

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner

KUISIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang sedang saya tempuh di Fakultas Ekonomi & Bisnis Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata, maka saya melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN WANITA VIRGIN CAKE & BAKERY SEMARANG)”

Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan saudara sekalian untuk mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan saya gunakan dalam penelitian. Saya menjamin kerahasiaan dari jawaban yang saudara berikan. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya sampaikan terimakasih.

Peneliti

Dwi Adi Wijaya

I. Petunjuk Pengisian

- a) Kuesioner ini ditujukan untuk keperluan akademis, mohon dijawab dengan sejujurnya
- b) Berilah tanda (\checkmark) pada jawaban yang menurut anda tepat atau sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman yang anda alami.

II. Data Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Perkiraan pengeluaran setiap bulan:
4. Pekerjaan :
 - pelajar/mahasiswa
 - pegawai swasta
 - pegawai negeri
 - wiraswasta
 - tidak bekerja
5. Dalam satu bulan berapa kali saudara membeli produk Virgin Cake & Bakery:
6. Total pembelian saudara ketika membeli produk Virgin Cake & Bakery saat ini:
7. Digunakan untuk apakah saudara membeli produk Virgin Cake & Bakery saat ini:
 - sendiri
 - rapat/pertemuan
 - oleh - oleh
 - lain - lain sebutkan:

III. Pernyataan

Citra Perusahaan

1. Popularitas merek
 - Sangat tidak populer
 - Tidak populer
 - Netral
 - Populer
 - Sangat populer
2. Keramahan karyawan
 - Sangat tidak ramah
 - Tidak ramah
 - Netral
 - Ramah
 - Sangat ramah
3. Kemampuan karyawan memberi solusi
 - Sangat tidak mampu
 - Tidak mampu
 - Netral
 - Mampu
 - Sangat mampu

Citra Pemakai

1. Tingkat gengsi setelah membeli produk
 - Sangat tidak meningkat
 - Tidak meningkat
 - Netral
 - Meningkat
 - Sangat meningkat
2. Munculnya rasa puas
 - Sangat tidak puas
 - Tidak puas
 - Netral
 - Puas
 - Sangat puas

Citra Produk

1. Tingkat harga dibanding merek lain
 - Lebih mahal
 - Mahal
 - Netral
 - Murah
 - Lebih murah
2. Tingkat kualitas produk
 - Sangat tidak baik
 - Tidak baik
 - Netral
 - Baik
 - Sangat baik
3. Tampilan fisik
 - Sangat tidak menarik
 - Tidak menarik
 - Netral
 - Menarik
 - Sangat menarik

Loyalitas Pelanggan

1. Melakukan pembelian ulang
 - Tidak akan membeli ulang
 - Tidak membeli ulang
 - Netral
 - Membeli ulang
 - Selalu membeli ulang
2. Merekomendasikan pada orang lain
 - Tidak akan merekomendasikan
 - Tidak merekomendasikan
 - Netral
 - Merekomendasikan
 - Selalu merekomendasikan

3. Enggan berpindah pada produk lain

Pasti berpindah Berpindah Netral Tidak berpindah

Loyal

4. Menceritakan hal positif

Tidak akan bercerita Tidak bercerita Netral Bercerita

Selalu bercerita



LAMPIRAN 2 Data Responden

Data Responden Variabel Citra Perusahaan (X1)

No Res	Ind 1	Ind 2	Ind 3	TOTAL
1	4	4	5	13
2	5	4	4	13
3	4	3	3	10
4	4	5	5	14
5	4	4	4	12
6	5	4	4	13
7	3	3	4	10
8	5	5	4	14
9	4	5	5	14
10	4	5	5	14
11	3	3	4	10
12	4	4	5	13
13	3	4	4	11
14	5	4	5	14
15	3	4	3	10
16	4	5	5	14
17	3	4	3	10
18	3	3	4	10
19	4	4	3	11
20	5	4	5	14
21	4	4	4	12
22	3	4	4	11
23	4	4	4	12
24	3	4	4	11
25	4	5	5	14
26	3	4	3	10
27	4	4	4	12
28	4	5	4	13
29	4	3	3	10
30	4	4	4	12
31	5	4	5	14
32	5	4	4	13
33	4	5	4	13
34	4	5	4	13
35	4	4	5	13
36	4	5	4	13
37	5	5	5	15
38	3	4	3	10
39	3	3	3	9

40	3	4	4	11
----	---	---	---	----

Data Responden Variabel Citra Pemakai (X2)

No Res	Ind 1	Ind 2	TOTAL
1	4	4	8
2	5	5	10
3	3	4	7
4	4	4	8
5	4	4	8
6	4	4	8
7	3	4	7
8	4	4	8
9	5	5	10
10	3	4	7
11	4	4	8
12	4	4	8
13	4	3	7
14	5	4	9
15	3	4	7
16	4	4	8
17	5	5	10
18	3	3	6
19	4	4	8
20	4	4	8
21	3	3	6
22	4	4	8
23	3	4	7
24	4	4	8
25	5	4	9
26	3	3	6
27	3	3	6
28	5	5	10
29	4	4	8
30	4	4	8
31	3	4	7
32	4	4	8
33	4	5	9
34	5	5	10
35	4	4	8
36	3	4	7
37	4	4	8
38	4	4	8
39	3	4	7
40	4	5	9

Data Responden Variabel Citra Produk (X3)

No Res	Ind 1	Ind 2	Ind 3	TOTAL
1	5	5	4	14
2	4	4	3	11
3	3	3	4	10
4	4	4	5	13
5	4	5	4	13
6	5	4	4	13
7	4	3	4	11
8	4	5	4	13
9	5	4	5	14
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	3	3	3	9
14	4	5	5	14
15	3	3	3	9
16	4	4	4	12
17	3	4	3	10
18	4	3	4	11
19	3	4	3	10
20	4	4	5	13
21	3	3	4	10
22	3	4	4	11
23	4	3	4	11
24	4	3	4	11
25	5	4	5	14
26	3	3	3	9
27	4	3	4	11
28	4	5	4	13
29	5	4	5	14
30	4	4	3	11
31	4	5	4	13
32	5	4	5	14
33	4	3	4	11
34	4	4	4	12
35	5	5	5	15
36	4	5	5	14
37	4	5	4	13
38	3	3	3	9
39	4	3	4	11
40	4	4	4	12

Data Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No Res	Ind 1	Ind 2	Ind 3	Ind 4	TOTAL
1	5	5	4	5	19
2	4	4	5	4	17
3	3	3	4	3	13
4	5	5	4	4	18
5	4	5	4	5	18
6	5	5	5	4	19
7	4	5	5	4	18
8	5	4	5	4	18
9	4	5	3	4	16
10	4	5	4	5	18
11	4	4	4	5	17
12	3	3	4	4	14
13	4	3	4	3	14
14	4	5	5	4	18
15	3	4	3	3	13
16	5	4	4	5	18
17	4	3	3	3	13
18	3	3	3	3	12
19	4	3	4	4	15
20	5	5	4	5	19
21	3	3	4	3	13
22	3	4	4	4	15
23	4	4	3	4	15
24	3	4	3	3	13
25	4	5	4	5	18
26	3	4	3	4	14
27	4	3	4	3	14
28	4	5	5	5	19
29	5	4	5	5	19
30	4	4	3	4	15
31	5	4	5	5	19
32	4	4	4	5	17
33	4	5	5	5	19
34	4	4	5	4	17
35	5	5	4	4	18
36	5	5	5	4	19
37	4	5	4	4	17
38	3	3	3	3	12
39	3	4	3	3	13
40	5	4	5	5	19

LAMPIRAN 3 Hasil Olah Data Melalui Spss V.23

Uji Validitas dan Reliabilitas**Variable Citra Produk (X1)****Correlations**

		X1	X2	X3	Citra Perusahaan
X1	Pearson Correlation	1	,363*	,480**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,021	,002	,000
	N	40	40	40	40
X2	Pearson Correlation	,363*	1	,474**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,021		,002	,000
	N	40	40	40	40
X3	Pearson Correlation	,480**	,474**	1	,829**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002		,000
	N	40	40	40	40
CitraPerusahaan	Pearson Correlation	,785**	,759**	,829**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Variable Citra Pemakai (X2)

Correlations

		X4	X5	CitraPemakai
X4	Pearson Correlation	1	,626**	,923**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	40	40	40
X5	Pearson Correlation	,626**	1	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	40	40	40
CitraPemakai	Pearson Correlation	,923**	,878**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	40	40	40

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	2

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Variable Citra Produk (X3)**Correlations**

		X6	X7	X8	Citra Produk
X6	Pearson Correlation	1	,421**	,673**	,845**
	Sig. (2-tailed)		,007	,000	,000
	N	40	40	40	40
X7	Pearson Correlation	,421**	1	,371*	,761**
	Sig. (2-tailed)	,007		,019	,000
	N	40	40	40	40
X8	Pearson Correlation	,673**	,371*	1	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000	,019		,000
	N	40	40	40	40
CitraProduk	Pearson Correlation	,845**	,761**	,827**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,732	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Loyalitas Pelanggan (Y)**Correlations**

		X9	X10	X11	X12	Loyalitas Pelanggan
X9	Pearson Correlation	1	,493**	,558**	,591**	,826**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
X10	Pearson Correlation	,493**	1	,342*	,591**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,001		,031	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
X11	Pearson Correlation	,558**	,342*	1	,486**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,031		,001	,000
	N	40	40	40	40	40
X12	Pearson Correlation	,591**	,591**	,486**	1	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000
	N	40	40	40	40	40
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,826**	,767**	,747**	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	4

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Gambaran Umum Responden

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 -24	11	27,5	27,5	27,5
	25 - 35	16	40,0	40,0	67,5
	> 35	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pengeluaran Setiap Bulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2.000.000	10	25,0	25,0	25
	2.000.000 - 4.000.000	21	52,5	52,5	77,5
	> 4.000.000	9	22,5	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	5	12,5	12,5	12,5
	Pegawai Swasta	13	32,5	32,5	45,0
	Pegawai Negeri	9	22,5	22,5	67,5
	Wiraswasta	6	15,0	15,0	82,5
	Tidak bekerja	7	17,5	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Frekuensi Pembelian Per Bulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 3	17	42,5	42,5	42,5
	4 - 6	7	17,5	17,5	60,0
	> 6	16	40	40,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Frekuensi Pembelian Per Bulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10.000 – 50.000	25	62,5	62,5	62,5
	51.000 – 80.000	7	17,5	17,5	80,0
	> 80.000	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Total Pembelian					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 3	17	42,5	42,5	42,5
	4 - 6	7	17,5	17,5	60,0
	> 6	16	40	40,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Penggunaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sendiri	26	65,0	65,0	65
	Rapat/pertemuan	4	10,0	10,0	75,0
	Oleh-oleh	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabel Silang Frekuensi Pembelian dengan Total Pembelian						
		Total_Pembelian			Total	
		10.000 – 50.000	> 50.000 – 80.000,00	> 80.000		
Frekuensi Pembelian	1 - 3	Count	10	5	2	17
		% of Total	25,0%	12,5%	5,0%	42,5%
	4 - 6	Count	5	0	2	7
		% of Total	12,5%	0,0%	5,0%	17,5%
	>6	Count	10	2	4	16
		% of Total	25,0%	5,0%	10,0%	40,0%
Total	Count	25	7	8	40	
	% of Total	62,5%	17,5%	20,0%	100,0%	

Tabel Silang Frekuensi Pembelian dengan Total Pembelian						
		Total_Pembelian			Total	
		10.000 – 50.000	> 50.000 – 80.000,00	> 80.000		
Penggunaan	Sendiri	Count	23	2	1	26
		% of Total	57,5%	5,0%	2,5%	65,0%
	Rapat/ Pertemuan	Count	0	0	4	4
		% of Total	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
	Oleh-oleh	Count	2	5	3	10
		% of Total	5,0%	12,5%	7,5%	25,0%
Total	Count	25	7	8	40	
	% of Total	62,5%	17,5%	20,0%	100,0%	

FORMULIR SCAN ANTI PLAGIARISME

8.9% *Rita*

Nama : *Dwi Adi Wijaya*
Alamat email : *mwi jaya 92 @ gmail . com*
Fak. / Prodi : *Ekonomi & Bisnis / Manajemen* NIM : *18. D1. 0234*
berupa(TESIS, TUGAS AKHIR, PROPOSAL, SKRIPSI, SUMMARY, LAPORAN KERJA PRAKTEK)

dengan judul : *Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalisasi Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Wanita Virgin Calee & Bakery Semarang)*

Semarang, *19 November 2018*
Petugas, *Rita* Yang Menyerahkan *Dwi Adi W* Dosen Pembimbing *[Signature]*

NB. Laporan hasil scan terlampir *PERPUSTAKAAN* untuk Yang bersangkutan *