

## KUESIONER PENELITIAN

Judul : **“Pengaruh *Brand Image*, Inovasi produk *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Produk Produk TV Polytron (Studi Kasus Pada Toko Maju jaya Pasar sungailiat Kabupaten Bangka)”**

### A. Identitas responden

- a. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
- b. Usia :  Dibawah 18 tahun  
 18 - 22 tahun  
 >22 tahun

### B. Petunjuk pengisian

Berilah jawaban pada pernyataan-pernyataan berikut dengan memberikan tanda centang (  $\checkmark$  ) pada kolom jawaban berdasarkan pendapat, apa yang anda rasakan atau berdasarkan pengalaman pribadi anda

### C. Keterangan:

**SS : Sangat Setuju**

**STS : Sangat Tidak Setuju**

**S : Setuju**

**R : Ragu –Ragu**

**TS : Tidak Setuju**

### Brand Image (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
<b>Supranto (2011) brand image adalah apa yang konsumen pikir dan rasakan ketika mereka mendengar atau melihat nama suatu merk atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek.</b>						
<b>Citra Pembuat</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	Perusahaan produsen TV Polytron yang anda pakai memang sudah populer					
2.	Perusahaan produsen TV Polytron yang anda pakai adalah perusahaan yang memang bisa dipercaya oleh para konsumen					
<b>Citra Pemakai</b>						
1	Konsumen yang menggunakan TV Polytron tersebut adalah konsumen yang mempunyai citra diri yang baik					
2	Konsumen yang menggunakan TV Polytron memiliki gaya hidup yang Modern					
<b>Citra Produk</b>						
1	Anda merasakan manfaat yang anda inginkan dari produk TV polytron yang anda pakai					
2	Produk TV Polytron memiliki kualitas yang lebih baik bila dibandingkan dengan merk lainnya					

### Inovasi Produk (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
<b>Menurut Fandy Tjiptono, (2008: 438) mengungkapkan bahwa inovasi bisa diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru.</b>						
<b>Keunggulan Relatif</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	Desain TV Polytron Lebih Baik Dibandingkan dengan Merk Lain					
2.	Spesifikasi atau Fitur TV Polytron Lebih Baik Dibandingkan dengan merk lain					
<b>Kompatibilitas</b>						
1	Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan produsen TV Polytron sudah sesuai dengan keinginan anda					
2	Anda sudah merasa cocok dalam menggunakan TV Polytron					
<b>Kompleksitas</b>						
1	Produk TV Polytron mudah digunakan atau dioperasikan					
2	Fitur-fitur yang ada pada TV Polytron mudah dimengerti					
<b>Divisibilitas</b>						
1	Inovasi yang dilakukan oleh produsen TV Polytron bisa diterima oleh konsumen					
2	Inovasi yang dilakukan Oleh perusahaan					

	produsen TV Polytron bisa dipahami oleh konsumen					
<b>Komunikabilitas</b>						
1	Informasi-informasi tentang TV Polytron bisa disampaikan ke konsumen lain					
2	Produk TV Polytron mudah dipromosikan kepada konsumen lain					

### **Brand Trust (X3)**

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
<p>Menurut Riset Costabile (1998) dalam Ferrinadewi (2008:147) Kepercayaan merek adalah persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan.</p>						
<b>Dimension of Viability</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	Anda Mendapatkan Kepuasan yang anda inginkan setelah memakai Produk TV Polytron.					
2.	Anda merasakan manfaat yang anda inginkan setelah memakai Produk TV Polytron.					
<b>Dimension of Intentionality</b>						
1	Anda merasa aman dalam menggunakan TV Polytron					
2	Anda telah mempercayai Produk TV Polytron sebagai TV terbaik.					

### **Brand Loyalty (Y)**

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
<p>Menurut Schiffman Leon dan Kanuk (2007), loyalitas merek adalah preferensi konsumen secara konsisten untuk melakukan pembelian pada merek yang sama pada produk yang spesifik atau kategori pelayanan tertentu. Loyalitas merek adalah sebuah komitmen yang kuat dalam berlangganan atau membeli suatu merek secara konsisten di masa yang akan datang.</p>						
<b>Pengukuran perilaku</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	Anda membeli Produk TV Polytron secara berulang-ulang					
2.	Anda selalu memilih Produk TV Polytron					
<b>Pengukuran biaya peralihan</b>						
1	Menurut anda untuk berganti ke merek yang lain memerlukan biaya yang lebih tinggi					
2	Produk TV Polytron harganya lebih murah bila dibandingkan dengan merek lain					
<b>Pengukuran kepuasan</b>						
1	Anda telah memperoleh kepuasan atau kecocokan setelah memakai Produk TV Polytron					
2	Anda merasa nyaman dalam menggunakan TV					

	Polytron yang anda pakai saat ini.					
<b>Pengukuran kesukaan</b>						
1	Anda telah mempercayai Produk TV Polytron.					
2	Anda memang menyukai TV Polytron.					
<b>Pengukuran komitmen</b>						
1	Kedepannya, anda berkeinginan untuk tetap menggunakan Produk TV Polytron					
2	Anda akan merekomendasikan Produk TV Polytron kepada orang lain.					

Sumber : Diolah peneliti (2016)



## Data Tabulasi Hasil Variabel

### *Brand Image (X1)*

No	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	SX1
1	4	4	5	4	4	5	26
2	5	4	4	4	5	5	27
3	4	5	5	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	5	4	4	5	26
6	4	3	3	3	3	2	18
7	4	4	4	5	3	4	24
8	4	4	5	4	5	5	27
9	4	4	4	4	3	5	24
10	4	5	5	4	4	5	27
11	5	5	5	4	4	5	28
12	4	4	4	4	5	5	26
13	4	4	4	5	4	5	26
14	4	3	3	4	4	4	22
15	4	4	4	4	4	5	25
16	4	5	5	5	5	5	29
17	5	4	4	4	3	4	24
18	4	4	4	5	4	5	26
19	4	4	4	4	3	4	23
20	4	3	3	5	4	4	23
21	4	3	3	4	4	4	22

22	4	4	4	5	4	5	26
23	5	4	4	4	4	4	25
24	4	4	4	3	4	4	23
25	4	4	4	4	3	4	23
26	4	4	4	4	3	4	23
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	5	4	4	4	26
29	4	3	3	4	4	3	21
30	3	3	3	4	4	4	21
31	4	5	5	4	5	5	28
32	4	4	4	5	3	4	24
33	4	4	4	4	4	5	25
34	4	4	4	4	5	4	25
35	3	3	3	4	3	4	20
36	4	4	4	4	4	5	25
37	3	4	4	4	3	3	21
38	5	4	4	4	3	3	23
39	3	4	4	3	5	5	24
40	5	4	4	5	5	5	28
41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	4	4	4	4	4	25
43	3	4	4	4	4	4	23
44	4	4	4	3	3	4	22
45	4	4	4	4	5	4	25

46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	4	4	3	3	4	21
48	4	4	4	4	3	4	23
49	4	5	5	4	4	5	27
50	2	3	3	1	4	3	16
51	2	4	4	2	2	4	18
52	4	5	5	5	5	5	29
53	5	5	5	5	4	5	29
54	4	4	4	4	3	4	23
55	4	4	4	5	4	4	25
56	3	3	3	3	3	3	18
57	5	5	5	5	4	5	29
58	4	5	5	5	5	5	29
59	4	4	4	5	4	5	26
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	4	4	4	5	4	26
62	5	4	4	4	4	5	26
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	4	4	5	4	4	26
65	4	4	4	4	5	5	26
66	5	4	4	5	4	5	27
67	5	4	4	4	4	5	26
68	5	5	5	4	5	5	29
69	4	5	5	5	5	5	29

70	5	4	4	5	4	3	25
71	4	4	4	5	4	5	26
72	5	4	4	4	5	4	26
73	4	4	4	4	4	5	25
74	5	5	5	4	3	3	25
75	5	4	4	5	3	4	25
76	4	4	4	5	4	5	26
77	4	4	4	4	4	5	25
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	5	5	26
80	5	5	5	4	5	4	28
81	4	4	4	4	3	4	23
82	4	4	4	4	3	3	22
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	4	4	4	24
85	5	4	4	4	4	3	24
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	4	4	4	3	23
88	4	5	5	5	4	5	28
89	3	4	4	4	2	3	20
90	3	4	4	5	4	4	24
91	4	4	4	4	3	2	21
92	4	4	4	3	3	4	22
93	4	5	5	4	4	4	26



94	3	3	3	2	4	4	19
95	3	4	4	4	3	3	21
96	4	4	4	4	3	3	22
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	4	4	4	4	3	24
99	4	5	5	5	4	3	26
100	4	3	3	4	4	4	22
101	5	5	5	5	4	5	29
102	4	4	4	4	4	3	23
103	3	3	3	4	4	4	21
104	4	3	3	3	3	2	18
105	5	5	5	4	5	4	28
106	4	5	5	5	4	4	27
107	4	4	4	5	4	5	26
108	4	3	3	4	4	3	21
109	3	3	3	3	3	2	17
110	4	4	4	4	4	3	23
111	4	4	4	5	4	5	26
112	5	5	5	5	4	4	28

Inovasi Produk (X2)

No	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	STX2
1	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44

2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	45
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	44
6	4	4	2	3	3	3	5	4	4	4	36
7	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	35
8	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
9	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	47
10	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	46
11	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
12	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	44
13	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
14	4	3	5	5	5	3	5	4	3	5	42
15	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	45
16	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	46
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
18	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	45
19	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	43
20	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	41
21	4	4	5	5	4	3	4	3	4	5	41
22	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	42
23	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	44
24	5	3	3	4	4	3	4	4	5	5	40
25	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	41

26	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	40
27	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45
28	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	44
29	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	35
30	2	3	3	4	4	3	4	5	5	4	37
31	3	4	5	4	3	3	5	4	5	4	40
32	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	35
33	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
34	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	46
35	4	3	3	4	3	4	2	4	2	2	31
36	4	4	3	4	4	4	5	5	3	5	41
37	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	45
38	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	45
39	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	40
40	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
41	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	42
42	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
43	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
44	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
45	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	41
46	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	40
47	4	2	3	4	3	2	4	3	3	2	30
48	2	3	4	3	5	3	4	5	4	4	37
49	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46

50	5	5	3	3	3	3	5	4	4	4	39
51	5	5	3	5	2	3	3	4	3	3	36
52	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
53	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	45
54	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	41
55	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	43
56	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
57	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
58	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
59	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	43
60	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
61	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
62	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	44
63	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
64	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	44
65	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	47
66	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
67	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45
68	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
69	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
70	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	43
71	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	46
72	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	43
73	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46



98	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	43
99	5	4	3	3	4	4	4	5	5	5	42
100	4	5	3	3	4	3	4	5	3	4	38
101	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
102	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
103	4	4	4	4	5	4	2	4	2	3	36
104	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	35
105	4	3	5	5	5	4	3	5	4	3	41
106	5	5	4	4	3	5	3	3	3	3	38
107	4	5	4	4	5	5	5	5	2	2	41
108	3	3	4	3	4	4	5	5	3	4	38
109	4	3	3	3	2	2	5	5	4	4	35
110	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
111	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	43
112	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	43

*Brand Trust (X3)*

No	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	STX3
1	5	5	4	4	18
2	4	4	5	3	16
3	4	4	5	4	17
4	4	4	4	5	17
5	5	5	5	4	19

6	5	3	4	4	16
7	5	5	4	5	19
8	5	4	5	4	18
9	5	5	5	5	20
10	4	4	4	5	17
11	4	4	4	4	16
12	3	4	4	4	15
13	3	4	4	4	15
14	5	3	3	5	16
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	5	17
17	4	4	3	5	16
18	4	5	4	5	18
19	5	5	4	5	19
20	5	3	4	4	16
21	5	4	4	5	18
22	4	4	4	5	17
23	4	5	4	5	18
24	4	5	4	4	17
25	4	5	4	5	18
26	4	4	4	4	16
27	5	5	4	4	18
28	3	4	3	2	12
29	4	5	4	1	14

30	3	4	5	2	14
31	4	4	4	2	14
32	5	4	3	4	16
33	5	4	4	3	16
34	5	5	5	2	17
35	4	3	3	2	12
36	4	5	4	1	14
37	4	5	5	3	17
38	5	4	2	3	14
39	3	4	4	2	13
40	3	5	5	2	15
41	3	4	5	2	14
42	2	3	3	4	12
43	4	4	4	3	15
44	4	4	4	2	14
45	4	5	5	4	18
46	4	4	3	3	14
47	4	5	3	3	15
48	3	3	2	2	10
49	5	5	4	5	19
50	3	4	1	3	11
51	4	4	4	2	14
52	4	4	4	2	14
53	4	4	3	3	14



54	5	5	5	5	20
55	5	4	5	5	19
56	4	5	5	2	16
57	2	5	5	2	14
58	4	4	4	2	14
59	5	4	4	5	18
60	4	4	4	4	16
61	5	5	4	5	19
62	4	4	5	3	16
63	5	5	5	3	18
64	4	3	3	2	12
65	4	4	3	4	15
66	4	5	5	5	19
67	3	4	4	3	14
68	5	5	5	4	19
69	5	4	4	5	18
70	4	5	4	5	18
71	3	3	3	5	14
72	4	5	4	5	18
73	5	5	4	4	18
74	5	5	5	4	19
75	5	5	4	4	18
76	4	4	3	4	15
77	5	5	4	4	18

78	5	5	4	4	18
79	4	4	4	4	16
80	4	4	5	5	18
81	4	4	4	4	16
82	5	4	5	5	19
83	4	5	4	4	17
84	5	4	5	4	18
85	4	4	4	4	16
86	5	4	4	4	17
87	4	4	5	4	17
88	5	5	4	4	18
89	5	4	4	4	17
90	5	5	4	4	18
91	5	5	4	5	19
92	5	5	5	4	19
93	4	4	5	4	17
94	5	4	4	3	16
95	3	4	2	2	11
96	5	5	4	3	17
97	5	5	5	5	20
98	4	5	4	4	17
99	5	4	4	4	17
100	4	4	4	2	14
101	4	4	4	2	14



10	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	48
11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
12	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	49
13	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
14	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
15	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
16	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	43
17	5	4	2	4	4	4	4	4	3	3	48
18	5	4	3	4	4	5	5	5	5	3	37
19	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	43
20	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	42
21	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	42
22	5	5	2	2	4	4	4	5	4	5	39
23	5	3	4	4	3	5	5	5	4	3	40
24	5	3	2	3	4	3	4	4	4	3	41
25	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	35
26	4	2	3	4	4	5	4	5	3	2	40
27	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	36
28	2	5	4	5	5	4	5	4	5	5	45
29	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	44
30	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	33
31	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	33
32	2	5	3	4	4	4	4	4	3	3	36
33	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	36

34	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	35
35	2	4	3	2	3	4	4	4	2	4	38
36	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	37
38	1	3	4	3	5	5	4	4	4	3	45
39	2	4	3	4	4	5	4	5	5	3	36
40	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	39
41	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	45
42	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	34
43	3	4	2	2	4	4	4	4	3	4	38
44	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	34
45	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	31
46	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	41
47	2	5	4	3	4	2	5	3	5	4	35
48	2	3	4	4	3	4	3	4	3	2	37
49	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	32
50	3	2	1	5	1	1	3	3	3	3	45
51	2	1	1	5	4	5	2	5	3	1	25
52	1	4	5	4	5	4	4	4	4	3	29
53	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	38
54	4	5	1	2	4	4	4	4	4	4	45
55	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	36
56	2	4	5	5	4	4	3	4	3	4	43
57	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	38

58	2	4	4	5	5	4	5	4	5	4	44
59	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	42
60	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	44
61	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
62	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	47
63	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	44
64	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	45
65	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	42
66	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	40
67	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	45
68	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	41
69	4	3	5	5	4	3	5	5	3	3	44
70	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	40
71	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	46
72	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	44
73	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	42
74	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	46
75	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
76	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
77	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	43
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
79	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	40
80	5	3	2	2	4	4	4	3	3	3	45
81	5	4	1	2	5	5	4	4	5	4	33

82	4	5	2	2	4	5	4	4	4	4	39
83	5	4	2	1	4	3	4	4	4	4	38
84	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	35
85	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	34
86	4	5	2	1	5	5	5	4	5	4	37
87	5	3	2	2	4	4	3	3	3	3	40
88	5	4	1	2	3	5	4	5	4	4	32
89	4	5	3	3	4	4	4	4	5	3	37
90	5	2	3	1	5	5	5	5	3	2	39
91	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	36
92	4	5	2	2	4	4	3	4	3	2	35
93	5	5	2	3	3	4	4	4	3	1	33
94	3	3	4	5	3	3	2	3	2	1	34
95	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	29
96	4	4	2	2	3	4	4	4	4	2	34
97	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	33
98	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	45
99	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	36
100	2	2	2	2	3	4	5	4	3	2	35
101	2	4	5	4	5	5	4	4	5	4	29
102	2	1	3	3	4	4	4	4	4	3	42
103	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	32
104	2	4	2	1	4	4	4	4	4	2	35
105	2	3	3	4	4	5	5	5	5	3	31

106	2	5	5	4	3	5	4	4	5	5	39
107	2	5	5	4	5	4	5	5	5	5	42
108	2	5	2	2	4	5	5	4	4	3	45
109	2	5	2	3	2	2	3	3	3	3	36
110	4	4	2	2	4	4	4	4	3	3	28
111	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	34
112	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	42

### LAMPIRAN 3

#### Output SPSS Karakteristik Responden

##### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	104	92.0	92.9	92.9
	Perempuan	8	7.1	7.1	100.0
	Total	112	99.1	100.0	
Missing	System	1	.9		
Total		113	100.0		

##### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent



Valid	>22 Tahun	112	99.1	100.0	100.0
Missing	System	1	.9		
Total		113	100.0		

#### LAMPIRAN 4

Hasil Uji Validitas

#### Correlations

		BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	X1Total
BRAND IMAGE	Pearson Correlation	1	.468 **	.448 **	.508 **	.380 **	.247 **	.674 **
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.009	.000

	N	112	112	112	112	112	112	112
	Pearson Correlation	.468**	1	.966**	.481**	.376**	.452**	.817**
BRAND IMAGE	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
	Pearson Correlation	.448**	.966**	1	.458**	.389**	.482**	.818**
BRAND IMAGE	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
	Pearson Correlation	.508**	.481**	.458**	1	.322**	.421**	.720**
BRAND IMAGE	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
	Pearson Correlation	.380**	.376**	.389**	.322**	1	.534**	.689**
BRAND IMAGE	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
	Pearson Correlation	.247**	.452**	.482**	.421**	.534**	1	.733**
BRAND IMAGE	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X1Total	Pearson Correlation	.674**	.817**	.818**	.720**	.689**	.733**	1







Pearson Correlation	.491**	.493**	.593**	.690**	.594**	.660**	.437**	.446**	.492**	.585**	1
X2Total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

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

### Correlations

	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	BRAND IMAGE	X1Total
BRAND IMAGE Pearson Correlation	1	.468**	.448**	.508**	.380**	.247**	.674**
BRAND IMAGE Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.009	.000
BRAND IMAGE N	112	112	112	112	112	112	112
BRAND IMAGE Pearson Correlation	.468**	1	.966**	.481**	.376**	.452**	.817**
BRAND IMAGE Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
BRAND IMAGE N	112	112	112	112	112	112	112
BRAND IMAGE Pearson Correlation	.448**	.966**	1	.458**	.389**	.482**	.818**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
BRAND IMAGE	Pearson Correlation	.508**	.481**	.458**	1	.322**	.421**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
BRAND IMAGE	Pearson Correlation	.380**	.376**	.389**	.322**	1	.534**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
BRAND IMAGE	Pearson Correlation	.247**	.452**	.482**	.421**	.534**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X1Total	Pearson Correlation	.674**	.817**	.818**	.720**	.689**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112

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

### Correlations

		BRAND TRUST	BRAND TRUST	BRAND TRUST	BRAND TRUST	X3Total
BRAND TRUST	Pearson Correlation	1	.259**	.202*	.442**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.006	.033	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
BRAND TRUST	Pearson Correlation	.259**	1	.462**	.055	.573**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.567	.000
	N	112	112	112	112	112
BRAND TRUST	Pearson Correlation	.202*	.462**	1	.061	.595**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000		.526	.000
	N	112	112	112	112	112
BRAND TRUST	Pearson Correlation	.442**	.055	.061	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.567	.526		.000
	N	112	112	112	112	112
X3Total	Pearson Correlation	.720**	.573**	.595**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112

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

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



## LAMPIRAN 5

### Hasil Uji Reliabilitas

#### Brand Image

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	6

#### Inovasi Produk

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	10

#### Brand Trust

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	4

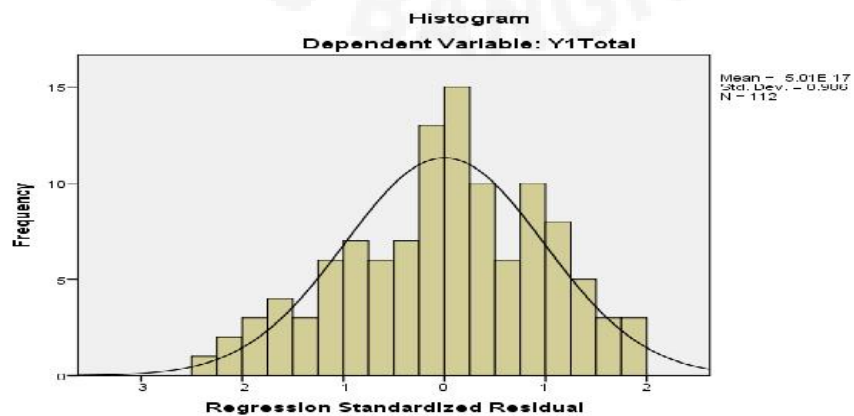
## Brand Loyalty

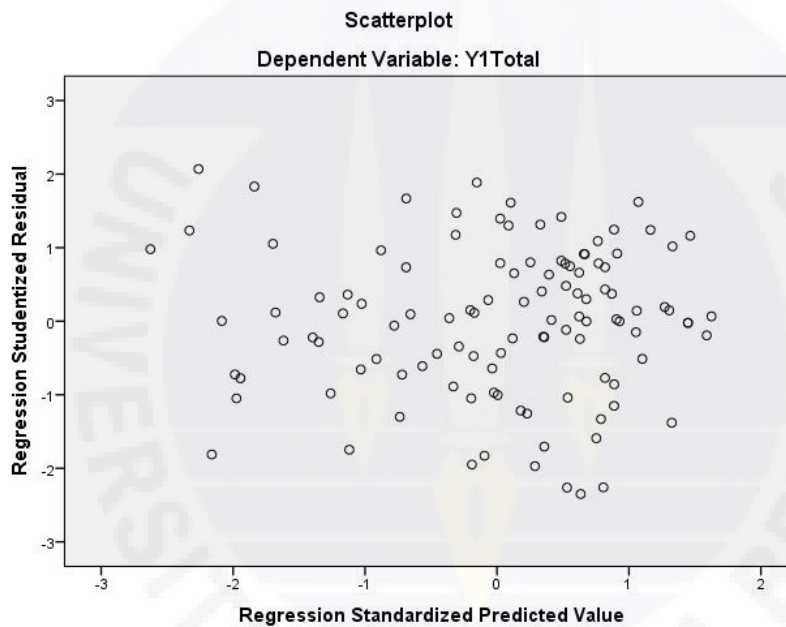
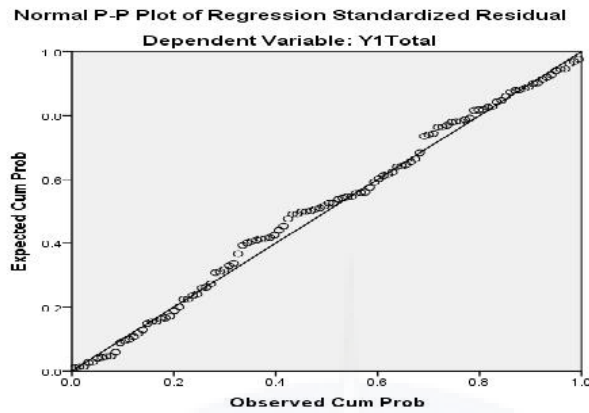
### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	10

## LAMPIRAN 6

### Uji Asumsi klasik





## LAMPIRAN 7

Uji t, Uji F, Regresi berganda,  $R^{2b}$

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.577	3.382

a. Predictors: (Constant), X3Total, X1Total, X2Total

b. Dependent Variable: Y1Total

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1764.322	3	588.107	51.415	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1235.357	108	11.438		
	Total	2999.679	111			

a. Dependent Variable: Y1Total

b. Predictors: (Constant), X3Total, X1Total, X2Total

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.342	3.750	1.424	.157		
	X1Total	.541	.133	.322	4.078	.000	.610 1.640
	X2Total	.563	.098	.456	5.754	.000	.608 1.646
	X3Total	.492	.150	.206	3.285	.001	.969 1.032

a. Dependent Variable: Y1Total