

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1 CV




### PROFIL PRIBADI

---


Saya seorang mahasiswa sarjana mencari magang di bidang pemasaran dan sumber daya manusia. di mana saya dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan saya untuk peningkatan berkelanjutan. Sangat termotivasi untuk mengembangkan kemampuan secara profesional.

### KONTAK

---

 Jl. Manunggal 2 no. 12c,  
Petukangan Selatan,  
Pesanggrahan,  
Jakarta

 rohimii159@gmail.com

 0858-8826-6388

 /rohimi oim

 rohimio

### PENDIDIKAN

---

SMKN 6 Jakarta, 2014-2017

Mahasiswa Manajemen  
Universitas Pembangunan  
Jaya, 2014 - Sekarang

### SKILL

---

- Keahlian komunikasi dan jejaring yang luar biasa
- Sukses bekerja di dalam lingkungan tim, maupun secara independen
- Kemampuan bekerja di bawah tekanan dan mengerjakan beberapa hal sekaligus
- Kemampuan mengikuti instruksi dan memberikan hasil yang berkualitas

### PENGALAMAN ORGANISASI

---

#### **Himpunan Mahasiswa Manajemen, Ketua Dept Relasi**

JULI 2019 - JULI 2020

- Ketua Pelaksana Musyawarah Daerah HMMI wilayah Jakarta - Banten,

#### **Himpunan Mahasiswa Manajemen, Anggota Sumber Daya Mahasiswa**

JULI 2018 - JULI 2019

- Anggota Keamanan Temu Keakraban Himpunan.
- Ketua Pelaksana Latihan Kepemimpinan Organisasi, April 2019

### HOBBI

---

- **Bermain Musik**
- **Membaca Buku**
- **Game**
- **Kuliner**
- **Traveler**

## Lampiran1 Kuesioner Penelitian

Saya Rohimi adalah Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya yang sedang melakukan penelitian. Terkair dengan hal tersebut, saya mohon atas kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk berpartisipasi dengan menjawab sejumlah pertanuaan yang disajikan dalam halaman ini. Pertanyaan berikut bisa diisi jika saudara menggunakan sepatu Converse dalam jangka waktu lebih dari 6 bulan dan memiliki produk lebih dari 2. Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

### Profil Responden

#### 1. Jenis Kelamin

- Laki-Laki
- Perempuan

#### 2. Umur (Dalam Tahun)

- 17 – 20
- 21 – 24
- 25 – 28
- 29 – 32
- 33 – 35

#### 3. Pendidikan Terakhir

- SD-SMP atau sederajat
- SMA atau sederajat
- D1 – D3
- S1
- S2 – S3

#### 4. Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Negeri/BUMN
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Profeional

-  Other

**PERSEPSI KONSUMEN**

PETUNJUK PENGISIAN : Bacalah setiap pernyataan berikut, lalu berikanlah penilaian Anda terhadap masing-masing pernyataan dalam skala 1 hingga 5. Semakin ke arah nilai 1 berarti semakin anda tidak akan setuju akan pernyataan yang diberikan, sebaliknya semakin ke arah nilai 5 berarti semakin setuju Anda dengan pernyataan terkait. Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda dan tidak ada jawaban yang dianggap benar maupun salah, oleh karena itu pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

- 1. Sepatu merek Converse membuat kesan yang kuat pada indra penglihatan saya atau indra lainnya.**

1    2    3    4    5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

- 2. Saya menemukan sepatu merek Converse menarik secara sensorik.**

1    2    3    4    5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

- 3. Sepatu merek Converse mengikutsertakan perasaan saya.**

1    2    3    4    5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

- 4. Converse adalah merek emosional.**

1    2    3    4    5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

- 5. Saya terlibat dalam tindakan dan perilaku fisik saat saya menggunakan sepatu merek Converse.**

1    2    3    4    5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**6. Sepatu merek Converse memberikan pengalaman yang baik.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**7. Saya terlibat dalam banyak pemikiran ketika menemukan sepatu merek Converse.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**8. Sepatu merek Converse merangsang rasa ingin tahu saya.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**9. Saya senang dengan pengalaman membeli sepatu Converse.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**10. Saya pikir membeli sepatu Converse adalah ide yang baik.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**11. Secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman pembelian sepatu Converse.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**12. Sepatu merek Converse adalah pilihan pertama saya.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

**13. Saya membicarakan hal positif tentang sepatu merek Converse ke orang lain.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

**14. Saya akan merekomendasikan sepatu merek Converse kepada siapa saja yang meminta saran saya.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

**15. Saya melibatkan sepatu merek Converse pada berbagai aspek kegiatan saya.**

1 2 3 4 5

---

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Lampiran 2 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 4.1

Gambar Sepatu Basket Converse Pertama

Gambar 4.2 Converse Jack Purcell

Gambar 4.3 Converse Chucks



Gambar 4.4 Converse All Star

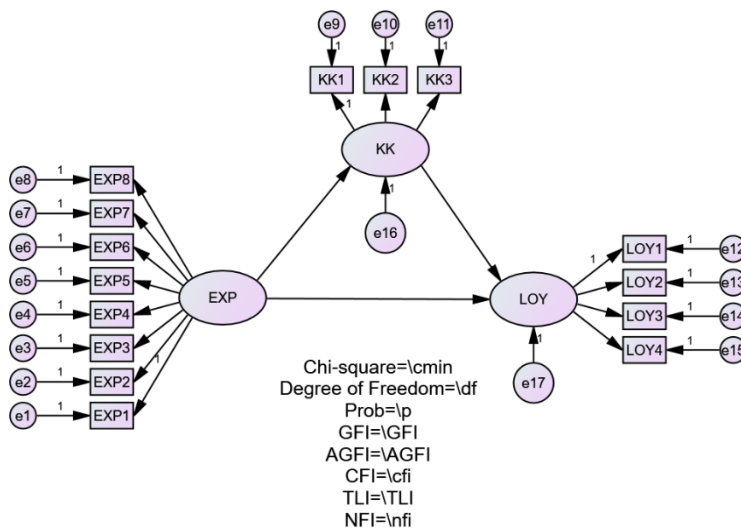
Gambar 4.5 Converse Chuckies

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas

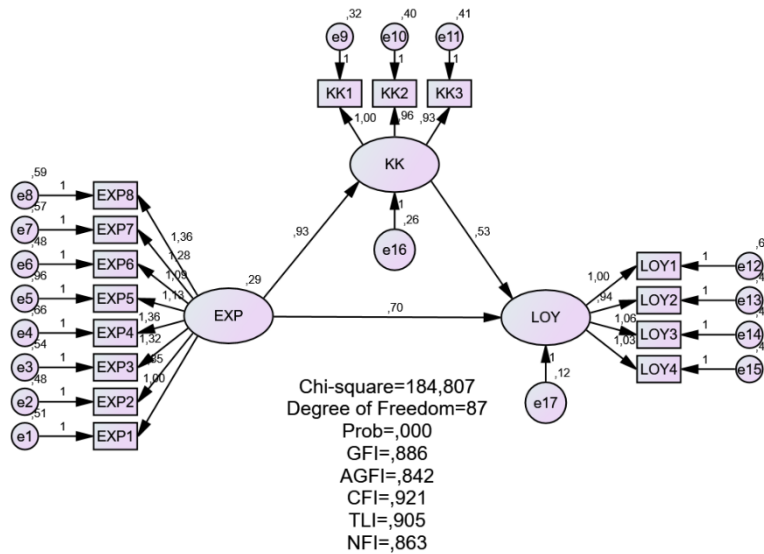
Variabel	Indikator	Uji Validitas		Uji Reliabilitas		
		Factor	Kriteria	AVE>0,5	CR>0,7	Kesimpulan
		Loading				
<i>Brand Experience</i> (EXP)	EXP1	0,605	Valid	3,926	0,898	Reliable
	EXP2	0,553	Valid			
	EXP3	0,697	Valid			
	EXP4	0,673	Valid			
	EXP5	0,530	Valid			
	EXP6	0,649	Valid			
	EXP7	0,675	Valid			
	EXP8	0,692	Valid			
Kepuasan Konsumen	KK1	0,785	Valid	1,759	0,869	Reliable

(KK)	KK2	0,736	Valid			
	KK3	0,720	Valid			
Loyalitas Konsumen	LOY1	0,696	Valid	2,011	0,898	Reliable
(LOY)	LOY2	0,725	Valid			
	LOY3	0,795	Valid			
	LOY4	0,773	Valid			

**Lampiran 4 Path Diagram Measurement Model**



**Lampiran 5 Path Diagram Overall Model Fit**





## Lampiran 6 Model Fit Summary

### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	33	184,807	87	0	2,124
Saturated model	120	0	0		
Independence model	15	1349,612	105	0	12,853

### RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0,06	0,886	0,842	0,642
Saturated model	0	1		
Independence model	0,392	0,291	0,19	0,255

### Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	0,863	0,835	0,923	0,905	0,921
Saturated model	1		1		1
Independence model	0	0	0	0	0

### Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0,829	0,715	0,763
Saturated model	0	0	0
Independence model	1	0	0

**NCP**

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	97,807	62,522	140,848
Saturated model	0	0	0
Independence model	1244,612	1129,796	1366,84

**FMIN**

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	0,958	0,507	0,324	0,73
Saturated model	0	0	0	0
Independence model	6,993	6,449	5,854	7,082

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0,076	0,061	0,092	0,003
Independence model	0,248	0,236	0,26	0

**AIC**

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	250,807	256,773	358,646	391,646
Saturated model	240	261,695	632,143	752,143
Independence model	1379,612	1382,324	1428,63	1443,63

**ECVI**

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
-------	------	-------	-------	-------

Default model	1,3	1,117	1,523	1,33
Saturated model	1,244	1,244	1,244	1,356
Independence model	7,148	6,553	7,782	7,162

### HOELTER

Model	HOELTE R	HOELTER
	.05	.01
Default model	115	126
Independence model	19	21

### Lampiran 7 Estimates-Regression Weight

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KK	<---	EXP	0,930	0,138	6,76	***	par_13
LOY	<---	KK	0,534	0,117	4,579	***	par_14
LOY	<---	EXP	0,696	0,157	4,418	***	par_15
EXP1	<---	EXP	1				
EXP2	<---	EXP	0,855	0,131	6,533	***	par_1
EXP3	<---	EXP	1,325	0,172	7,691	***	par_2
EXP4	<---	EXP	1,361	0,182	7,466	***	par_3
EXP5	<---	EXP	1,131	0,184	6,149	***	par_4
EXP6	<---	EXP	1,09	0,151	7,219	***	par_5
EXP7	<---	EXP	1,281	0,172	7,442	***	par_6
EXP8	<---	EXP	1,363	0,182	7,5	***	par_7
KK1	<---	KK	1				
KK2	<---	KK	0,96	0,1	9,599	***	par_8
KK3	<---	KK	0,927	0,096	9,681	***	par_9
LOY1	<---	LOY	1				
LOY2	<---	LOY	0,945	0,104	9,115	***	par_10
LOY3	<---	LOY	1,063	0,107	9,933	***	par_11
LOY4	<---	LOY	1,029	0,107	9,643	***	par_12

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KK	<---	EXP	,704
LOY	<---	KK	,490
LOY	<---	EXP	,484
EXP1	<---	EXP	,605
EXP2	<---	EXP	,553
EXP3	<---	EXP	,697
EXP4	<---	EXP	,673
EXP5	<---	EXP	,530
EXP6	<---	EXP	,649
EXP7	<---	EXP	,675
EXP8	<---	EXP	,692
KK1	<---	KK	,785
KK2	<---	KK	,736
KK3	<---	KK	,720
LOY1	<---	LOY	,696
LOY2	<---	LOY	,725
LOY3	<---	LOY	,795
LOY4	<---	LOY	,773

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EXP	,293	,067	4,371	***	par_16
e16	,257	,057	4,513	***	par_17
e17	,116	,035	3,293	***	par_18
e1	,506	,056	8,975	***	par_19
e2	,484	,053	9,181	***	par_20
e3	,543	,064	8,490	***	par_21
e4	,655	,077	8,539	***	par_22
e5	,960	,104	9,241	***	par_23
e6	,477	,055	8,668	***	par_24
e7	,573	,067	8,555	***	par_25
e8	,591	,069	8,509	***	par_26
e9	,318	,048	6,624	***	par_27
e10	,396	,053	7,486	***	par_28
e11	,407	,052	7,767	***	par_29
e12	,644	,075	8,597	***	par_30
e13	,487	,058	8,332	***	par_31
e14	,399	,053	7,504	***	par_32
e15	,433	,055	7,862	***	par_33

**Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
KK	,496
LOY	,808
LOY4	,597
LOY3	,632
LOY2	,526
LOY1	,485
KK3	,519
KK2	,542
KK1	,616
EXP8	,479
EXP7	,456
EXP6	,422
EXP5	,281
EXP4	,453
EXP3	,486
EXP2	,306
EXP1	,366

## LAMPIRAN 9 BUKTI PLAGIARISM PADA WEB

**86% Unique**


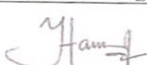

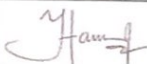

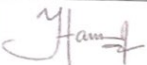

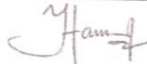

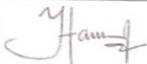

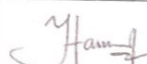

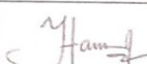

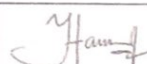

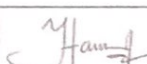

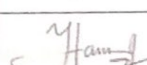
Total 12208 chars (2000 limit exceeded) , 269 words, 14 unique sentence(s).

**Essay Writing Service** - Paper writing service you can trust. Your assignment is our priority! Papers ready in 3 hours! Proficient writing: top academic writers at your service 24/7! Receive a premium level paper!


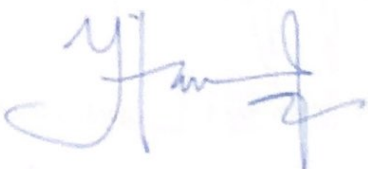
Results	Query	Domains (original links)
Unique	Penilaian penampilan seseorang biasanya dilihat dengan penggunaan sesuatu yang digunakan oleh orang tersebut	-
Unique	Pada produk tersebut muncul dalam bentuk sesuatu, tas, baju, serta aksesoris diri lainnya	-
Unique	Perkembangan globalisasi kini menjadi hal yang tidak dapat dihindari	-
Unique	Perkembangan ini berdampak pada persaingan usaha yang semakin ketat terutama pada sektor fashion Indonesia	-
Unique	Converse sendiri adalah perusahaan besar yang berasal dari Amerika	-
1 results	Converse merupakan salah satu produk yang memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia	ajournal3.undip.ac.id
1 results	Converse menawarkan berbagai macam desain sesuatu casual kepada konsumen seperti All Stars dan lain-lain	Get Free Access
Unique	Hal ini menyebabkan persaingan yang tinggi ant	-
Unique	Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah banyak melahirkan inovasi-inovasi baru yang kita dapat	-
Unique	Merek ini sendiri diproduksi oleh produsen untuk menarik konsumen sehingga mereka dapat dengan mudah	-
Unique	Dengan kata lain, lebih mudah bagi konsumen untuk membayangkan atau mengasosiasikan diri dengan identitas	-
Unique	Merek memiliki lebih dari nilai produk praktis, merek juga memberikan nilai simbolik karena merek	-

Berikutnya kemampuan diri seseorang dapat dilakukan salah satunya adalah dengan

Nama Mahasiswa : Rohimi  
 Prodi/NIM : Manajemen / 2017021035  
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN KEPUASAN KONSUMEN  
 TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU  
*CONVERSE* (STUDI PADA RW 02 PESANGGRAHAN)

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	10/2/2021	Menyusun Bab I		
2	16/2/2021	Mengajukan Judul		
3	2/3/2021	Menyusun Bab I-III		
4	5/3/2021	Bimbingan Bab I-III		
5	9/3/2021	Revisi Bab I-III		
6	10/3/2021	Revisi Format Penulisan Bab I-III		
7	5/5/2021	Konsultasi Kuesioner Penelitian		
8	7/5/2021	Revisi Kuesioner Penelitian		
9	8/5/2021	Finalisasi Kuesioner untuk disebar		
10	7/6/2021	Revisi Bab I-V dan Format Penulisan		

\* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

		
Mahasiswa	Dosen Pembimbing 1	Dosen Pembimbing 2

Nama Mahasiswa : Rohimi

Prodi/NIM : Manajemen / 2017021035

Judul Skripsi/TA : PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU CONVERSE  
(STUDI PADA RW 02 PESANGGRAHAN)

Dosen Pembimbing : Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CISMA., CPMA.


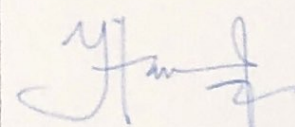
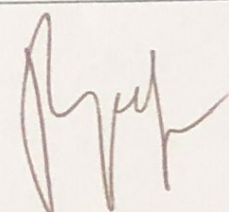
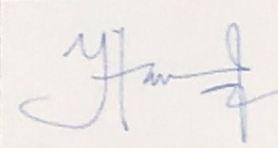
Dosen Penguji : 1. Dr. Endang Pitaloka, S.E., M.E. JAD :  
2. Fendi Saputra, S.E., M.M. JAD :  
3. JAD :

Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal: 22 Juni 2021

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	√	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	√	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	√	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	√	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	√	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	√	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	√	

Tangerang Selatan, 08/06/2021

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
			
Mahasiswa	Dosen Pembimbing	Koordinator Skripsi/TA	Kaprodi