



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER UNTUK RESPONDEN

KUESIONER

Dengan Hormat,

Saya Michelle Angelia Luhur, mahasiswi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul “*Analisis Brand Architecture Menggunakan Pendekatan Dave Dunn 2004 pada Bisnis Smartphone Samsung di Kota Semarang*”, saya mohon kesediaan Saudara untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap. Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas partisipasi Saudara, saya ucapkan terima kasih.

SMARTPHONE SAMSUNG

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada beberapa pertanyaan dan pernyataan berikut ini, jawablah isian dan pilihlah jawaban yang sesuai serta beri tanda centang (√) pada jawaban Anda.

PROFIL RESPONDEN

A. Karakteristik Demografi

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Pendidikan terakhir : SMA S1 S2 S3

Pengeluaran per bulan:

di bawah Rp 1.000.000,-

Rp 1.000.000,- sampai dengan Rp 5.000.000,-

di atas Rp 5.000.000,-

B. Karakteristik Psikografi

1. Ketika saya membeli *smartphone*, hal yang menjadi pertimbangan utama saya adalah: (pilih salah satu)
 - Harga yang terjangkau
 - Merek yang banyak dikenal orang
 - Fasilitas yang memadai untuk melakukan panggilan dan mengirim pesan
 - Fasilitas yang memadai untuk melakukan banyak aktifitas seperti *social networking, browsing, bermain game, mengambil gambar, mendengarkan musik, dan lain-lain*
2. Saya pernah mengganti *smartphone* saya sebanyak kali

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada beberapa pernyataan berikut ini, pilihlah jawaban yang sesuai dengan pemahaman Anda serta beri tanda centang (✓) pada jawaban Anda. Adapun:

- STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
N : Tidak tahu atau tidak berpendapat
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

BRAND ARCHITECTURE

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>A. Brand Product or Service</i>					
1. Jumlah dan variasi produk atau jasa yang ditawarkan Samsung kepada konsumen memadai.					
2. Produk atau jasa yang ditawarkan Samsung dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan saya.					
3. Produk atau jasa Samsung mengikuti perkembangan jaman.					

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>B. Brand Differentiation</i>					
1. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki perbedaan yang dapat saya mengerti.					
2. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki keunikan yang membuatnya berbeda dengan <i>smartphone</i> merek lain.					
3. Perbedaan yang dimiliki oleh <i>smartphone</i> Samsung membuat saya semakin tertarik untuk menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.					
<i>C. Brand Vision</i>					
1. Melalui berbagai inovasi yang dilakukan, saya setuju dengan visi Samsung yaitu “Mengilhami Dunia, Menciptakan Masa Depan”.					
<i>D. Brand Positioning</i>					
Menurut saya, <i>smartphone</i> Samsung adalah <i>smartphone</i> yang:					
.....					
.....					
.....					
.....					
.....					
.....					
<i>E. Brand Name</i>					
1. Nama ‘Samsung’ merupakan sebuah nama yang pendek.					
2. Nama ‘Samsung’ merupakan sebuah nama yang unik.					
3. Nama ‘Samsung’ merupakan sebuah nama yang mudah diingat.					
<i>F. Brand Identity</i>					
1. Logo yang dimiliki oleh Samsung cocok dengan nama mereknya.					
2. Logo yang dimiliki oleh Samsung merupakan logo yang unik.					

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
3. Saya dapat dengan mudah membaca logo Samsung.					
4. Saya dapat dengan mudah mengingat logo Samsung.					
G. Brand Promise					
1. Fitur-fitur di dalam produk <i>smartphone</i> Samsung selalu sesuai dengan apa yang dijanjikan.					
2. Fitur-fitur di dalam <i>smartphone</i> Samsung bekerja dengan baik sesuai dengan yang dijanjikan.					
H. Brand Character					
1. Sebagai <i>smartphone</i> , Samsung dapat menjadi asisten pribadi bagi penggunanya.					
2. Karyawan Samsung merupakan orang yang ahli di bidangnya.					
3. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki komunitas pengguna yang bernama Samsung GALAXY ComMEnity.					
I. Brand Personality					
1. <i>Smartphone</i> Samsung merupakan <i>smartphone</i> yang inovatif.					
2. <i>Smartphone</i> Samsung merupakan <i>smartphone</i> yang mudah digunakan.					
3. <i>Smartphone</i> Samsung merupakan <i>smartphone</i> yang akan sangat bermanfaat untuk membantu saya dalam banyak kegiatan.					
J. Brand Emotion					
1. Saya sudah menggunakan <i>smartphone</i> Samsung selama:					
2. Saya tidak akan mengganti <i>smartphone</i> Samsung dengan <i>smartphone</i> merek yang lainnya.					
3. Saya pernah menyarankan orang lain untuk menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.					

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>K. Brand Experience</i>					
<p>1. Pengalaman positif saya pada saat menggunakan <i>smartphone</i> Samsung adalah:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>					
<p>2. Pengalaman negatif saya pada saat menggunakan <i>smartphone</i> Samsung adalah:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>					
<p>3. Berdasarkan kedua pengalaman tersebut, apabila saya membeli <i>smartphone</i>, maka saya pasti akan membeli <i>smartphone</i> Samsung.</p>					
<i>L. Brand Quality</i>					
<p>1. Samsung terus memperbaiki kualitas <i>smartphone</i> yang diproduksinya.</p>					
<p>2. Saya rela membeli <i>smartphone</i> Samsung yang saya inginkan meskipun harganya lebih mahal daripada <i>smartphone</i> merek lain.</p>					

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
M. Brand Pricing					
1. <i>Smartphone</i> Samsung ditawarkan dengan harga yang terjangkau.					
2. Terdapat kesesuaian antara harga yang ditawarkan dan kualitas produk.					
N. Brand Packaging					
1. <i>Packaging smartphone</i> Samsung memiliki daya tahan yang baik.					
2. <i>Packaging smartphone</i> Samsung dapat melindungi produk dengan baik.					
3. <i>Packaging smartphone</i> Samsung memiliki desain yang menarik.					
O. Brand Distribution					
1. <i>Smartphone</i> Samsung dijual di tempat-tempat yang sesuai dengan kualitasnya.					
2. <i>Smartphone</i> Samsung tidak hanya dijual di <i>dealer</i> resminya, tetapi juga di beberapa agen distribusi, <i>reseller</i> , bahkan melalui penjualan secara <i>online</i> .					
P. Brand Association					
1. Ketika menjadi sponsor dari sebuah kegiatan, <i>smartphone</i> Samsung selalu memilih untuk menjadi sponsor dari sebuah kegiatan yang ada hubungannya dengan teknologi.					
2. Ingat <i>smartphone</i> , ingat Samsung.					
Q. Brand Credentials					
1. Samsung memiliki hak cipta.					
2. Samsung memiliki merek dagang terdaftar dari Samsung Electronics.					
3. Samsung sudah memenuhi pedoman internasional untuk paparan terhadap gelombang radio atau yang biasa dikenal sebagai <i>Specific Absorption Rate (SAR)</i> .					

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
4. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki banyak <i>review</i> yang baik di internet maupun <i>social media</i> .					
5. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki banyak testimoni yang baik di internet maupun <i>social media</i> .					
R. Brand Message					
1. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki pesan merek yang mudah dipahami.					
2. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki pesan merek yang membedakannya dengan kompetitornya.					
3. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki pesan merek yang dapat dipercaya.					

Bila ada hal lain yang hendak diungkapkan, dipersilahkan untuk menuliskan pendapat Anda di bawah ini:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TERIMAKASIH

LAMPIRAN 2: KUESIONER UNTUK PERUSAHAAN

BRAND ARCHITECTURE SMARTPHONE SAMSUNG

PERNYATAAN	STRATEGI, DESKRIPSI, PENDAPAT
<i>A. Brand Product or Service</i>	
1. Ada berapa banyak variasi produk <i>smartphone</i> Samsung yang ada di kota Semarang ?	
2. Menurut Anda, apakah produk atau jasa yang ditawarkan <i>smartphone</i> Samsung dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan konsumen ? Buktinya ?	
3. Produk atau jasa Samsung mengikuti perkembangan jaman.	
<i>B. Brand Differentiation</i>	
1. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki perbedaan yang dapat dimengerti oleh konsumen.	
2. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki keunikan yang membuatnya berbeda dengan <i>smartphone</i> merek lain.	
3. Perbedaan yang dimiliki membuat <i>smartphone</i> Samsung makin diminati oleh konsumen.	
<i>C. Brand Vision</i>	
1. Konsumen setuju dengan visi Samsung yaitu “Mengilhami Dunia, Menciptakan Masa Depan”.	

PERNYATAAN	STRATEGI, DESKRIPSI, PENDAPAT
<i>D. Brand Positioning</i>	
<p><i>Mindset yang ingin ditanamkan di benak konsumen tentang <i>smartphone</i> Samsung:</i></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	
<i>E. Brand Name</i>	
1. Nama 'Samsung' merupakan sebuah nama yang pendek.	
2. Nama 'Samsung' merupakan sebuah nama yang unik.	
3. Nama 'Samsung' merupakan sebuah nama yang mudah diingat.	
<i>F. Brand Identity</i>	
1. Logo yang dimiliki oleh Samsung cocok dengan nama mereknya.	
2. Logo yang dimiliki oleh Samsung merupakan logo yang unik.	
3. Logo yang dimiliki oleh Samsung mudah dibaca.	
4. Logo yang dimiliki oleh Samsung mudah diingat.	
<i>G. Brand Promise</i>	
1. Fitur-fitur di dalam produk <i>smartphone</i> Samsung selalu sesuai dengan apa yang dijanjikan.	

PERNYATAAN	STRATEGI, DESKRIPSI, PENDAPAT
2. Fitur-fitur di dalam <i>smartphone</i> Samsung bekerja dengan baik sesuai dengan yang dijanjikan.	
H. Brand Character	
1. Konsumen mengetahui bahwa sebagai <i>smartphone</i> , Samsung dapat menjadi asisten pribadi bagi penggunanya.	
2. Konsumen mengetahui bahwa karyawan Samsung merupakan orang yang ahli di bidangnya.	
3. Konsumen mengetahui bahwa <i>smartphone</i> Samsung memiliki komunitas pengguna yang bernama Samsung GALAXY ComMEnity.	
I. Brand Personality	
1. <i>Smartphone</i> Samsung merupakan <i>smartphone</i> yang inovatif.	
2. <i>Smartphone</i> Samsung merupakan <i>smartphone</i> yang mudah digunakan.	
3. <i>Smartphone</i> Samsung merupakan <i>smartphone</i> yang akan sangat bermanfaat untuk membantu saya dalam banyak kegiatan.	
J. Brand Emotion	
1. Konsumen sudah menggunakan <i>smartphone</i> Samsung dalam waktu yang cukup lama.	
2. Konsumen tidak akan mengganti <i>smartphone</i> Samsung dengan <i>smartphone</i> merek yang lainnya.	

PERNYATAAN	STRATEGI, DESKRIPSI, PENDAPAT
3. Konsumen pernah menyarankan orang lain untuk menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.	
K. Brand Experience	
1. Pengalaman positif konsumen pada saat menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.	
2. Pengalaman negatif konsumen pada saat menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.	
3. Pengalaman positif dan negatif yang dimiliki konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk ke depannya.	
L. Brand Quality	
1. Samsung terus memperbaiki kualitas <i>smartphone</i> yang diproduksinya.	
2. Saya rela membeli <i>smartphone</i> Samsung yang saya inginkan meskipun harganya lebih mahal daripada <i>smartphone</i> merek lain.	
M. Brand Pricing	
1. <i>Smartphone</i> Samsung ditawarkan dengan harga yang terjangkau.	
2. Terdapat kesesuaian antara harga yang ditawarkan dan kualitas produk.	

PERNYATAAN	STRATEGI, DESKRIPSI, PENDAPAT
<i>N. Brand Packaging</i>	
1. <i>Packaging smartphone</i> Samsung memiliki daya tahan yang baik.	
2. <i>Packaging smartphone</i> Samsung dapat melindungi produk dengan baik.	
3. <i>Packaging smartphone</i> Samsung memiliki desain yang menarik.	
<i>O. Brand Distribution</i>	
1. <i>Smartphone</i> Samsung dijual di tempat-tempat yang sesuai dengan kualitasnya.	
2. <i>Smartphone</i> Samsung tidak hanya dijual di dealer resminya, tetapi juga di beberapa agen distribusi, <i>reseller</i> , bahkan melalui penjualan secara <i>online</i> .	
<i>P. Brand Association</i>	
1. Kegiatan apa saja yang pernah disponsori oleh Samsung ?	
2. Ingat <i>smartphone</i> , ingat Samsung.	
<i>Q. Brand Credentials</i>	
1. Samsung memiliki hak cipta.	
2. Samsung memiliki merek dagang terdaftar dari Samsung Electronics.	
3. Samsung sudah memenuhi pedoman internasional untuk paparan terhadap gelombang radio atau yang biasa dikenal sebagai <i>Specific Absorption Rate (SAR)</i> .	

PERNYATAAN	STRATEGI, DESKRIPSI, PENDAPAT
4. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki banyak <i>review</i> yang baik di internet maupun <i>social media</i> .	
5. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki banyak testimoni yang baik di internet maupun <i>social media</i> .	
R. <i>Brand Message</i>	
1. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki pesan merek yang mudah dipahami.	
2. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki pesan merek yang membedakannya dengan kompetitornya.	
3. <i>Smartphone</i> Samsung memiliki pesan merek yang dapat dipercaya.	

Bila ada hal lain yang hendak diungkapkan:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TERIMAKASIH