5	5	4	3	21	4	5	4	4	17	5	5	5	3	18	5	4	3	4	16
64	4	3	4	4	5	20	4	4	3	5	16	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
65	4	5	4	5	4	22	4	3	3	4	14	5	4	4	4	17	3	4	3	5	15
66	5	3	4	4	3	19	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
67	4	4	4	5	4	21	3	4	5	4	16	3	4	5	3	15	5	5	4	4	18
68	5	4	4	5	3	21	5	5	4	3	17	4	5	4	4	17	4	3	3	4	14
69	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18
70	4	4	5	4	3	20	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
71	4	3	4	4	4	19	5	5	5	3	18	5	5	4	3	17	4	4	3	4	15
72	5	4	5	4	4	22	5	5	3	3	16	4	5	4	4	17	3	4	5	5	17

73	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	5	5	4	5	19
74	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	15	5	4	5	3	17	4	5	4	5	18
75	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17
76	5	4	5	3	4	21	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18
77	5	5	4	4	5	23	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18
78	4	4	5	5	3	21	4	4	5	3	16	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18
79	4	5	5	4	4	22	4	5	4	3	16	5	4	4	5	18	3	4	5	4	16
80	5	4	4	5	4	22	5	3	3	3	14	4	3	4	4	15	5	3	5	4	17
81	4	3	3	4	4	18	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18
82	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
83	5	4	3	4	4	20	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	5	4	5	4	18
84	5	5	4	4	3	21	3	4	4	4	15	5	5	4	4	18	4	4	3	4	15
85	5	4	4	3	4	20	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
86	4	5	5	4	3	21	5	4	3	4	16	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
87	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15
88	5	4	5	4	3	21	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	3	4	3	4	14
89	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	4	4	3	5	16
90	4	4	3	3	4	18	4	5	5	4	18	3	4	5	3	15	3	4	4	4	15
91	5	5	4	4	4	22	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19
92	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
93	4	3	5	4	4	20	3	4	4	4	15	5	4	4	3	16	3	4	4	5	16
94	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	4	5	4	5	18
95	5	4	4	4	3	20	4	4	5	4	17	5	4	5	3	17	5	4	5	5	19
96	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
97	5	5	5	4	3	22	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18
98	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18	5	5	4	3	17

99	5	4	5	4	3	21	5	3	4	4	16	4	5	3	4	16	5	5	4	4	18
10	4	5	5	4	5	23	4	5	5	5	19	4	4	4	3	15	5	5	5	4	19



Lampiran 3 Uji Validitas

HASIL OLAH DATA SPSS

A. UJI VALIDITAS

1. EXPERIENTAL MARKETING (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Experiental Marketing
X1.1	Pearson Correlation	1	.299**	.182	.202*	.108	.520**
	Sig. (2-tailed)		.002	.070	.044	.284	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.299**	1	.457**	.309**	-.061	.670**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.002	.547	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.182	.457**	1	.337**	.014	.674**
	Sig. (2-tailed)	.070	.000		.001	.888	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.202*	.309**	.337**	1	.162	.690**
	Sig. (2-tailed)	.044	.002	.001		.107	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.108	-.061	.014	.162	1	.436**
	Sig. (2-tailed)	.284	.547	.888	.107		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Experiental Marketing	Pearson Correlation	.520**	.670**	.674**	.690**	.436**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

2. PERCEIVED VALUE (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Pervceived Value
X2.1	Pearson Correlation	1	.538**	.276**	.310**	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.538**	1	.477**	.159	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.113	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.276**	.477**	1	.145	.680**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.149	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.310**	.159	.145	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.002	.113	.149		.000
	N	100	100	100	100	100
Pervceived Value	Pearson Correlation	.768**	.770**	.680**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. EKUITAS MEREK (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Ekuitas Merek
X3.1	Pearson Correlation	1	.110	.067	.262**	.550**
	Sig. (2-tailed)		.274	.508	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.110	1	.280**	.213*	.593**
	Sig. (2-tailed)	.274		.005	.033	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.067	.280**	1	.360**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.508	.005		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.262**	.213*	.360**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.008	.033	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Ekuitas Merek	Pearson Correlation	.550**	.593**	.638**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

4. MINAT PEMEBELIAN ULANG (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Minat Pembelian Ulang
Y1.1	Pearson Correlation	1	.445**	.423**	.044	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.662	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.445**	1	.429**	.210*	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.036	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.423**	.429**	1	.036	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.724	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.044	.210*	.036	1	.478**
	Sig. (2-tailed)	.662	.036	.724		.000
	N	100	100	100	100	100
Minat Pembelian Ulang	Pearson Correlation	.711**	.769**	.720**	.478**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

B. UJI RELIABILITAS

1. EXPERIENTAL MARKETING (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	36.8300	15.516	.424	.721
X1.2	37.1900	13.852	.553	.684
X1.3	37.1800	13.927	.562	.684
X1.4	37.3500	13.705	.577	.679
X1.5	37.5700	15.237	.269	.739
Experiental Marketing	20.6800	4.361	1.000	.545

2. PERCEIVED VALUE (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	29.6900	10.984	.671	.721
X2.2	29.6100	11.291	.686	.726
X2.3	29.8300	11.557	.562	.748
X2.4	29.8700	12.175	.439	.774
Pervceived Value	17.0000	3.677	1.000	.650

3. EKUITAS MEREK (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	29.9700	11.343	.404	.744
X3.2	29.9600	11.170	.459	.733
X3.3	29.9300	11.035	.519	.722
X3.4	30.1900	9.327	.645	.665
Ekuitas Merek	17.1500	3.402	1.000	.527

4. MINAT PEMEBELIAN ULANG (Y)

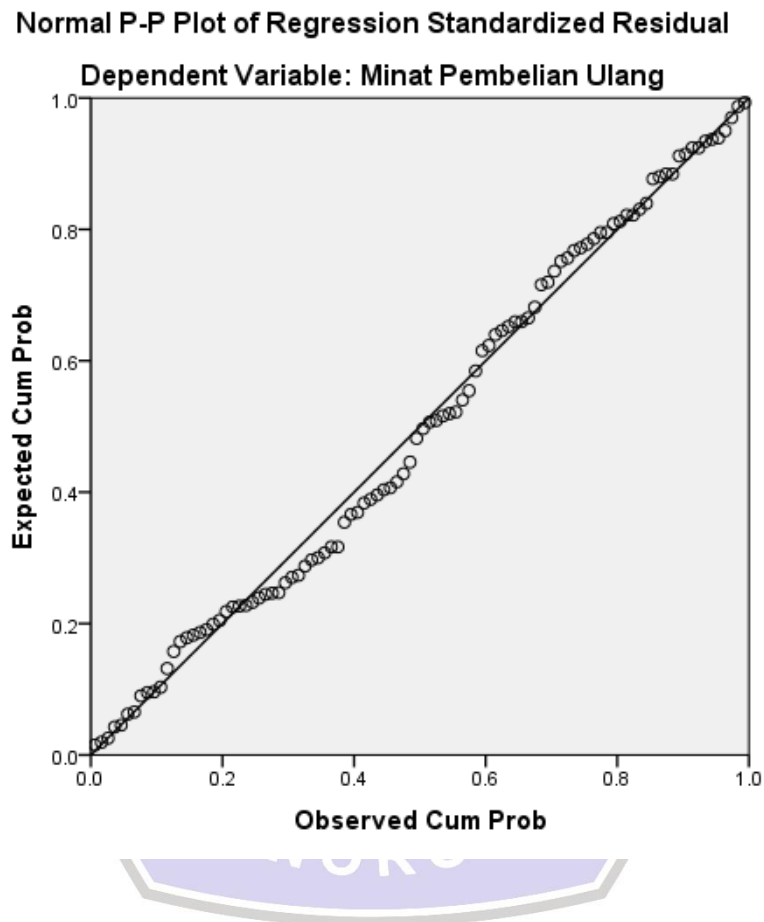
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	28.3800	12.319	.600	.719
Y1.2	28.3000	12.091	.679	.703
Y1.3	28.3700	12.013	.600	.713
Y1.4	28.0000	13.657	.315	.780
Minat Pembelian Ulang	16.1500	3.987	1.000	.587

UJI ASUMSI KLASIK

A. Uji Normalitas

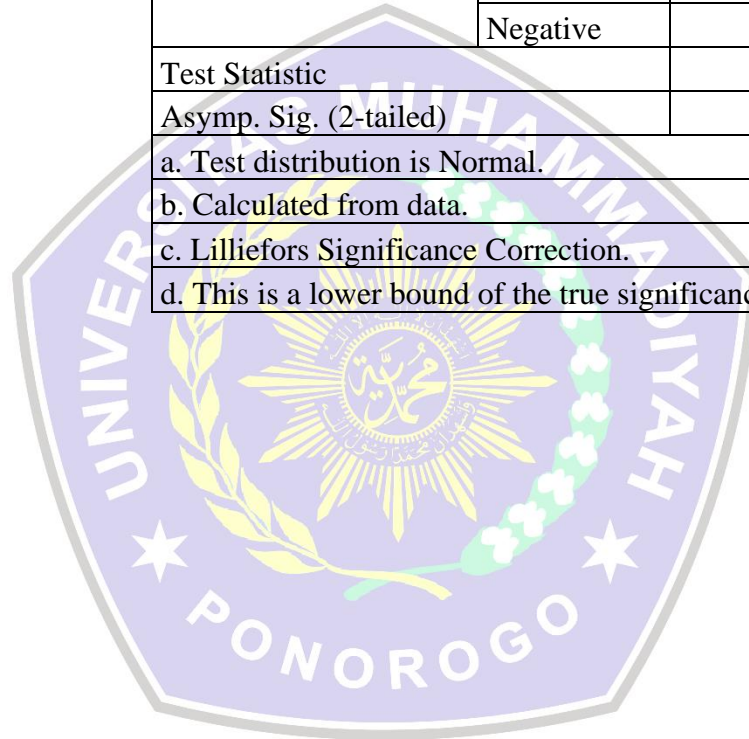
1. Metode Grafik



2. Metode Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61570800
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.045
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



Lampiran 6 Uji Multikolinearitas

B. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.508	1.926		1.302	.196		
	Experiental Marketing	.289	.096	.302	3.010	.003	.678	1.476
	Perceived Value	.161	.113	.155	1.424	.158	.575	1.738
	Ekuitas Merek	.287	.107	.265	2.687	.008	.700	1.429

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas

C. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.751	1.083		1.617	.109
	Experiental Marketing	.029	.054	.067	.538	.592
	Perceived Value	-.029	.064	-.061	-.454	.651
	Ekuitas Merek	-.031	.060	-.063	-.514	.608

a. Dependent Variable: Abs_Res

ALAT ANALISIS DATA

Lampiran 8 Regresi Linier Berganda

D. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.508	1.926		1.302	.196
	Experiental Marketing	.289	.096	.302	3.010	.003
	Perceived Value	.161	.113	.155	1.424	.158
	Ekuitas Merek	.287	.107	.265	2.687	.008

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

Lampiran 9 Koefisien Determinasi

E. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.588 ^a	.345	.325	1.641	1.767

a. Predictors: (Constant), Ekuitas Merek, Experiental Marketing, Perceived Value

b. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

UJI HIPOTESIS

Lampiran 10 Uji-T

A. Uji-T (Parsial)

Model		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.508	1.926		1.302	.196
	Experiental Marketing	.289	.096	.302	3.010	.003
	Perceived Value	.161	.113	.155	1.424	.158
	Ekuitas Merek	.287	.107	.265	2.687	.008

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

Lampiran 11 Uji-F

B. Uji-F (Simultan)

Model		ANOVA^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.309	3	45.436	16.878	.000 ^b
	Residual	258.441	96	2.692		
	Total	394.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

b. Predictors: (Constant), Ekuitas Merek, Experiental Marketing, Perceived Value

DOKUMENTASI



Kondisi Dealer Mataram Sakti Ponorogo



Kondisi Dealer Mataram Sakti Ponorogo



Distrbusi Kuisisioner Kepada Pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo



Distribusi Kuisisioner Kepada Pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo





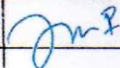
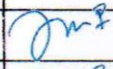
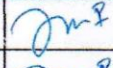
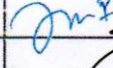
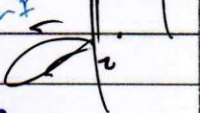




UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website :www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

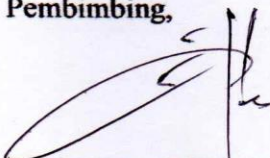
1. Nama Mahasiswa : **IHZA RAHMAD MADANI RAMADHANI**
2. NIM : **18414870**
3. Jurusan : **Manajemen**
4. Bidang : **Pemasaran**
5. Alamat : **Jl. MT Haryono RT 01 RW 02, Ds. Bedi Kulon, Kec. Bungkal, Kab. Ponorogo**
6. Judul Skripsi : **Pengaruh *Experiential Marketing*, *Perceived Value* & Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Motor Yamaha (Survei Pada Pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo)**
7. Masa Pembimbingan : **September 2021 s/d Agustus 2022**
8. Tanggal Mengajukan Skripsi : **19 November 2021**
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
07/01/22	Revisi Proposal	JmF
	- Latar Belakang	
	- Kutipan	
05/03/22	Revisi Proposal	JmF
	- Lembar Pengesahan	
	- Estetika Kepenulisan	
12/03/22	Revisi Proposal	JmF
	- Daftar Isi	
	- Pengutipan	
16/03/22	Revisi Proposal	JmF
	- Kuisioner	
22/03/22	Revisi Proposal	JmF

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
	- Big data	
26/03/22	Revisi Proposal	
	- Estetika KePenulisan	
	- Typo	
29/03/22	ACC Proposal	
31/03/2022	Revisi Proposal	
6/4/2022	ACC Revisi over	
	ACC proposal	
	Lampiran Bab 1, 2, 3	
	Keputusan di sebor ke responder	
11/4/2022	ACC Bab 4, 5	
1/7	Daftar isi dan skripsi	

10. Tanggal Selesai Penulisan Skripsi : _____
11. Keterangan Bimbingan Telah Selesai : _____
12. Telah Di Evaluasi/Di Uji Dengan Nilai : _____ (angka)
 _____ (huruf)

Pembimbing,



NANING KRISTİYANA, S.E., M.M.
 NIDN. 0721117501

Ponorogo, 21 Maret 2022.
 Dekan,



Dr. HADI SUMARSONO, M.Si
 NIP. 19760508 200501 1 002

SURAT KEPUTUSAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Berdasarkan hasil penilaian dari tim editor dan mitra bestari, artikel dengan perincian sebagai berikut :

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing*, *Perceived Value* & Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Motor Yamaha (Survei Terhadap Pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo)

Tim Penulis : Ihza Rahmad Madani Ramadhani
Naning Kristiyana, SE., MM

Prodi/Fakultas: Manajemen/Ekonomi

Dapat dipublikasikan di :

- Jurnal Isoquant, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Jurnal Ilmiah Eksternal/Luar Kampus Unmuh Ponorogo
- Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo
(eprints.umpo.ac.id)

Demikian informasi yang dapat disampaikan, terima kasih atas perhatiannya.

Ponorogo, 12 Agustus 2022

Editor in Chief Isoquant



Dra. Umi Farida, MM.
NIDN. 0710016101