

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

JUDUL PENELITIAN

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES, INFLUENCER MARKETING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DI *INSTAGRAM @ELZATTAHIJAB*

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I di tempat.

Perkenalkan saya Akbar Dwi Nurrasyid, mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Meminta kesediaannya untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada di dalam kuesioner ini. Kuesioner ini akan digunakan sebagai instrumen dalam penelitian saya yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing Activities, Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty* di *Instagram @elzattahijab*. Untuk itu, saya memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini. mengingat kualitas penelitian ini sangat bergantung terhadap hasil kuesioner, saya harap Bapak/Ibu/Saudara/I dapat memberikan jawaban yang sejujurnya berdasarkan pengalaman yang Bapak/Ibu/Saudara/I alami demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Daftar pertanyaan yang ada di bawah ini mohon diisi dengan teliti, jujur dan merupakan pendapat pribadi.
2. Jawaban yang Anda berikan hanya akan digunakan oleh peneliti sebagai data penelitian untuk menyelesaikan skripsi.
3. Berilah tanda (X) pada kolom jawaban yang menurut Anda paling sesuai.
4. Terdapat 5 (lima) angka yang dapat Anda pilih dengan keterangan sebagai berikut:
 1. Angka 1 (satu) : Sangat Tidak Setuju (STS)
 2. Angka 2 (dua) : Tidak Setuju (TS)
 3. Angka 3 (tiga) : Netral (N)
 4. Angka 4 (empat) : Setuju (S)
 5. Angka 5 (lima) : Sangat Setuju (SS)

I. IDENTITAS RESPONDEN

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a) < 24 Tahun c) 36 – 44 Tahun
 - b) 24 – 35 Tahun d) 44 > Tahun
4. Apakah anda memfollow akun Instagram @elzattahijab?

- a) iya
 - b) tidak (tidak melanjutkan pengisian kuisisioner)
5. Apakah Anda membeli produk Elzatta Hijab berulang kali?
- a) iya
 - b) tidak (tidak melanjutkan pengisian kuisisioner)
6. Pekerjaan
- a) Pelajar c) Karyawan Swasta
 - b) Mahasiswa d) Lain-Lain

BAGIAN 2

1. Bacalah sebaik-baiknya setiap pernyataan dan setiap alternatif jawaban yang diberikan
2. Pilih alternatif jawaban yang paling sesuai menurut Anda dan berikan tanda silang

1. SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES

Pertanyaan		Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
	Entertainment					
1.	Konten yang disajikan dalam <i>Instagram</i> Elzatta Hijab menarik untuk dilihat					
	Interaction					

2.	Elzatta Hijab selalu terbuka dalam menanggapi komentar dan pertanyaan dari pengikutnya					
	Trendiness					
3.	Informasi yang disajikan di <i>Instagram</i> Elzatta Hijab merupakan informasi yang selalu <i>up-to-date</i>					
	Advertisement					
4.	Iklan Elzatta Hijab membuat saya tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan.					
	Customization					
5.	<i>Instagram</i> Elzatta Hijab selalu memberikan informasi yang saya butuhkan					

2. INFLUENCER MARKETING

Pertanyaan		Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
	Visibility					
1.	Banyaknya followers dan eksistensi influencer di instagram sangat mempengaruhi loyalitas merek saya terhadap Elzatta Hijab					

	Credibility					
2.	Persona Influencer yang digunakan sesuai dengan karakteristik yang ada pada merek Elzatta Hijab					
	Attraction					
3.	Konten Elzatta Hijab yang dibuat oleh Influencer menarik dan kreatif sehingga mudah untuk saya terima					
	Power					
4.	Konten yang dibuat oleh Influencer mempengaruhi keyakinan saya untuk memakai produk Elzatta Hijab					

3. BRAND IMAGE

Pertanyaan	Keterangan				
	STS	TS	N	S	SS
	Citra Perusahaan				
1.	Elzatta Hijab merupakan merek <i>fashion muslim</i> yang dikenal luas secara nasional				
	Citra Pemakai				
2.	Sebagai merek <i>fashion muslim</i> yang populer,				

	Elzatta Hijab memberikan kesan yang baik kepada pemakainya					
	Citra Produk					
3.	Elzatta Hijab memberikan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.					

4. BRAND LOYALTY

Pertanyaan		Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
	Switcher					
1.	Saya sering berpindah merek <i>fashion muslim</i> lain karena faktor harga, diskon, dan kualitas produk					
	Behavior					
2.	Saya membeli produk Elzatta Hijab karena kebiasaan					
3.	Saya membeli produk Elzatta Hijab karena cocok dan enggan untuk berpindah ke merek lain					
	Satisfied					
4.	Saya merasa puas terhadap kualitas, desain,					

	dan variasi dari produk Elzatta Hijab					
	Liking The Brand					
4.	Saya menyukai merek Elzatta Hijab karena mencerminkan merek yang berkelas					
	Committed					
5.	Saya sering merekomendasikan merek Elzatta Hijab kepada orang lain					
6.	Saya merasa bangga dan mencerminkan diri saya saat menggunakan merek Elzatta Hijab					
7.	Saya bersedia untuk membayar dengan harga tinggi produk Elzatta Hijab					

Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden

1. Variabel *Social Media Marketing Activities* (X1)

<i>SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES (X1)</i>				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
3	4	4	4	5
5	4	3	4	4
4	5	5	4	4
4	4	4	4	5
4	4	4	3	4
4	4	2	3	4
5	3	4	5	5
5	5	5	3	4
3	4	4	5	4
4	4	4	3	5
4	3	4	4	3
5	5	3	5	5
5	5	5	3	4
3	3	3	2	4
3	4	5	4	4

3	3	5	5	2
3	5	4	5	5
4	5	3	4	2
3	4	3	3	4
5	5	5	5	2
4	4	4	5	3
3	4	3	5	5
5	4	5	4	2
5	3	4	4	5
5	5	5	2	5
4	4	4	4	4
5	4	5	4	5
5	4	5	5	5
4	4	4	5	2
4	3	5	5	4
5	5	5	3	4
5	4	5	4	2
4	5	5	5	5
5	4	3	5	5

4	5	4	5	5
5	5	5	5	5
4	4	3	5	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	2
5	5	5	5	5
3	5	4	5	5
5	4	5	5	5
5	3	3	5	5
5	5	3	3	5
5	3	5	5	5
5	5	3	3	5
5	5	5	5	3
5	3	5	5	5
5	2	3	5	5
5	4	5	5	3
4	4	4	5	5
5	5	5	3	5
5	5	5	4	4

5	5	5	5	3
5	5	5	5	5
5	5	5	3	3
5	5	2	5	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	4
5	3	5	5	5
5	4	5	5	5
5	5	4	2	5
4	4	4	4	4
3	4	4	4	3
5	5	5	4	3
5	5	5	5	3
3	3	2	4	3
5	5	5	5	5
5	4	3	3	5
5	5	5	5	5
4	2	2	4	3

3	3	3	3	4
5	5	3	3	4
5	5	5	5	5
4	4	2	4	4
5	5	5	5	5
3	4	5	3	4
5	4	5	4	5
5	5	5	5	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	3
4	4	4	5	5
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
4	4	3	4	4
5	2	5	5	4
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5

5	5	5	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	3	4
5	4	4	3	3
5	5	3	5	4
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
5	5	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	3	3	5
4	3	4	4	4
5	5	5	5	4

5	5	3	4	4
3	3	3	4	3
3	3	3	3	4
4	5	4	5	4
3	2	3	4	5
3	5	3	4	5
5	4	4	3	5
2	4	2	3	3
5	5	4	4	5
5	5	5	4	3
4	4	3	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	3	5
5	5	5	5	5
3	4	3	3	5
5	5	5	5	5
5	5	5	4	4
3	5	5	4	5
4	4	4	4	3

5	5	5	3	4
5	4	4	4	3
5	4	4	3	3
5	5	5	5	4
5	3	3	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
2	3	3	3	3
4	4	4	4	3
5	3	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	5	4
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	2	4	5
4	4	3	3	4
5	5	5	5	5

4	4	4	5	3
3	5	5	4	3
3	5	5	4	4
5	5	3	5	3
5	5	5	5	5
5	4	4	3	3
5	5	3	5	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	3	3	5
5	4	4	5	5
4	4	4	4	5
5	5	5	5	5
3	3	2	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
4	4	3	3	3
4	4	3	3	2
3	2	2	2	2

3	2	3	3	2
5	3	3	4	3
3	5	3	5	3
5	3	4	3	3
5	5	5	5	4
4	4	4	5	5
3	3	3	3	2
4	4	5	5	4
5	5	5	5	3
5	5	5	3	3
2	3	3	3	3
3	3	5	5	5
3	3	2	2	3
4	4	4	4	4
5	4	5	5	3
4	4	4	3	4
4	3	4	5	4
5	4	3	4	5
4	4	5	5	5

4	4	5	3	4
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
5	5	5	3	5
5	5	5	3	3
3	3	4	4	3
4	4	3	3	4
5	3	3	5	4
3	5	5	3	3
3	3	3	3	4
3	4	4	4	3
4	4	3	4	4
3	4	4	4	2
3	3	4	3	4
5	5	5	5	5
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	5	4	5

2. Variabel *Influencer Marketing* (X2)

<i>INFLUENCER MARKETING (X2)</i>			
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
5	4	4	3
4	5	5	4
4	5	4	3
3	4	5	4
5	4	4	3
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	5	3
5	5	4	5
5	5	5	5
5	3	4	4
4	5	4	5
5	3	5	3
3	4	3	3
5	5	5	4
3	3	4	2

3	2	4	4
3	4	4	5
4	5	2	3
5	5	5	5
4	4	2	4
4	3	4	3
4	5	2	5
4	5	3	4
5	5	5	5
4	4	2	4
3	4	5	5
5	2	5	5
4	4	4	4
5	4	5	4
5	5	5	5
4	5	2	5
5	5	4	2
4	3	4	4
4	4	2	5

5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	2	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	3
5	5	5	5
5	3	5	5
5	5	5	5
5	3	5	5
5	5	3	5
5	5	5	3
5	5	5	5
5	5	3	5
5	5	5	5

5	3	5	5
5	4	4	3
5	5	3	3
5	3	5	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5
4	4	4	4
3	3	3	3
5	5	3	5
5	3	3	5
3	4	4	3
5	3	5	5
4	3	4	5
5	5	3	5
4	4	4	4
3	3	3	3

4	3	3	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	3
4	4	4	4
5	4	4	5
5	5	5	5
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	2	3	5
4	4	4	4
5	5	3	5
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5

4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
5	3	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	3	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	3	4
5	5	5	3
5	5	3	5
5	4	3	5

5	3	5	5
5	5	3	5
5	4	5	4
5	5	5	5
5	3	3	5
5	5	4	4
4	3	3	4
5	3	3	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	3
5	5	5	5
5	4	3	4
5	5	5	5
4	3	4	4
5	5	3	5
4	4	4	2
5	4	4	5

5	5	3	5
5	2	5	5
5	5	2	3
5	5	5	5
5	5	2	5
4	4	4	4
5	2	5	5
3	3	3	3
4	4	3	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	3	5	5
3	4	4	3
5	5	5	5
5	2	3	5
5	4	4	5
4	3	3	4
5	5	5	5
4	4	4	4

5	5	3	5
5	5	5	5
5	5	4	3
4	4	3	4
5	5	5	3
4	4	4	4
4	4	5	5
5	3	5	5
5	3	3	5
5	5	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5
5	3	3	5
4	4	3	3
4	4	4	4
4	5	5	4
5	4	4	5
3	3	3	3
5	5	5	5

5	3	5	5
3	5	5	5
5	4	4	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	3
4	5	5	4
5	5	5	5
4	5	5	4
5	5	3	5
5	4	4	5
3	3	3	3
4	3	4	4
4	3	5	3
4	4	4	4
5	4	5	4
5	5	3	5
5	3	4	3
5	3	5	4

4	4	3	4
5	5	5	3
4	4	5	4
3	5	5	3
3	5	3	3
4	3	3	2
4	4	3	4
5	3	3	5
3	4	3	2
4	4	3	3
4	3	3	4
3	3	2	3
3	3	4	4
5	5	3	3
3	4	3	4
4	3	4	3
4	3	4	4

3. Variabel *Brand Image* (X3)

<i>BRAND IMAGE (X3)</i>		
X3.1	X3.2	X3.3
2	3	4
4	5	5
2	4	5
4	3	5
4	3	3
4	4	3
4	5	5
3	3	4
5	5	3
5	3	5
4	4	3
5	3	5
5	5	5
3	4	3
5	3	3
4	4	2

4	3	3
3	4	4
4	3	3
5	5	5
4	3	4
4	3	3
4	3	4
5	3	4
5	5	3
4	4	3
5	3	4
5	5	5
4	4	4
3	4	4
5	5	3
5	3	5
1	3	4
5	5	5
5	4	5

5	5	5
5	5	3
5	3	5
5	5	5
5	3	5
5	5	5
5	3	4
5	5	5
5	3	5
3	5	3
5	5	3
5	5	5
5	3	5
5	3	5
5	3	4
3	5	5
5	5	5
5	5	5
5	3	5

5	5	5
5	5	5
5	5	3
5	3	5
3	5	4
5	5	5
4	5	5
4	4	4
5	5	2
4	3	4
3	3	3
5	5	3
5	5	2
3	3	4
5	5	5
4	2	4
5	5	3
4	4	4
3	3	3

5	4	4
5	3	5
4	4	4
5	5	5
4	4	3
5	3	5
5	5	5
3	3	3
4	4	2
5	5	5
4	3	4
4	4	4
5	3	5
5	5	5
4	2	4
5	5	5
4	4	3
5	5	3
5	5	3

4	4	4
5	5	5
3	3	3
5	5	5
5	3	2
5	3	5
5	5	5
4	2	4
3	4	4
5	5	5
5	3	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	3	5
5	5	3

5	5	5
5	3	5
5	4	5
5	5	5
5	5	5
5	5	4
4	3	3
5	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	3	5
4	3	4
5	5	5
4	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5

5	2	3
5	5	5
5	5	5
5	3	2
5	3	5
4	4	4
5	5	5
3	3	3
4	4	4
5	5	5
4	4	4
5	4	5
3	4	4
5	5	5
5	3	5
5	4	4
4	5	4
5	2	5
4	4	4

5	5	5
5	5	5
5	5	5
3	4	4
5	5	5
4	3	4
5	5	5
5	5	5
5	5	2
5	5	5
2	4	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
4	4	4
4	5	5
5	4	4
3	3	3
4	4	4

5	5	5
5	5	5
5	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	5
4	3	4
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5
3	3	3
4	4	4
4	3	4
4	4	5
5	4	5
5	5	5
4	3	4
5	4	5

4	4	4
5	5	5
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	4	3
3	3	3
5	5	5
2	3	2
4	4	4
4	4	4
3	3	4
3	4	3
4	4	4
4	4	5
4	2	4
3	4	4

4. Variabel *Brand Loyalty* (Y)

<i>BRAND LOYALTY</i> (Y)							
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
4	4	5	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	5	4	5
4	3	3	4	4	3	4	4
5	3	3	5	4	4	4	5
5	3	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	5	4	5	4	4	5
3	5	4	4	5	5	5	5
1	5	5	4	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	3	4	4	4	4	4
2	4	4	5	5	5	5	5
4	2	3	4	3	3	3	2

3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	5	3	4	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4
5	3	4	5	3	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5
4	4	3	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5

5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3
5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	3
3	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	3	5
3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	3	5	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	3	5	3
5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	3	3	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4
5	4	4	5	4	3	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
3	3	4	5	5	4	4	4
2	3	4	4	4	4	4	4
1	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	4	3	3	5
3	5	5	5	5	5	5	5

3	3	3	3	4	4	5	5
5	5	4	4	4	5	5	5
4	5	3	3	4	5	4	5
5	5	5	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	3
5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	3	3	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4	3
2	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	3	3	3
5	5	5	5	3	3	5	5
5	5	5	5	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	3	3

3	5	3	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	5	3	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	3	4
3	5	5	5	3	3	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	3	3	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	3	5
3	4	4	4	4	3	3	4

2	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	3	3	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	3	3	3	5	5
2	4	5	4	5	4	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4	3	4

3	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	3	5	3	5
5	5	4	3	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	5	4
3	4	4	4	3	4	3	4
2	4	4	3	4	3	4	3
3	5	3	5	3	5	4	3
3	4	3	4	4	3	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5
5	3	4	3	3	4	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4
2	3	5	3	5	5	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	4	4	4	4
3	5	5	3	5	3	5	3
2	4	4	4	5	5	5	4
3	4	4	5	4	5	4	5

4	4	4	4	3	3	4	4
3	4	5	5	4	5	5	4
2	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	4	4	4	4	4
1	3	3	4	4	3	4	3
3	4	4	3	4	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2
1	3	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3	3	4
5	3	2	3	3	3	2	3
4	4	3	3	3	3	4	3
3	4	4	4	3	4	3	4
3	4	4	4	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4	3	4
3	4	3	4	3	4	4	5

Draft skirpsi 2.pdf

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	2%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
5	repository-feb.unpak.ac.id Internet Source	1%
6	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
7	repository2.uph.edu Internet Source	1%
8	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	1%
9	jim.unisma.ac.id Internet Source	1%

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 7 No 1 (2025) 1580 – 1600 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v7i1.4972

Jalan Raya Pemda Pajeleran No 41 Sukahati, Cibinong, Bogor 15816

Letter of Acceptance
No: 946/LoA-Al-Kharaj/IX/2024

Manajemen Jurnal
Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa naskah berjudul:

Pengaruh Social Media Marketing Activities, Influencer Marketing, dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty di Instagram @elzattahijab

Akbar Dwi Nurrahyid¹, Nurul Azizah²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
akbarrasyid811@gmail.com¹, nurazizah@gmail.com²

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan DITERIMA untuk dipublikasikan di Jurnal Al-Kharaj (Sinta 4) untuk Volume 7 Nomor 1 2025 Artikel tersebut tersedia secara online mulai 10 Januari 2025 di <https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/AlKharaj>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Bogor, 03 September 2024
Hormat kami,



Ir. H. Dedi Junaedi M.Si
Editor in Chief Al-Kharaj