


LAMPIRAN 1



DAFTAR PERTANYAAN

I. IDENTITAS RESPONDEN.

1. Tingkat pendidikan terakhir
 - a. Tamat SD.
 - b. Tamat SLTP.
 - c. Tamat SLTA.
 - d. Tamat Akademik.
 - e. Tamat Perguruan Tinggi.
 2. Pekerjaan.
 - a. Wiraswasta.
 - b. Pegawai swasta.
 - c. Pegawai negeri.
 - d. Lain-lain.
 3. Penghasilan per bulan
 - a. Kurang dari 500.000.
 - b. Antara 500.000 - 1.000.000.
 - c. Antara 1.000.000 - 1.500.000.
 - d. Lebih dari 1.500.000.
 4. Berapa Lt minyak goreng yang anda konsumsi tiap bulan
 - a. 5 Lt.
 - b. 10 Lt.
 - c. 15 Lt.
 - d. 20 Lt.
 - e. 30 Lt.
- 
- The image contains a large, semi-transparent watermark logo of Universitas Katolik Sapranata. The logo is a yellow shield with a white cross at the top, a white lotus flower in the center, and a white book at the bottom. The text 'UNIVERSITAS KATOLIK' is written in a semi-circle above the shield, and 'SAPRANATA' is written in a semi-circle below it.

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER :

- Untuk jenis pertanyaan Essay jawablah sesuai dengan yang anda ketahui.
- Untuk jenis pertanyaan Multiplechoice pilihlah salah satu jawaban yang saudara anggap paling sesuai dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban saudara.
- Ket untuk pertanyaan D:
STS = Sangat tidak setuju.
TS = Tidak setuju.
RR = Ragu-ragu.
S = Setuju.
SS = Sangat setuju.

A. KESADARAN MEREK.

1. Coba anda sebutkan 1 merek minyak goreng yang anda ketahui yang dijual di pasar?
2. Sebutkan merek minyak goreng lainnya selain yang anda sebutkan diatas.
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.
3. Dalam 3 bulan terakhir ini merek minyak goreng apa saja yang telah anda pakai ?
4. Dari beberapa merek minyak goreng diatas merek minyak goreng apa yang sering anda gunakan dalam 3 bulan terakhir ini ?

B. ASOSIASI MEREK.

Apakah kesan anda terhadap produk minyak goreng Tropical :

- | | | |
|--|--------|-----------|
| 1. Minyak dengan teknologi tinggi | a. Ya. | b. Tidak. |
| 2. Harga terjangkau | a. Ya. | b. Tidak. |
| 3. Minyak goreng berkualitas tinggi | a. Ya. | b. Tidak. |
| 4. Warna kemasan yang sangat khas | a. Ya. | b. Tidak. |
| 5. Rendah kolesterol | a. Ya. | b. Tidak. |
| 6. Kejernihan minyak yang bagus | a. Ya. | b. Tidak. |
| 7. Rasanya enak | a. Ya. | b. Tidak. |
| 8. Bentuk botol yang praktis dan bagus | a. Ya. | b. Tidak. |
| 9. Iklannya bagus dan menarik | a. Ya. | b. Tidak. |
| 10. Botol bergambar dengan bagus | a. Ya. | b. Tidak. |
| 11. Aman bagi kesehatan | a. Ya. | b. Tidak. |

B. PERSEPSI KUALITAS.

Berhubungan dengan Performance :

- | | | |
|---|------------------|-----------|
| 1. Bentuk kemasan minyak goreng Tropical: | | |
| a. Sangat jelek. | b. Jelek. | c. Cukup. |
| d. Bagus. | e. Sangat bagus. | |
| 2. Kejernihan minyak goreng Tropical: | | |
| a. Sangat jelek. | b. Jelek | c. Cukup. |
| d. Bagus | e. Sangat bagus. | |
| 3. Warna dari kemasan minyak goreng Tropical: | | |
| a. Sangat buruk. | b. Buruk. | c. Cukup. |
| d. Baik. | e. Sangat baik. | |
| 4. Kualitas minyak goreng Tropical: | | |
| a. Sangat jelek. | b. Jelek. | c. Cukup. |
| d. Bagus. | e. Sangat bagus. | |

5. Tingkat keamanan bagi kesehatan:

- a. Sangat tidak aman. b. Tidak aman. c. Cukup aman.
d. Aman. e. Sangat aman.

6. Ketahanan terhadap perubahan suhu:

- a. Sangat tidak tahan. b. Tidak tahan. c. Cukup tahan.
d. Tahan. e. Sangat tahan.

7. Ketersediaan minyak goreng:

- a. Sangat tidak tersedia. b. Tidak tersedia. c. Biasa saja.
d. Tersedia. e. Sangat tersedia.

Berhubungan dengan Importance :

1. Bentuk kemasan minyak goreng Tropical:

- a. Sangat tidak penting. b. Tidak penting. c. Biasa saja
d. Penting. e. Sangat penting.

2. Kejernihan minyak goreng Tropical:

- a. Sangat tidak penting. b. Tidak penting c. Biasa saja
d. Penting. e. Sangat penting.

3. Warna dari kemasan minyak goreng Tropical:

- a. Sangat tidak penting. b. Tidak penting. c. Biasa saja.
d. Penting. e. Sangat penting.

4. Kualitas minyak goreng Tropical:

- a. Sangat tidak penting. b. Tidak penting. c. Biasa saja.
d. Penting. e. Sangat penting.

5. Tingkat keamanan bagi kesehatan:

- a. Sangat tidak penting. b. Tidak penting. c. Biasa saja.
d. Penting. e. Sangat penting.

6. Ketahanan terhadap perubahan suhu:

- a. Sangat tidak penting. b. Tidak penting. c. Biasa saja.
d. Penting. e. Sangat penting.

7. Ketersediaan minyak goreng:

- a. Sangat tidak penting. b. Tidak penting. c. Biasa saja.
d. Penting. e. Sangat penting.

D. LOYALITAS MEREK.

1. Anda sering berpindah merek minyak goreng Tropical ke merek minyak goreng yang lain.

- a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.

2. Anda membeli merek minyak goreng Tropical karena harganya murah.

- a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.

3. Setujukah anda bila alasan anda membeli merek minyak goreng Tropical itu hanya karena kebiasaan saja?

- a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.

4. Anda akan membeli minyak goreng merek lain apabila merek minyak goreng Tropical tidak ada.

- a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.

5. Anda mendapatkan kepuasan dalam mengkonsumsi minyak goreng Tropical.
a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.
6. Kepuasan anda dengan mengkonsumsi minyak goreng Tropical itu lebih besar bila dibandingkan dengan merek yang lain?
a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.
7. Anda benar-benar menyukai merek minyak goreng Tropical tersebut.
a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.
8. Anda tetap membeli walaupun harga minyak goreng Tropical itu naik.
a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.
9. Bila di toko yang biasa anda membeli minyak tersebut habis, apakah saudara mencarinya di toko yang lain?
a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.
10. Anda akan menyarankan orang lain untuk membeli minyak goreng Tropical.
a. SS. b. S. c. RR.
d. TS. e. STS.

LAMPIRAN 2

Validitas dan Reliabilitas



Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
M1	8.1333	5.0161	.5248	.8066
M2	8.1667	4.9713	.4771	.8098
M3	8.1000	5.1276	.5522	.8070
M4	8.3000	4.3552	.6760	.7882
M5	8.1000	5.3345	.3648	.8188
M6	8.1333	5.2230	.3659	.8187
M7	8.1333	5.2230	.3659	.8187
M8	8.3000	4.7000	.4739	.8119
M9	8.4667	4.1195	.7101	.7837
M10	8.4333	4.3920	.5680	.8026
M11	8.0667	5.4437	.4101	.8183

Reliability Coefficients

Number of Cases =	30.0	N of Items =	11
Correlation between forms =	.5771	Equal-length Spearman-Brown =	.7319
Cronbach Split-half =	.7307	Unequal-length Spearman-Brown =	.7331
6 Items in part 1		5 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.7556	Alpha for part 2 =	.7249

Persepsi Kualitas

No. Resp	Performance							Importance						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4
5	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	2
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5
9	4	5	3	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	3
10	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
11	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
12	3	5	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
13	3	4	3	5	4	4	3	3	5	3	5	5	4	3
14	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3
15	3	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	3
16	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
17	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5	5	4	4
18	3	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4
19	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
20	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4
21	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
22	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4
23	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5
24	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3
25	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
26	3	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4
27	3	5	3	5	5	5	4	3	5	3	5	5	4	4
28	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
29	3	4	3	4	4	4	3	3	5	3	5	5	4	3
30	3	5	4	5	5	5	4	3	5	3	4	4	4	3

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

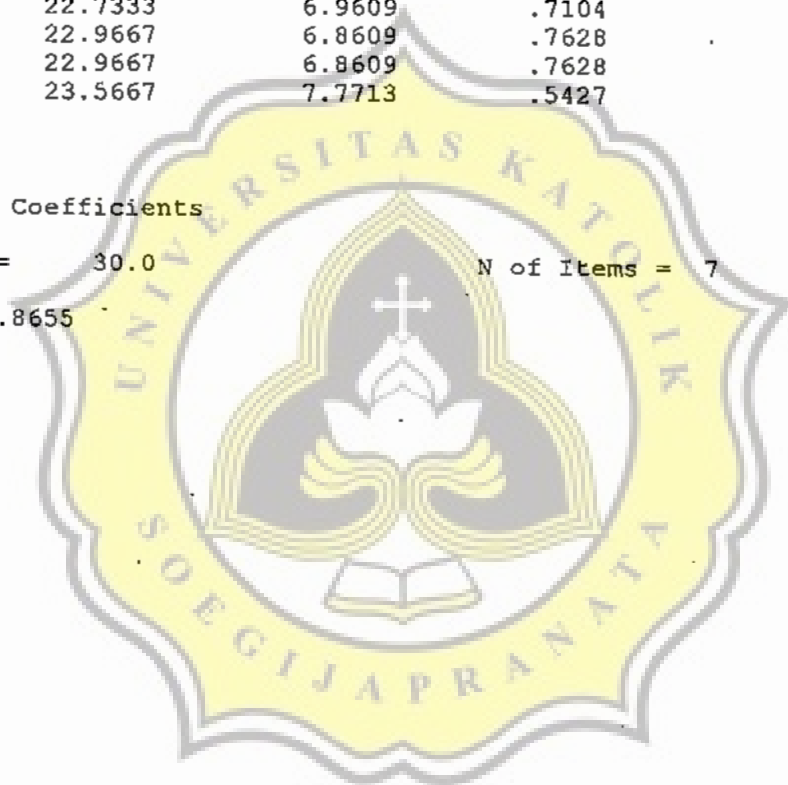
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P1	23.6333	7.8264	.5340	.8597
P2	22.8000	7.2000	.6651	.8425
P3	23.5333	8.1885	.4739	.8661
P4	22.7333	6.9609	.7104	.8358
P5	22.9667	6.8609	.7628	.8279
P6	22.9667	6.8609	.7628	.8279
P7	23.5667	7.7713	.5427	.8587

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 7

Alpha = .8655



Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

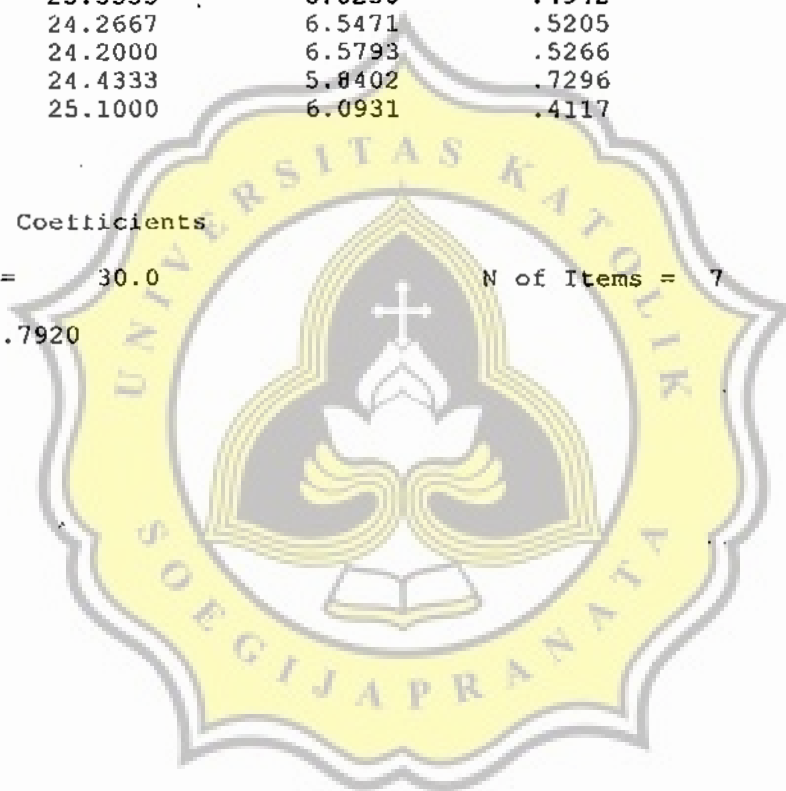
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
I1	25.3000	6.0103	.4995	.7706
I2	24.3667	6.2402	.5525	.7599
I3	25.3333	6.0230	.4942	.7718
I4	24.2667	6.5471	.5205	.7673
I5	24.2000	6.5793	.5266	.7669
I6	24.4333	5.8402	.7296	.7279
I7	25.1000	6.0931	.4117	.7928

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 7

Alpha = .7920



Loyalitas Merek

No. Resp	Loyalitas Merek									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
8	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
10	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
11	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
12	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4
15	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
16	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
17	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4
18	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2
19	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
20	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4
21	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
22	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
23	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
24	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
25	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
26	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
27	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
29	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
30	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

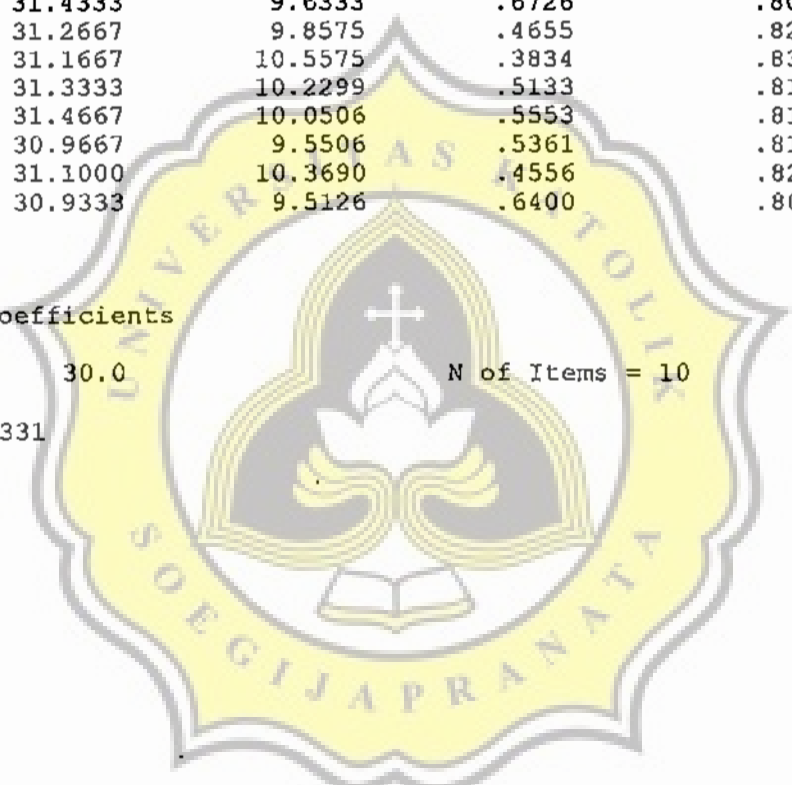
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
LM1	31.1333	10.1885	.4321	.8270
LM2	31.5000	9.7069	.6028	.8099
LM3	31.4333	9.6333	.6726	.8038
LM4	31.2667	9.8575	.4655	.8249
LM5	31.1667	10.5575	.3834	.8304
LM6	31.3333	10.2299	.5133	.8191
LM7	31.4667	10.0506	.5553	.8152
LM8	30.9667	9.5506	.5361	.8172
LM9	31.1000	10.3690	.4556	.8241
LM10	30.9333	9.5126	.6400	.8058

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 10

Alpha = .8331



LAMPIRAN 3

Frekuensi Jawaban Responden



Asosiasi Merek

No. Resp	Asosiasi Merek										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1
13	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
18	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1
19	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
21	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
22	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
23	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1
24	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
32	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
33	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1
34	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
35	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1
36	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1
37	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
38	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
39	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1
40	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1
41	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1
42	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1
43	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1
44	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
46	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1
50	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1

Asosiasi Merek

No. Resp	Asosiasi Merek										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
56	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1
58	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
59	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1
60	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
61	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
63	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1
64	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
65	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1
66	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0
67	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
68	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
69	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
70	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1
71	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
74	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
76	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
77	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
78	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
79	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
80	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1
81	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1
82	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1
83	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1
84	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1
85	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
86	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1
87	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1
88	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1
89	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
90	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1
91	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1
92	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
93	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
94	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1
95	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1
96	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
97	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1
98	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
99	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1
100	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1

Persepsi Kualitas

No. Resp	Performance							Importance						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
52	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
54	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5
55	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	4	5	5	5	3	3	1	3	4	1	3	3
57	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5
58	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
59	3	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3
60	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
61	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3
62	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
63	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
64	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3
65	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
66	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3
67	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
68	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
69	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
70	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
71	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3
72	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
74	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4
75	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
76	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
77	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
78	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4
80	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
81	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4
82	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4
83	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
84	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
85	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3
86	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3
87	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
88	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3
89	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
90	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
92	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
93	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
94	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
95	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
96	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
97	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
98	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
99	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
100	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
Jumlah	368	418	374	415	409	398	371	359	411	358	412	419	392	366
Rata-rata	3.68	4.18	3.74	4.15	4.09	3.98	3.71	3.59	4.11	3.58	4.12	4.19	3.92	3.66

Loyalitas Merek

No. Resp	Loyalitas Merek									
	Switcher		Habitual		Satisfied		Likes	Comitted		
	1	4	2	3	5	6	7	8	9	10
1	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3
2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
8	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
10	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
11	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
12	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
15	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3
16	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
17	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4
18	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2
19	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
20	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
21	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
22	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
23	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
24	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
25	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
26	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
27	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
29	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
32	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
33	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5
34	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4
35	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4
36	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
37	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
38	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
39	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
40	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4
41	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4
42	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
43	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
44	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
45	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4
46	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
47	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4
48	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3
49	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
50	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
51	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4

Loyalitas Merek

No. Resp	Loyalitas Merek									
	Switcher		Habitual		Satisfied		Likes	Comitted		
	1	4	2	3	5	6	7	8	9	10
52	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3
53	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4
54	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
55	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
56	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
57	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4
58	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
59	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4
60	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
61	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
62	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2
63	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4
64	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4
65	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2
66	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4
67	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
68	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4
69	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4
70	4	4	2	3	4	2	4	3	2	4
71	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4
72	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
73	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
74	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
75	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5
76	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3
77	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
78	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4
79	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
80	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
81	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
82	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4
83	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5
84	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
85	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4
86	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4
87	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
88	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4
89	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4
90	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
91	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4
92	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
93	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4
94	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4
95	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4
96	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3
97	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4
98	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4
99	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5
100	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
Jumlah	367	351	343	347	362	336	338	376	374	389
Rata-rata	3.67	3.51	3.43	3.47	3.62	3.36	3.38	3.76	3.74	3.89

No. Resp.	Loyalitas Merek				
	Skor Rata-rata				
	Switcher	Habitual	Satisfied	Likes	Comitted
1	4.00	3.50	3.50	3.00	3.67
2	3.50	3.00	3.00	3.00	4.00
3	3.00	3.00	3.50	3.00	4.00
4	3.00	3.00	3.50	3.00	4.00
5	3.50	3.00	3.00	3.00	3.00
6	3.50	3.50	3.50	3.00	4.00
7	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
8	4.00	3.50	3.00	3.00	3.67
9	4.00	4.00	4.00	4.00	4.33
10	4.00	3.50	3.00	3.00	3.33
11	3.50	3.00	3.50	3.00	4.00
12	3.00	3.00	3.50	3.00	3.67
13	3.50	3.00	3.00	3.00	3.00
14	4.00	3.00	3.00	4.00	3.67
15	4.00	3.50	3.50	3.00	3.33
16	4.00	3.50	3.50	3.00	3.67
17	3.00	3.00	3.50	4.00	3.67
18	2.00	2.00	3.00	2.00	2.67
19	3.50	3.00	3.50	3.00	4.00
20	4.00	3.50	3.50	3.00	3.33
21	4.00	4.00	4.00	4.00	4.33
22	4.00	3.50	4.00	3.00	3.33
23	3.00	3.00	4.00	4.00	3.67
24	3.50	3.50	4.00	3.00	4.00
25	3.50	3.50	3.50	3.00	4.00
26	4.00	3.50	4.00	4.00	4.33
27	3.00	3.00	3.50	3.00	4.00
28	3.50	4.00	4.00	4.00	4.33
29	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00
30	2.50	2.50	3.00	3.00	3.00
31	3.00	4.00	3.50	3.00	3.33
32	4.00	3.50	3.50	3.00	3.33
33	4.00	3.00	4.00	4.00	4.67
34	4.00	3.50	3.50	3.00	3.33
35	3.00	4.00	4.00	4.00	4.33
36	4.00	3.50	3.00	3.00	3.67
37	4.00	3.50	3.00	4.00	3.67
38	3.00	3.50	3.50	4.00	4.00
39	4.00	3.50	3.00	3.00	3.67
40	3.50	4.50	4.00	4.00	4.33
41	3.50	4.00	4.00	4.00	4.33
42	3.50	3.50	3.50	3.00	4.00
43	4.00	3.50	3.50	3.00	3.33
44	4.00	4.00	4.00	4.00	4.33
45	3.50	4.00	3.50	4.00	4.33
46	3.50	4.00	4.00	4.00	4.33
47	4.50	4.00	3.50	4.00	3.33
48	4.00	3.50	3.50	3.00	3.67
49	3.50	3.00	3.50	3.00	4.00
50	3.50	3.50	3.50	3.00	4.00
51	4.00	3.00	3.50	3.00	3.67

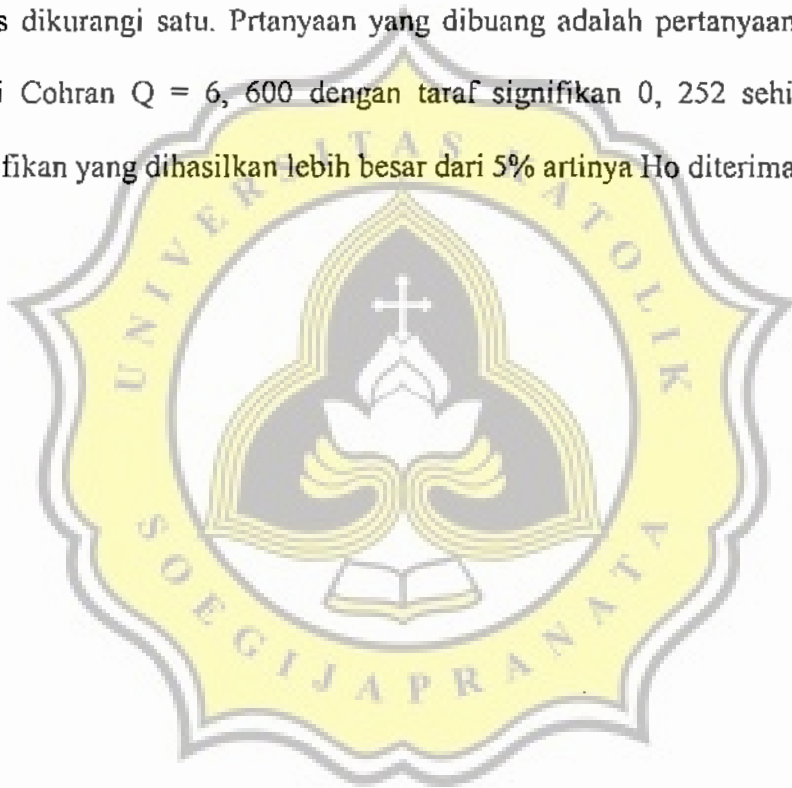
No. Resp.	Loyalitas Merek				
	Skor Rata-rata				
	Switcher	Habitual	Satisfied	Likes	Comitted
52	2.00	3.00	2.00	3.00	2.33
53	3.50	3.50	3.50	3.00	4.33
54	3.00	3.00	3.50	3.00	3.67
55	4.00	3.50	3.50	3.00	3.67
56	3.00	3.50	3.50	3.00	4.00
57	3.50	3.50	3.50	3.00	4.00
58	3.50	3.00	3.50	3.00	4.00
59	3.00	2.50	3.50	3.00	4.00
60	3.50	4.00	3.50	4.00	3.00
61	4.00	3.50	3.00	3.00	3.33
62	4.00	3.50	3.50	3.00	3.00
63	3.00	3.50	3.50	3.00	3.67
64	3.50	3.50	3.50	4.00	4.33
65	3.50	2.50	3.00	2.00	2.33
66	3.00	3.50	3.50	3.00	4.00
67	4.00	3.00	3.50	3.00	3.33
68	4.00	3.00	3.50	3.00	3.67
69	4.00	3.00	3.50	4.00	4.33
70	4.00	2.50	3.00	4.00	3.00
71	3.50	3.50	4.00	4.00	4.07
72	4.00	3.50	3.50	3.00	3.67
73	3.50	3.50	3.50	3.00	4.00
74	3.00	4.00	3.50	3.00	3.67
75	4.50	4.00	3.50	4.00	4.33
76	3.00	2.50	3.50	3.00	3.67
77	3.00	3.00	3.50	3.00	4.00
78	4.00	3.50	3.50	3.00	3.00
79	3.00	3.50	3.00	3.00	4.00
80	4.00	4.00	3.50	4.00	4.33
81	4.00	4.00	4.50	4.00	4.33
82	3.50	3.50	3.50	4.00	4.33
83	4.00	3.50	3.50	3.00	3.67
84	3.00	3.50	3.50	4.00	3.67
85	3.50	4.00	3.50	4.00	4.33
86	4.50	4.00	3.50	4.00	3.67
87	4.00	4.00	3.50	4.00	4.33
88	3.50	4.00	4.00	4.00	4.33
89	3.50	4.00	3.50	4.00	4.33
90	4.00	3.50	3.50	3.00	3.33
91	3.50	3.50	3.50	4.00	4.33
92	3.50	4.00	4.00	4.00	4.33
93	4.50	4.00	3.50	4.00	3.67
94	4.00	4.00	4.00	4.00	4.33
95	3.50	3.50	3.00	4.00	3.00
96	4.00	3.50	3.50	3.00	3.67
97	3.00	4.00	3.50	4.00	4.33
98	4.00	3.50	3.00	3.00	3.33
99	3.50	3.50	4.00	4.00	4.67
100	3.50	4.00	3.50	3.00	3.67
Jumlah	359.0	345.0	349.0	338.0	379.7
Rata-rata	3.59	3.45	3.49	3.38	3.80

Langkah – langkah pengujian sebelas asosiasi merek minyak goreng

Tropical melalui uji Cochran Q :

- (1). Langkah pertama $Df = 10$, atau jumlah pertanyaan 11 item, nilai Cochran Q = 112, 417 dengan taraf signifikan 0, 000, sehingga taraf signifikan yang dihasilkan lebih kecil dari 5% artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- (2). Langkah ke dua $Df = 9$, atau jumlah pertanyaan 10 item, berarti pertanyaan harus dikurangi satu. Pertanyaan yang dibuang adalah pertanyaan nomor 10. Nilai Cochran Q = 88, 451 dengan taraf signifikan 0, 000 sehingga taraf signifikan yang dihasilkan lebih kecil dari 5% artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- (3). Langkah ketiga $Df = 8$, atau jumlah pertanyaan 9 item, berarti pertanyaan harus dikurangi satu. Pertanyaan yang dibuang adalah pertanyaan nomor 4. Nilai Cochran Q = 64, 371 dengan taraf signifikan 0, 000 sehingga taraf signifikan yang dihasilkan lebih kecil dari 5% artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- (4). Langkah keempat $Df = 7$, atau jumlah pertanyaan 8 item, berarti pertanyaan harus dikurangi satu. Pertanyaan yang dibuang adalah pertanyaan nomor 9. Nilai Cochran Q = 38, 672 dengan taraf signifikan 0, 000 sehingga taraf signifikan yang dihasilkan lebih kecil dari 5% artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

- (5). Langkah kelima $Df = 6$, atau jumlah pertanyaan 7 item, berarti pertanyaan harus dikurangi satu. Pertanyaan yang dibuang adalah pertanyaan nomor 8. Nilai Cochran Q = 15, 608 dengan taraf signifikan 0, 016 sehingga taraf signifikan yang dihasilkan lebih kecil dari 5% artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- (6). Langkah keenam $Df = 5$, atau jumlah pertanyaan 6 item, berarti pertanyaan harus dikurangi satu. Prtanyaan yang dibuang adalah pertanyaan nomor 7. Nilai Cochran Q = 6, 600 dengan taraf signifikan 0, 252 sehingga taraf signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 5% artinya H_0 diterima.



VPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
AM1	100	.85	.36	0	1
AM2	100	.77	.42	0	1
AM3	100	.80	.40	0	1
AM4	100	.50	.50	0	1
AM5	100	.77	.42	0	1
AM6	100	.74	.44	0	1
AM7	100	.67	.47	0	1
AM8	100	.57	.50	0	1
AM9	100	.52	.50	0	1
AM10	100	.47	.50	0	1
AM11	100	.84	.37	0	1

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
AM1	15	85
AM2	23	77
AM3	20	80
AM4	50	50
AM5	23	77
AM6	26	74
AM7	33	67
AM8	42	57
AM9	48	52
AM10	53	47
AM11	16	84

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	112.417 ^a
df	10
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Par Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
AM1	100	.85	.36	0	1
AM2	100	.77	.42	0	1
AM3	100	.80	.40	0	1
AM4	100	.50	.50	0	1
AM5	100	.77	.42	0	1
AM6	100	.74	.44	0	1
AM7	100	.67	.47	0	1
AM8	100	.57	.50	0	1
AM9	100	.52	.50	0	1
AM11	100	.84	.37	0	1

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
AM1	15	85
AM2	23	77
AM3	20	80
AM4	50	50
AM5	23	77
AM6	26	74
AM7	33	67
AM8	43	57
AM9	48	52
AM11	16	84

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	88.451 ^a
df	9
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

IPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
AM1	100	.85	.36	0	1
AM2	100	.77	.42	0	1
AM3	100	.80	.40	0	1
AM5	100	.77	.42	0	1
AM6	100	.74	.44	0	1
AM7	100	.67	.47	0	1
AM8	100	.57	.50	0	1
AM9	100	.52	.50	0	1
AM11	100	.84	.37	0	1

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
AM1	15	85
AM2	23	77
AM3	20	80
AM5	23	77
AM6	26	74
AM7	33	67
AM8	43	57
AM9	48	52
AM11	16	84

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	64.371 ^a
df	8
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

IPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
AM1	100	.85	.36	0	1
AM2	100	.77	.42	0	1
AM3	100	.80	.40	0	1
AM5	100	.77	.42	0	1
AM6	100	.74	.44	0	1
AM7	100	.67	.47	0	1
AM8	100	.57	.50	0	1
AM11	100	.84	.37	0	1

Cochran Test

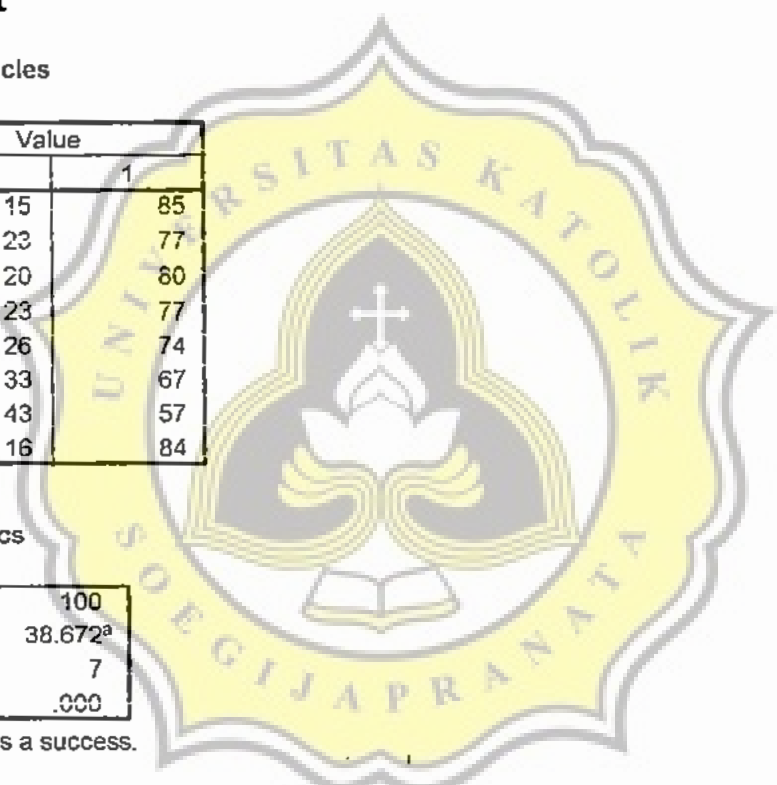
Frequencies

	Value	
	0	1
AM1	15	85
AM2	23	77
AM3	20	80
AM5	23	77
AM6	26	74
AM7	33	67
AM8	43	57
AM11	16	84

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	38.672 ^a
df	7
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.



IPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
AM1	100	.85	.36	0	1
AM2	100	.77	.42	0	1
AM3	100	.80	.40	0	1
AM5	100	.77	.42	0	1
AM6	100	.74	.44	0	1
AM7	100	.67	.47	0	1
AM11	100	.84	.37	0	1

Cochran Test

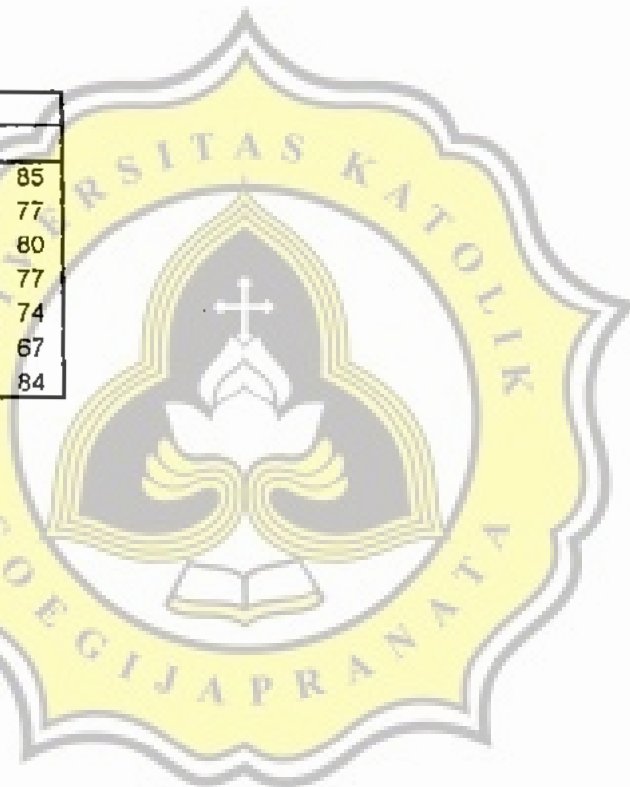
Frequencies

	Value	
	0	1
AM1	15	85
AM2	23	77
AM3	20	80
AM5	23	77
AM6	26	74
AM7	33	67
AM11	16	84

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	15.608 ^a
df	6
Asymp. Sig.	.016

a. 1 is treated as a success.



NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
AM1	100	.85	.36	0	1
AM2	100	.77	.42	0	1
AM3	100	.80	.40	0	1
AM5	100	.77	.42	0	1
AM6	100	.74	.44	0	1
AM11	100	.84	.37	0	1

Cochran Test

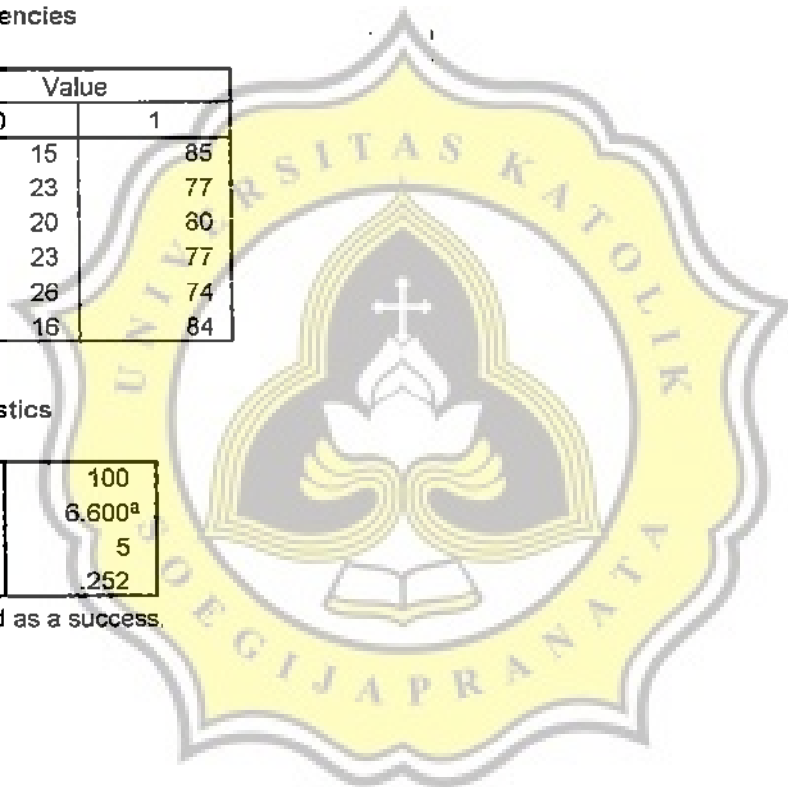
Frequencies

	Value	
	0	1
AM1	15	85
AM2	23	77
AM3	20	80
AM5	23	77
AM6	26	74
AM11	16	84

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	6.600 ^a
df	5
Asymp. Sig.	.252

a. 1 is treated as a success.



LAMPIRAN 4

Tabel r- Product Moment



**NAMA DAN ALAMAT RESPONDEN MINYAK GORENG TROPICAL
DI SEMARANG SELATAN**

NO.	NAMA	ALAMAT
1.	Totok Suparto	Gombel Permai X / 257. Telp : 7475255.
2.	Soenarjo	Gombel Permai IX / 136. Telp : 7471080.
3.	Suprpto	Gombel Permai X / 266. Telp : 7474555.
4.	Roni	Gombel Permai IX / 140. Telp : 7478784.
5.	Budi Tjahjanto, SH	Gombel Permai XV / 464. Telp : 7471171.
6.	Efendi Buyung	Gombel Permai X / 246.
7.	Yatimah	Waru Timur I / 14.
8.	Haris	Payung Sari II / 12. Telp : 7462783.
9.	Made	Karang Rejo IV / 17.
10.	Anny	Srandol Indah II / 11. Telp : 7474583.
11.	Erni	Bukit Soka 1.
12.	Sri	Karang Rejo 119.
13.	Abdullah	Ngesrep Barat I / 53. Telp : 7477903.
14.	Wachid	Ngesrep Timur VI / 6.
15.	Prabowo	Srandol Asri 12. Telp : 7471469.
16.	Elly	Karang rejo 58.
17.	Pratiwi	Gombel Permai X / 248. Telp : 7472069.
18.	Scryo Budi Utomo	Gombel Permai X / 268.
19.	Agus Sutarmin	Gombel Permai X / 262. Telp : 7470476.
20.	Santoso	Ngesrep Timur II / 35.



BUKU KONSULTASI SKRIPSI



NAMA : ANIE SUSILOWATI

NIM : 99.30.2588

JUDUL :

"ANALISIS EKUITAS MEREK MINYAK GORENG
TROPICAL (Studi kasus pada ibu² rumah
tangga di Perumahan Gombel Permai Semarang)

PERIODE

Dosen Pembimbing : I. Dra. Retno Justini, M.Si

II. A. PERJANI, S.E., M.SHRM

Dosen Wali

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIKA SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

1902 812 6

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Pembahasan topik I Penelitian & data pendukung / prasurvey	I 19/0 /1	Revisi proposal sesuai dgn topik & sumber	Ka
	II 14/01 /15	Aee - toptu felumta kure Supermarket sesuai proposal	Ka
	III 11/01 /16	objek ganti prokula pita yg belum market vendor	Ka
	IV 22/01 /16	Menjaga judul bkinin: FUNITAS Mark Minuda Boring Tropical	Ka
	V		
	VI		



CATATAN KONSULTASI

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Latar Belakang Penelitian Perumusan Masalah Tujuan & Manfaat	I 22/6	Perumusan Masalah - Bgmn eluantes mnde ... di seluruh	Bd
	II	berdasarkan loyalitas, kepercayaan, kepuasan, kepuasan, dan	
	III	Tujuan : sistematiskan Perhatikan Salah tulis	
	IV 3/7	Perbaikan (bth lengkap) Perumusan mclh & tujuan penelitian	
	V		
	VI		

BUKU KONSULTASI SKRIPSI

CATATAN KONSULTASI

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Landasan Teori Kerangka Pikir Definisi Operasional	I	Perbaiki Keilmiah ; Kerangka pikir	Bd
	II 3/7	Tambahkan Manfaat Mula & Implikasi bagi pemasar dlm L. Teori	
	III	Perbaiki Kuis	
	IV 25/10	Perbaiki Det. OP	Bd
	V		
	VI		

BUKU KONSULTASI SKRIPSI

CATAHAN KONSULTASI

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Metode I Jenis Data Teknik Sampling	I 22/01	Susun Metode Penelitian ser lengkap lbh dulu → kues baru disusun	lk
	II	Krn sangat terkait dgn skoring yg digunakan metode penyebaran kues.	
	III 25/01	Metode - Data sekunder triali oada.	
	IV	Krn sampling time (baterai pengisian) ada → lbrg pdm. Rms	
	V 23/01	Sampling - Purposive quota sampling km	
	VI	Populasi Gubit di kantube su pasti	

BUKU KONSULTASI SKRIPSI

CATAHAN KONSULTASI

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Metodologi II Alat Analisis	I	Aee Analisis	lk
	II 28/01	KUES → Gs. rian Su kues Elemen salipin	
	III 23/02	see luas kelompok	
	IV 31/02	Krn pembantu obyekt Hoban) penelitian maka telmt. Smpj	
	V	Gs. rian (obyekt/loasi iyg lama tele mngj. jmla)	
	VI 18/03	Aee	

BUKU KONSULTASI SKRIPSI

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Hasil Penelitian I	I 11/03	Kuantitatif OK. Uraian / simpulan sempurna analisis Gm. Format hasil penelitian	
	II		
	III 5/4 ⁰²	Perbaiki penyajian tabel Perhitungannya	
	IV 9/01 /4	Aee	
	V		
	VI		

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Hasil Penelitian	I	6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100	
	II		
	III		
	IV		
	V		
	VI		

CATATAN KONSULTASI

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Kesimpulan & Saran	I 9/07 /4	Susun Keamp & Saran Perhatikan konsistensi Kesimpulan hrs ringkas	<i>ks</i>
	II	tyga pntu. Saran: hrs brodur hasil penel. & operasional	<i>ks</i>
	III 17/02 /04	Perbaiki Keampulan no 1 Saran: hrs brodur data & operasional	<i>ks</i>
	IV 23/02 /4	Perbaiki Saran → urut akhirnya ringkas	<i>ks</i>
	V 24/07 /4	Aee Straplan uji	<i>ks</i>
	VI		

BUKU KONSULTASI SKRIPSI

MATERI	TGL.	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
Kelengkapan Ujian Kata Pengantar Daftar Isi Lampiran Daftar Pustaka	I 9/02 /4	Susun Daftar Pustaka. Lamp. Bani hal 2 terpisah	<i>ks</i>
	II 17/02 /4	Aee	<i>ks</i>
	III		
	IV		
	V		
	VI		

BUKU KONSULTASI SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANIE SUSILOWATI.

Nim : 97.30.2988.

Nimn : 97.6.111.02016.50012.

Fakultas : EKONOMI.

Jurusan : MANAJEMEN.

Judul Skripsi : PERSEPSI KONSUMEN MINYAK GORENG TROPICAL DITINJAU DARI ASPEK KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK (Studi kasus pada ibu-ibu rumah tangga di Semarang Selatan).

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan lain, saya bersedia untuk menerima sanksi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 31 Agustus 2002



(ANIE SUSILOWATI)