

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam, (2011); *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Program SPSS*. Semarang; Badan Penerbit Universita Diponegoro.
- , (2012); *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Program SPSS*. Yogyakarta; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius, (2012); *Pemasaran Strategik*. Yogtakarta, Andi.
- , (2012); *Prinsip & Dinamika Pemasaran*, Yogyakarta, Andi.
- Kotler, Philip, (2000); *Marketing Management, Volume 1*. Edisi ke 10. New Jersey; Prentice hall
- , (2008); *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13. Jakarta; Erlangga
- , (2011); *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Edisi ke 13. Jakarta; Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2009); *Manajemen Pemasaran jilid 1*, edisi ke 13. Jakarta; Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2012); *Marketing Management*. edisi ke 14. New Jersey; Pretince Hall.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. (2013); *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta; Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. (2014); *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey; Pearson Pretice Hall.
- Lupiyadi, Rambat. (2013); *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke 3. Jakarta; Salemba Empat.
- Lapian, Johan Towima : *The Effec Store Brand Image And Service Quality Toward Customer Loyalty At Freshmart Superstore*, Manado.
- Sugiyono, (2010); *Metode penelitian Bisnis*. Bandung; Alfabeta.
- , (2011); *Statistika untuk Penelitian*. Bandung; Alfabeta.
- , (2016); *Statistika untuk Penelitian*. Bandung; Alfabeta.
- , (2015); *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung; Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2014); *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta; Penerbit Andi.
- Terry, George R. (2013); *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta; Bumi Aksara.
- Utomo Ichsan Widi. (2017); *Pengaruh Brand Image, Brand Awarnes Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping*. Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 1, Maret 2017
- Yulia Sari Vika, Dessyta Gumanti, Sumarni. (2017); *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Samsung*, Sumatra Barat.

LAMPIRAN 1

Riwayat Hidup



Nama : Soraya Aini Triyono

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/ Tanggal Lahir : Magetan/ 13 maret 1997

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah : Desa Turi RT 09 RW 04

Alamat Email : sorayaainitriyono@gmail.com

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD Turi 1 Tahun 2003-2009

SMP : SMP Negeri 1 Panekan Tahun 2009-2012

SMA : SMA Negeri 2 Magetan Tahun 2012-2015

Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya Tahun 2016 sampai sekarang

Pendidikan Non-Formal

- Program Sertifikasi Analisis Produktivitas Universitas Narotama Surabaya (2020)

LAMPIRAN 2

Sertifikat Conference



LAMPIRAN 3

Berita Acara Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS
Maritim
INDONESIA



**FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

No. Dokumen : FM.FEB.05.07
Tgl. Terbit : 01 Okt 2018
Revisi : 00

- 1 NAMA MAHASISWA : SORAYA AINI TRIYONO
- 2 NIM : 01216032
- 3 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
- 4 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
- 5 TOPIK SKRIPSI :
- 6 TANGGAL PENGAJUAN : 11 Februari 2020
- 7 NAMA PEMBIMBING I : Dr. Ec. R. AGUS BAKTIONO, SE., MM
- 8 NAMA PEMBIMBING II :
- 9 URAIAN KONSULTASI :

NO	TANGGAL	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN	MONITORING	
			CATATAN	PARAF PEMBIMBING
1	17/02	Observasi obyek penelitian	Penerapan Obyek Penelitian	Ag
2	24/02	Observasi terhadap fenomena bisnis/manajemen	Observasi Fenomena bisnis / Manajemen pada Obyek Penelitian	Ag
3	03/03	Menentukan masalah penelitian	Penerapan Masalah dan tujuan Penelitian	Ag
4	16/03	Kajian teoritis & Empiris	Pencarian teori dan Penelitian terdahulu	Ag
5	07/04	Sintesa dan Rasionalisasi teori	Sintesa dan Rasionalisasi teori & Kajian empiris dengan judul Penelitian	Ag
6	20/05	Pendekatan Metodologi penelitian	Pencarian metode Penelitian, Sampel, dan model analisis	Ag
7	28/05	Pembuatan instrument penelitian	Mendesain Questioner Penelitian	Ag
8	02/06	Pengumpulan data	Survey dan Pengumpulan data Lapangan	Ag
9	10/06	Tabulasi & Pengolahan Data	Editing, coding, tabulasi dan pengolahan data	Ag
10	15/07	Deskripsi Hasil Penelitian	Analisis data	Ag
11	21/07	Intepretasi Hasil Penelitian	Pembahasan Bab IV dan Bab V	Ag
12	28/07	Kelengkapan Data	Acc semua Bab dan Skripsi siap diuji Sidang Skripsi	Ag

10. TANGGAL SELESAI BIMBINGAN :

11. TELAH DIEVALUASI DAN SIAP UNTUK DIUJI

DOSEN PEMBIMBING

Dr. Ec. R. AGUS BAKTIONO, SE., MM

SURABAYA, 28 Juli 2020



DEKAN

Dr. Ir. Rr. HERMIEN TRIDAYANTI, MM.

LAMPIRAN 4

Plagiasi



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 19%

Date: Wednesday, November 04, 2020

Statistics: 3955 words Plagiarized / 20810 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

S K R I P S I ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE / Disusun Oleh : Soraya Aini Triyono 01216032 PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NAROTAMA 2020 BAB I

PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah Indonesia adalah Negara dengan penduduk terbesar di Asia Tenggara yang merupakan pasar yang sangat menguntungkan bagi perusahaan untuk dapat memasarkan produknya. Perkembangan industri dalam bidang retail di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat secara global dengan semakin meningkatnya permintaan pasar di setiap tahunnya.

Perkembangan perekonomian di era globalisasi ini semakin menarik karena banyaknya bermunculan perusahaan-perusahaan retail sejenis yang bahkan menjadi competitor yang berlomba untuk memasarkan produknya. Ini membuat persaingan yang ketat akan semakin tinggi dalam dunia sector retail di Indonesia. Persaingan bisnis dalam jaman sekarang menuntut para perusahaan retail harus dapat bekrsiap dan beinrtidak sebimagaana jugle craeture. Ilikm uhasa yng saemkin metanangng, seeptri daalm dnuia instduri reital serkaang memubat manmajeen pesahruaan, aibk yng brau umapun yng mlaa daapt mewanjab tagntanan psaar dan menmafaatkan lupeang psaar damla stkturur pseraingan dismaa knii pumaun dmaisa medatnang. Kemampuan puserahaan dmala mnenagani mlaasah peasmaran, mnecari dan memunekn puaelng-pealung psaar kaan mengapenruhi kelsangungan hdiup peruasahan daalm peainrsgan.

Olhe kanrea uit di era global seperti sekarang ini untuk dapat memenangkan persaingan, stieap peahaan diturusntut uuntk kreatif dan inovatif dalam mencari terobosan-terobosan baru daalm lha mentacipkan drtan mpeahemankan ksuonmen yng loayl yang biasa disebut pelanggan, dan slaah tunysaa aadalah elamlui 'perang'

LAMPIRAN 5

Draft Kuisisioner Penelitian

Bagian 1. : Identitas Responden

Untuk keperluan data penelitian ini, saya mengharap kepada Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi data diri dengan benar sebagai berikut :

- Nama : _____
- Umur : < 20 Tahun 41 – 50 Tahun
 20 – 30 Tahun > 50 Tahun
 31 – 40 Tahun
- Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
- Pendidikan Terakhir : SMA Sarjana Lainnya.....
- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Pegawai Swasta
 Wiraswasta Lainnya
 PNS/BUMN
- Frekuensi Pembelian : Belum Pernah Cukup Sering
 Pernah 1 kali Sering

Bagian 2. PERNYATAAN KUESIONER

Petunjuk Pengisian

Terimakasih atas partisipasi Saudara dalam mengisi kuesioner ini. Berilah tanda check list (√) sesuai dengan pilihan yang ada pada kolom isian yang tersedia. Penelitian dilakukan bertujuan untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Penelitian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

No.	Pernyataan	skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
----	---------------------------	---

1. BRAND IMAGE

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Produk dari Brand Crocodile sangat bagus, beda dari yang lainnya					
2	Produk dari Brand Crocodile sangatlah bermanfaat bagi pengguna dalam segi fashion					
3	Saya merasa senang menggunakan produk dari Brand Crocodile ini					

2. BRAND TRUST

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Produk fashion merk Crocodile memiliki kualitas produk yang baik					
2	Produk fashion Merek Crocodile selalu konsisten dengan kualitasnya					
3	Produk fashion merk Crocodile dipercaya oleh konsumen					

3. BRAND AWARENESS

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Ketika ditanya kategori produk fashion, Merek yang muncul di benak saya adalah merek Crocodile					
2	Buaya menghadap ke kiri, merupakan beberapa varian dari					

	produk fashion Crocodile					
3	Gambar buaya Crocodile menghadap ke kiri yang merupakan ciri khas merk Crocodile					

4. BEHAVIORAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya akan terus menggunakan produk fashion merk Crocodile pada saat dihadapkan pada kebutuhan akan produk fashion					
2	Saya akan menggunakan produk fashion merk Crocodile secara berkelanjutan					
3	Saya akan menggunakan merk Crocodile untuk mendapatkan produk fashion yang lainnya					
4	Saya akan mereferensikan kepada orang lain untuk selalu menggunakan merk Crocodile					

LAMPIRAN 6

Data Rekapitulasi Jawaban

TABEL DATA

N	BRAND IMAGE (X1)					BRAND TRUST (X2)					BRAND AWARENESS (X3)					BEHAVIORAL INTENTION (Y)					
	Jumlah Pertanyaan			Total	Mean	Jumlah Pertanyaan			Total	Mean	Jumlah Pertanyaan			Total	Mean	Jumlah Pertanyaan				Total	Mean
	1	2	3	X1	X1	1	2	3	X2	X2	1	2	3	X3	X3	1	2	3	4	Y	Y
1	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4.00	4	3	3	10	3.33	4	4	4	4	16	4.00
2	3	4	3	10	3.33	4	5	4	13	4.33	3	3	4	10	3.33	3	5	3	3	14	3.50
3	3	3	3	9	3.00	5	5	4	14	4.67	3	3	5	11	3.67	3	3	3	3	12	3.00
4	4	4	3	11	3.67	4	5	5	14	4.67	3	3	5	11	3.67	4	4	4	4	16	4.00
5	4	4	4	12	4.00	3	4	3	10	3.33	4	3	3	10	3.33	3	3	4	3	13	3.25
6	4	5	4	13	4.33	5	3	3	11	3.67	3	3	3	11	3.67	2	3	3	2	10	2.50
7	5	4	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	4	3	4	11	3.67	4	4	3	4	15	3.75
8	4	3	4	11	3.67	5	3	4	12	4.00	4	3	5	12	4.00	4	4	5	5	18	4.50
9	4	3	5	12	4.00	3	3	3	9	3.00	5	3	4	12	4.00	2	4	3	4	13	3.25
10	4	4	5	13	4.33	4	4	4	12	4.00	4	3	5	12	4.00	4	4	3	4	15	3.75
11	3	4	5	12	4.00	5	3	4	12	4.00	4	3	4	11	3.67	5	5	4	5	19	4.75
12	4	5	3	12	4.00	5	3	4	12	4.00	4	3	3	10	3.33	4	4	4	3	14	3.50
13	3	4	5	12	4.00	3	3	2	8	2.67	3	3	5	11	3.67	3	2	4	2	11	2.75
14	4	4	5	13	4.33	5	2	2	9	3.00	2	3	4	9	3.00	2	3	3	2	10	2.50
15	4	4	4	12	4.00	4	4	3	11	3.67	4	3	5	12	4.00	4	4	3	5	16	4.00
16	2	5	3	10	3.33	3	2	2	7	2.33	2	3	5	10	3.33	3	3	2	3	11	2.75
17	3	3	3	9	3.00	5	3	4	12	4.00	2	3	5	10	3.33	4	3	3	3	13	3.25
18	3	4	4	11	3.67	3	3	2	8	2.67	2	4	5	11	3.67	3	3	4	3	13	3.25
19	5	3	3	11	3.67	5	4	3	12	4.00	4	4	4	12	4.00	4	3	5	3	15	3.75
20	2	4	3	9	3.00	5	4	2	11	3.67	3	3	5	11	3.67	2	3	5	3	13	3.25
21	4	5	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	3	3	5	3	14	3.50
22	4	4	3	11	3.67	3	3	3	9	3.00	3	4	3	10	3.33	4	4	3	3	16	4.00
23	5	4	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	4	3	4	11	3.67	5	3	4	4	18	4.50
24	4	4	5	13	4.33	4	3	3	10	3.33	4	4	4	12	4.00	3	3	4	3	13	3.25
25	4	4	3	11	3.67	3	3	4	10	3.33	3	4	5	12	4.00	3	3	4	3	13	3.25
26	4	4	4	12	4.00	3	2	3	8	2.67	2	4	5	11	3.67	3	3	5	3	14	3.50
27	4	3	3	10	3.33	5	5	4	14	4.67	5	4	5	14	4.67	4	4	5	4	17	4.25
28	4	4	3	11	3.67	5	5	4	14	4.67	4	4	4	12	4.00	4	3	4	3	14	3.50
29	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	3	4	4	3	14	3.50
30	4	5	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	3	2	3	8	2.67	5	5	4	5	19	4.75
31	5	5	5	15	5.00	5	5	5	15	5.00	5	4	5	14	4.67	4	5	3	4	16	4.00
32	5	5	5	15	5.00	4	4	4	12	4.00	5	3	5	13	4.33	5	5	4	5	19	4.75
33	4	5	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	5	4	5	14	4.67	5	4	3	4	16	4.00
34	5	5	2	12	4.00	3	2	4	9	3.00	2	4	4	10	3.33	2	3	3	3	11	2.75
35	4	3	3	10	3.33	3	2	2	7	2.33	3	3	3	9	3.00	3	3	4	3	13	3.25
36	5	5	4	14	4.67	3	3	3	9	3.00	3	4	3	10	3.33	4	3	2	2	11	2.75
37	3	3	2	8	2.67	2	2	2	6	2.00	3	2	3	8	2.67	3	3	4	3	13	3.25
38	4	4	5	13	4.33	4	4	4	12	4.00	4	2	4	10	3.33	5	5	5	5	20	5.00
39	4	3	3	10	3.33	4	3	4	11	3.67	3	4	3	10	3.33	3	3	4	3	13	3.25
40	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	4	4	3	4	15	3.75
41	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	4	2	4	10	3.33	5	5	5	5	20	5.00
42	4	4	3	11	3.67	3	3	4	10	3.33	3	4	5	12	4.00	3	3	4	3	13	3.25
43	3	3	3	9	3.00	3	3	3	9	3.00	3	4	3	10	3.33	3	4	3	4	14	3.50
44	2	2	2	6	2.00	3	3	3	9	3.00	5	4	5	14	4.67	4	4	5	4	17	4.25
45	4	3	3	10	3.33	3	5	4	12	4.00	3	4	5	12	4.00	3	3	3	4	13	3.25
46	4	3	3	10	3.33	5	4	4	13	4.33	4	3	4	11	3.67	3	3	5	3	14	3.50
47	4	3	3	10	3.33	4	4	4	12	4.00	3	4	3	10	3.33	3	3	4	4	14	3.50
48	4	4	4	12	4.00	3	3	3	9	3.00	4	2	4	10	3.33	5	3	3	3	14	3.50
49	4	2	2	8	2.67	3	3	3	9	3.00	4	4	3	11	3.67	3	2	2	3	10	2.50
50	5	5	5	15	5.00	4	4	4	12	4.00	5	4	5	14	4.67	4	5	3	4	16	4.00

51	5	5	5	15	5.00	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	5	4	4	5	18	4.50	
52	4	4	4	12	4.00	3	3	4	10	3.33	4	4	4	12	4.00	4	5	4	5	18	4.50	
53	4	4	3	11	3.67	4	4	4	12	4.00	3	4	3	10	3.33	4	4	4	4	25	3.75	
54	3	3	3	9	3.00	3	3	3	9	3.00	3	4	3	10	3.33	5	3	5	4	17	4.25	
55	4	4	4	12	4.00	5	5	5	15	5.00	4	4	4	12	4.00	4	5	3	5	17	4.25	
56	5	4	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	5	5	3	5	18	4.50	
57	5	4	4	13	4.33	4	4	5	13	4.33	5	4	5	14	4.67	5	5	4	5	19	4.75	
58	5	5	5	15	5.00	5	3	5	13	4.33	5	4	5	14	4.67	4	4	4	4	14	4.00	
59	4	4	4	12	4.00	4	4	3	11	3.67	4	4	4	12	4.00	2	3	3	3	4	12	3.00
60	3	3	3	9	3.00	3	3	3	9	3.00	3	4	3	10	3.33	3	4	5	3	15	3.75	
61	3	3	4	10	3.33	4	4	4	12	4.00	4	5	4	13	4.33	4	4	3	4	15	3.75	
62	4	4	3	11	3.67	4	4	3	11	3.67	3	2	3	8	2.67	4	3	4	4	15	3.75	
63	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	3	5	4	12	4.00	4	4	5	4	17	4.25	
64	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	4	5	5	3	17	4.25	
65	4	4	3	11	3.67	4	4	4	12	4.00	4	3	4	11	3.67	3	4	5	3	15	3.75	
66	4	4	4	12	4.00	5	5	5	15	5.00	4	3	4	11	3.67	5	5	5	5	20	5.00	
67	3	3	3	9	3.00	3	3	3	9	3.00	3	3	5	11	3.67	3	4	3	3	13	3.25	
68	3	3	4	10	3.33	2	3	2	7	2.33	2	3	4	9	3.00	3	4	3	3	13	3.25	
69	4	3	3	10	3.33	3	4	2	9	3.00	2	3	3	8	2.67	4	5	3	4	14	4.00	
70	4	3	4	11	3.67	4	5	4	13	4.33	3	3	3	9	3.00	4	4	5	5	18	4.50	
71	3	2	4	9	3.00	3	3	3	9	3.00	3	4	3	10	3.33	5	5	5	5	20	5.00	
72	3	2	3	8	2.67	4	4	3	11	3.67	4	4	5	13	4.33	4	3	4	4	15	3.75	
73	3	2	3	8	2.67	4	4	3	11	3.67	2	4	2	8	2.67	4	4	3	4	15	3.75	
74	4	4	3	11	3.67	4	4	4	12	4.00	3	3	4	10	3.33	5	4	3	2	14	3.50	
75	4	3	3	10	3.33	4	3	2	9	3.00	3	4	4	11	3.67	3	3	3	4	13	3.25	
76	4	2	4	10	3.33	3	3	3	9	3.00	3	5	5	13	4.33	4	3	3	4	14	3.50	
77	2	2	3	7	2.33	5	3	3	11	3.67	2	3	4	9	3.00	3	3	4	3	13	3.25	
78	3	5	3	11	3.67	3	4	4	11	3.67	3	3	4	10	3.33	4	2	3	2	11	2.75	
79	4	3	5	12	4.00	3	4	2	9	3.00	2	3	4	9	3.00	2	3	2	3	10	2.50	
80	4	4	4	12	4.00	3	3	4	10	3.33	3	5	4	12	4.00	4	4	3	4	15	3.75	
81	5	4	5	14	4.67	4	3	3	10	3.33	3	2	5	10	3.33	4	5	3	5	17	4.25	
82	4	4	4	12	4.00	4	4	4	12	4.00	3	3	4	10	3.33	5	5	3	5	18	4.50	
83	3	3	4	10	3.33	5	2	3	10	3.33	3	3	4	10	3.33	4	4	4	4	14	4.00	
84	5	5	5	15	5.00	4	3	3	10	3.33	4	4	3	11	3.67	5	5	3	5	18	4.50	
85	4	4	5	13	4.33	4	2	3	9	3.00	2	4	4	10	3.33	4	4	3	4	15	3.75	
86	4	4	3	11	3.67	4	3	3	10	3.33	3	4	3	10	3.33	4	3	2	4	13	3.25	
87	5	5	4	14	4.67	4	3	3	10	3.33	4	4	3	11	3.67	5	4	4	5	18	4.50	
88	5	4	4	13	4.33	4	3	2	9	3.00	3	5	3	11	3.67	4	4	3	4	15	3.75	
89	4	3	3	10	3.33	3	4	2	9	3.00	4	3	5	12	4.00	3	3	3	4	13	3.25	
90	5	5	4	14	4.67	4	4	3	11	3.67	4	3	3	10	3.33	4	4	3	4	15	3.75	
91	4	5	4	13	4.33	3	3	4	10	3.33	3	4	5	12	4.00	4	4	3	4	15	3.75	
92	4	3	4	11	3.67	4	4	3	11	3.67	3	4	3	10	3.33	4	4	4	4	16	4.00	
93	4	4	3	11	3.67	4	4	4	12	4.00	3	3	3	9	3.00	5	4	3	5	17	4.25	
94	5	4	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	4	3	4	11	3.67	4	4	3	4	15	3.75	
95	5	3	5	13	4.33	5	5	4	14	4.67	4	3	4	11	3.67	5	5	4	5	19	4.75	
96	5	4	4	13	4.33	4	4	4	12	4.00	3	3	4	10	3.33	5	5	4	5	19	4.75	
97	3	5	3	11	3.67	5	3	4	12	4.00	3	3	3	9	3.00	4	3	3	4	14	3.50	
98	4	5	5	14	4.67	3	4	5	12	4.00	3	2	3	8	2.67	5	5	4	4	18	4.50	
99	4	5	4	13	4.33	3	3	3	9	3.00	3	4	3	10	3.33	3	3	3	3	12	3.00	
100	5	5	4	14	4.67	4	4	4	12	4.00	4	3	4	11	3.67	4	4	3	4	15	3.75	
	375	382	374		38167	386	359	349		3847	343		400		38333	380	381		380		38375	
	3.95	3.92	3.74		3.94	3.86	3.59	3.49		3.65	3.43		4		3.63	3.8	3.81		3.8		3.86	

BAGIAN I : IDENTITAS RESPONDEN

Resp.	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi Pembelian
1	4	1	2	4	3
2	4	1	2	4	3
3	3	1	4	3	4
4	3	1	2	2	4
5	4	1	2	2	4
6	5	1	3	3	3
7	4	2	3	3	3
8	1	2	1	3	1
9	4	1	3	4	4
10	3	1	3	4	2
11	2	2	2	4	3
12	4	2	2	2	4
13	4	1	2	2	3
14	5	1	2	2	4
15	5	1	2	2	3
16	5	2	3	3	4
17	4	2	3	3	4
18	3	2	2	3	4
19	2	1	2	2	2
20	4	1	5	2	3
21	4	1	2	2	2
22	3	2	2	3	4
23	3	2	2	4	3
24	3	2	2	4	3
25	3	2	2	4	2
26	3	1	2	4	3
27	3	1	2	4	3
28	4	1	2	2	4
29	4	1	2	3	3
30	2	1	2	3	3
31	3	2	2	2	3
32	3	2	2	3	4
33	4	2	2	2	2
34	4	2	2	3	3
35	5	2	3	2	3
36	5	2	3	3	4
37	5	1	2	2	4
38	4	1	2	3	1
39	5	1	2	2	4
40	3	1	2	3	4
41	5	1	2	2	3
42	4	1	2	3	3
43	5	1	2	4	4
44	5	1	2	4	4
45	4	1	2	4	3
46	4	2	2	4	4
47	3	2	3	4	3
48	3	2	3	4	3
49	2	1	1	4	1
50	4	1	2	4	3

51	4	1	1	4	2
52	3	1	3	4	3
53	4	2	2	4	3
54	3	1	2	4	2
55	3	1	2	4	3
56	3	2	2	4	3
57	4	1	3	4	2
58	1	2	1	1	1
59	3	1	1	4	2
60	3	1	2	4	3
61	4	2	2	4	2
62	3	1	2	4	3
63	3	1	2	3	2
64	3	1	2	3	3
65	3	2	2	4	3
66	2	2	3	2	3
67	2	1	1	2	2
68	3	1	3	3	3
69	3	1	3	2	3
70	3	1	3	4	4
71	4	1	3	4	3
72	4	1	2	4	2
73	4	1	2	4	3
74	5	1	2	2	2
75	4	1	2	2	3
76	4	1	3	4	2
77	4	1	3	4	4
78	4	1	1	4	3
79	3	2	3	2	1
80	4	1	1	2	3
81	4	1	1	2	3
82	4	1	3	4	4
83	4	1	3	4	4
84	3	1	3	4	2
85	4	1	3	4	3
86	1	2	1	1	1
87	3	1	3	4	3
88	2	1	3	4	4
89	2	2	3	4	3
90	3	1	2	4	3
91	1	2	1	1	2
92	1	2	2	1	2
93	3	1	2	3	3
94	1	2	1	1	2
95	4	1	3	4	1
96	4	1	2	4	4
97	5	2	2	2	4
98	5	2	2	2	4
99	4	3	2	2	3
100	3	4	3	2	4

Pengaruh Variabel	Pengaruh Kausal		Sisa 1 dan 2	Total
	Tidak Langsung			
	Langsung	Melalui Z		
X1 terhadap Y	0.202	-	-	0.202
	-	$+ (0.030 \times 0)$	-	0.213
X2 terhadap Y	0.237	-	-	0.237
	-	$+ (0.517 \times 0)$	-	0.426
X3 terhadap Y	0.210	-	-	0.210
	-	$+ (0.153 \times 0)$	-	0.266
Xi, X2, X3, Z terhadap Y	0.608	-	0.392	1.00
X1 terhadap Z	0.030	-	-	0.366
X2 terhadap Z	0.517	-	-	0.517
X3 terhadap Z	0.153	-	-	0.153
X1, X2, X3 terhadap Z	0.366	-	0.634	1.00



Repurchase Intention

No.	Indikator	Jawaban	
		Mean	Keterangan
1	Manakala dihadapkan pada kebutuhan akan AC, saya akan cenderung untuk melakukan pembelian AC mer Changhong	4.16	Setuju
2	Dalam jangka panjang saya berencana untuk melakukan pembelian ulang AC merk Changhong di waktu mendatang	4.09	Setuju
Rata-Rata		4.13	Setuju

Customer Loyalty

No.	Indikator	Jawaban	
		Mean	Keterangan
1	Dalam melakukan pembelian AC, saya akan tetap melanjutkan penggunaan merk Changhong	4.28	Sangat Setuju
2	Saya akan selalu merekomendasikan pada orang lain untuk membeli AC merk Changhong, manakala diambil pertimbangan dalam pilihan merk AC	4.13	Setuju
3	Saya cukup memiliki ketahanan untuk tidak berpindah ke produk atau merk lain dalam pembelian AC selain merk Changhong	4.16	Setuju
Rata-Rata		4.19	Setuju

Brand Image

No.	Indikator	Jawaban	
		Mean	Keterangan
1	AC merk Changhong cukup friendly/unfriendly atau mudah dikenali oleh konsumen	4.09	Setuju
2	AC merk Changhong sangat modern / outdated atau memiliki model yang up to date dan tidak ketinggalan jaman	4.00	Setuju
3	AC merk Changhong sangat useful / not atau sangat mudah digunakan dengan baik / bermanfaat	4.03	Setuju
4	AC merk Changhong cukup populer / unpopular dan akrab di benak konsumen	3.97	Setuju
5	AC merk Changhong sangat gentle/harsh serta mempunyai desain yang baik dan menarik dibandingkan dengan merk AC lainnya	3.25	Setuju
6	AC merk Changhong cukup artificial / natural dan memiliki keadian komponen pendukung atau bentuk yang khas	3.41	Setuju
Rata-Rata		3.71	Setuju

Kinerja Penjualan

No.	Indikator	Jawaban	
		Mean	Keterangan
1	Adanya peringatan volume penjualan atau sales volume karena adanya minat pembelian ulang yang tinggi	4.31	Sangat Setuju
2	Adanya pertumbuhan penjualan atau sales growth yang tinggi karena terdapatnya minat pembelian ulang yang tinggi	4.41	Sangat Setuju
3	Meningkatnya porsi pasar (market share) produk AC Changhong karena tingginya permintaan dan pertumbuhan dalam pembelian ulang dari konsumen	4.41	Sangat Setuju
Rata-Rata		4.37	Sangat Setuju