

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Mahasiswi Fakultas Ekonomi

Universitas Bangka Belitung

Dengan hormat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rasi Firdani

Nim : 302 11 11 036

Prodi : Manajemen

Adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung yang sedang menyusun proposal penelitian dengan judul “**Pengaruh Ekuitas Merek dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Citra Hand and Body Lotion**”. Oleh karena itu, mohon bantuan anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut ini (terlampir).

Kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan. Kerahasiaan responden dapat saya jamin.

Demikianlah, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan teman-teman yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Pangkalpinang, Januari 2016

Peneliti

Rasi Firdani

A. Profil Responden

Nama :

Semester :

Jurusan :

1. Berapa lama anda telah menggunakan produk Citra *hand & body lotion*?

- a. \leq 1-2 tahun b. 3-4 tahun c. 5-6 tahun d. \geq 6 tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Sebelum mengisi kuisisioner ini, mohon untuk membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Beri tanda *check list* (\checkmark) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* (\checkmark) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon di jawab tanpa ada satupun yang terlewat.

C. Keterangan Jawaban

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. RR : Ragu-Ragu
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

EKUITAS MEREK

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
	Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	5	4	3	2	1
1	Citra <i>Hand and Body Lotion</i> adalah merek yang paling sering saya sebut.					
2	Citra <i>Hand and Body Lotion</i> merupakan alternatif pilihan utama ketika hendak membeli produk <i>Hand and Body Lotion</i> .					

Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)						
3	Informasi yang saya dapatkan dari iklan-iklan citra sangat melekat di pikiran saya.					
4	Merek Citra adalah merek yang paling saya favoritkan dibanding merek lainnya.					
5	Merek Citra menghadirkan produk yang sama namun berbeda dari merek-merek yang lainnya.					
Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)						
6	Citra <i>Hand and Body Lotion</i> efektif untuk mencerahkan dan melembabkan kulit.					
7	Hasil yang didapat sesuai dengan yang tertera pada label kemasan Citra atau yang diiklankan produk Citra.					
8	Citra <i>Hand and Body Lotion</i> tidak memberikan efek samping seperti kulit menggelap kembali, atau kering ketika saya lepas dari pemakaian atau sedang tidak menggunakannya.					
9	Citra <i>Hand and Body Lotion</i> benar-benar memberikan hasil yang dijanjikan					
Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)						
10	Akan selalu setia menggunakan <i>Hand and Body Lotion</i> merek Citra.					
11	Merekomendasikan merek Citra kepada orang lain.					

WORD OF MOUTH

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
Persepsi Resiko		5	4	3	2	1
12	Dengan informasi dari mulut ke mulut, saya mengetahui bahwa resiko keuangan yang saya keluarkan untuk membeli Citra <i>Hand and Body Lotion</i> sebanding dengan kualitasnya					
13	Dengan informasi dari mulut ke mulut, saya mengetahui resiko kinerja Citra <i>Hand and Body Lotion</i>					
Pengetahuan Konsumen						
14	Saya mengetahui Citra <i>Hand and Body Lotion</i> itu berkualitas bagus dari orang yang memiliki atau memakai produk tersebut					
15	Saya memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya mengenai Citra <i>Hand and Body Lotion</i>					

Kepuasan					
16	Dengan informasi dari mulut ke mulut, saya mengetahui karakteristik yang dimiliki produk Citra <i>Hand and Body Lotion</i>				
17	Dengan informasi dari mulut ke mulut, saya mengetahui bahwa kualitas Citra <i>Hand and Body Lotion</i> bagus				
Opinion Leader					
18	Saya mengetahui mengenai Citra <i>Hand and Body Lotion</i> dari teman atau kerabat saya				
19	Saya mengetahui mengenai Citra <i>Hand and Body Lotion</i> dari orang yang dapat dipercaya				

LOYALITAS PELANGGAN

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
Loyalitas Kognitif/Keyakinan (Cognitive Loyalty)		5	4	3	2	1
20	Menurut saya Citra <i>Hand & Body Lotion</i> adalah pilihan yang terbaik					
21	Saya semakin yakin sebagai pelanggan yang loyal terhadap Citra <i>Hand & Body Lotion</i>					
22	Saya mempunyai komitmen untuk selalu menggunakan Citra <i>Hand & Body Lotion</i>					
Loyalitas Afektif/Sikap (Affective Loyalty)						
23	Saya bersedia tetap membeli Citra <i>Hand & Body Lotion</i> jika diwaktu yang akan datang harga Citra lebih mahal, karena Citra mempunyai keunggulan dari <i>Hand & Body Lotion</i> yang lain.					
24	Ketika saya membutuhkan <i>Hand & Body Lotion</i> , maka Citra merupakan <i>Hand & Body Lotion</i> pilihan utama					
Loyalitas Konatif/Niat Konsumen Terhadap Merek (Conative Loyalty)						
25	Saya akan terus menggunakan Citra <i>Hand & Body Lotion</i> selama beberapa tahun kedepan.					
26	Saya tidak akan pindah ke <i>Hand & Body Lotion</i> lain selain Citra <i>Hand & Body Lotion</i>					
Loyalitas Tindakan (Action Loyalty)						
27	Bagi saya tidak ada yang dapat membuat saya beralih dari Citra <i>Hand & Body Lotion</i>					
28	Saya selalu menginformasikan tentang kualitas yang baik dari Citra <i>Hand & Body Lotion</i>					

33	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	53
34	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	51
35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	53
36	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	48
37	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	40
38	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	51
39	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	53
40	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	49
41	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	34
42	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	47
43	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	46
44	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	51
45	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	41
46	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
47	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
49	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	38
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
51	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
53	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	49
54	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	49
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
56	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	48
57	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	48
58	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	48
59	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	34
60	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
61	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
62	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	46
63	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
64	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	52
65	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	51
66	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	51
67	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
68	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	49

105	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	49
106	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	49
107	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	49
108	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	47
109	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46
110	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
111	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
112	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	49
113	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46
114	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	47
115	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
116	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46

Tabulasi Jawaban Responden
Variabel *Word of Mouth* (X2)

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2_Total
1	3	3	3	3	3	3	3	2	23
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	5	5	4	5	5	5	4	37
5	4	5	5	4	5	5	5	4	37
6	4	3	3	3	3	3	3	3	25
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	5	5	4	5	5	5	4	38
10	3	3	3	2	3	3	3	3	23
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	4	4	5	4	4	4	33
13	4	3	3	3	3	3	3	3	25
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	5	5	5	4	5	5	5	4	38
16	5	5	5	4	5	5	5	4	38
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	5	5	4	5	5	5	4	37
19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	3	4	3	3	3	3	3	4	26

94	5	5	5	4	5	5	5	4	38
95	5	5	5	4	5	5	5	4	38
96	4	5	5	5	5	5	5	5	39
97	5	4	4	4	4	4	4	4	33
98	5	5	5	4	5	5	5	4	38
99	4	5	5	4	5	5	5	4	37
100	4	4	4	4	4	4	4	4	32
101	4	4	4	5	4	4	4	5	34
102	4	4	4	5	4	4	4	5	34
103	4	4	4	4	4	4	4	4	32
104	4	4	4	4	4	4	4	4	32
105	5	5	5	4	5	5	5	4	38
106	4	5	5	5	5	5	5	5	39
107	4	4	4	5	4	4	4	5	34
108	4	4	4	4	4	4	4	4	32
109	4	4	4	4	4	4	4	4	32
110	4	4	4	4	4	4	4	4	32
111	4	4	4	4	4	4	4	4	32
112	5	5	5	5	5	5	5	5	40
113	5	5	5	4	5	5	5	4	38
114	5	5	5	4	5	5	5	4	38
115	4	4	4	4	4	4	4	4	32
116	5	5	5	4	5	5	5	4	38

**Tabulasi Jawaban Responden
Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Y_Total
1	3	3	2	3	3	3	2	2	2	23
2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
6	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25

47	4	5	5	5	4	5	4	5	4	41
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25
50	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
51	4	4	4	4	5	4	4	3	3	35
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
53	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
54	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
55	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
56	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
57	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
58	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
59	3	3	3	3	3	4	3	2	2	26
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
61	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
62	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
65	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
66	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
67	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	2	3	2	3	2	3	2	2	3	22
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	4	4	3	4	3	4	3	3	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
75	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
76	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33
77	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
78	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
79	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
80	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
81	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
82	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33

83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
84	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
85	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
86	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
89	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
90	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
91	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
94	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
95	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
96	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
99	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
100	4	4	4	4	3	3	4	3	3	32
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
102	4	4	4	4	3	4	4	3	5	35
103	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
104	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
105	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
106	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
108	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
109	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
110	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
112	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
116	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37

LAMPIRAN 3
HASIL KARAKTERISTIK RESPONDEN

Semester

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	16	13,8	13,8	13,8
4	28	24,1	24,1	37,9
6	39	33,6	33,6	71,6
8	33	28,4	28,4	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Jurusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Manajemen	45	38,8	38,8	38,8
Akuntansi	71	61,2	61,2	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Lama Pemakaian Produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1-2 tahun	26	22,4	22,4	22,4
3-4 tahun	20	17,2	17,2	39,7
5-6 tahun	48	41,4	41,4	81,0
>6 tahun	22	19,0	19,0	100,0
Total	116	100,0	100,0	

LAMPIRAN 4
HASIL UJI VALIDITAS
EKUITAS MEREK (X1)

Correlations

		Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Ekuitas Merek	Skor Total Ekuitas Merek
Ekuitas Merek	Pearson Correlation	1	,542**	,603**	,514**	,560**	,349**	,448**	,323**	,400**	,514**	,614**	,699**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Ekuitas Merek	Pearson Correlation	,542**	1	,741**	,909**	,534**	,382**	,533**	,089	,370**	,909**	,567**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,340	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Ekuitas Merek	Pearson Correlation	,603**	,741**	1	,762**	,344**	,300**	,474**	,122	,301**	,762**	,463**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,191	,001	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Ekuitas Merek	Pearson Correlation	,514**	,909**	,762**	1	,496**	,436**	,591**	,109	,422**	1,000**	,550**	,871**

	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Word Of Mouth	Pearson Correlation	,815**	1	,940**	,407**	,894**	,951**	,905**	,413**	,908**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Word Of Mouth	Pearson Correlation	,831**	,940**	1	,505**	,960**	,990**	,963**	,483**	,959**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Word Of Mouth	Pearson Correlation	,428**	,407**	,505**	1	,494**	,489**	,505**	,932**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Word Of Mouth	Pearson Correlation	,825**	,894**	,960**	,494**	1	,949**	,943**	,473**	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Word Of Mouth	Pearson Correlation	,840**	,951**	,990**	,489**	,949**	1	,953**	,488**	,957**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Word Of Mouth	Pearson Correlation	,822**	,905**	,963**	,505**	,943**	,953**	1	,502**	,949**

Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,812**	1	,794**	,793**	,615**	,523**	,622**	,611**	,451**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,768**	,794**	1	,721**	,699**	,522**	,690**	,662**	,466**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,686**	,793**	,721**	1	,549**	,588**	,657**	,641**	,516**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,736**	,615**	,699**	,549**	1	,474**	,610**	,618**	,396**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,451**	,523**	,522**	,588**	,474**	1	,482**	,493**	,400**	,673**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,614**	,622**	,690**	,657**	,610**	,482**	1	,742**	,561**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000

	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,581**	,611**	,662**	,641**	,618**	,493**	,742**	1	,638**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,466**	,451**	,466**	,516**	,396**	,400**	,561**	,638**	1	,699**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Skor Total Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,835**	,845**	,870**	,839**	,783**	,673**	,831**	,848**	,699**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116

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

LAMPIRAN 5
HASIL UJI RELIABILITAS
EKUITAS MEREK (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	11

WORD OF MOUTH (X2)

Reliability Statistics

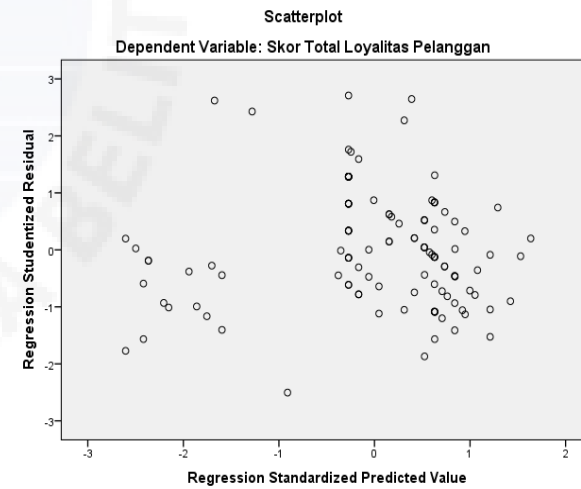
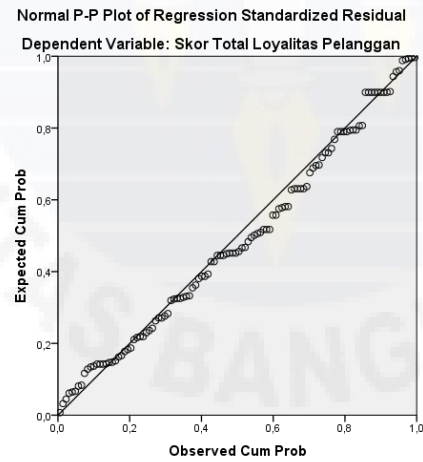
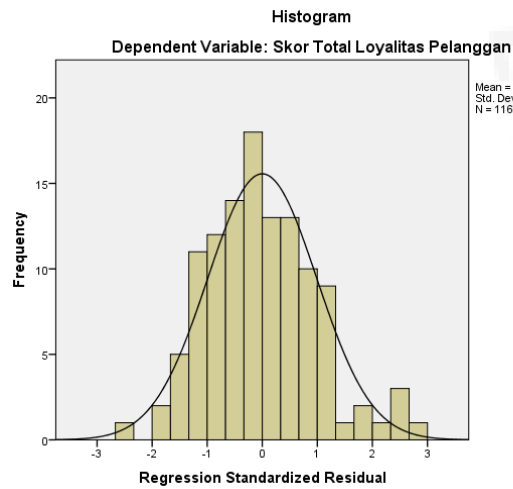
Cronbach's Alpha	N of Items
,953	8

LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	9

LAMPIRAN 6
HASIL UJI ASUMSI KLASIK



LAMPIRAN 7

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA, UJI T, UJI F DAN KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,844 ^a	,712	,707	2,117	1,786

a. Predictors: (Constant), Skor Total Word Of Mouth, Skor Total Ekuitas Merek

b. Dependent Variable: Skor Total Loyalitas Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1251,170	2	625,585	139,524	,000 ^b
	Residual	506,658	113	4,484		
	Total	1757,828	115			

a. Dependent Variable: Skor Total Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Skor Total Word Of Mouth, Skor Total Ekuitas Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,571	2,024		1,764	,080		
	Skor Total Ekuitas Merek	,351	,065	,403	5,378	,000	,453	2,206
	Skor Total Word Of Mouth	,436	,065	,500	6,672	,000	,453	2,206

a. Dependent Variable: Skor Total Loyalitas Pelanggan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Skor Total Ekuitas Merek	Skor Total Word Of Mouth
1	1	2,988	1,000	,00	,00	,00
	2	,009	18,328	,57	,00	,41
	3	,003	32,427	,43	1,00	,59

a. Dependent Variable: Skor Total Loyalitas Pelanggan

RANGKAIAN PRODUK CITRA HAND AND BODY LOTION



Citra Lasting
White UV



Citra Pearly
White UV



Citra Light
Touch White



Citra Night
Whitening



Citra Lasting
Glow



Citra Youthful
Radiance



Citra Nourished
Radiance UV



Citra Spotless
White UV



Citra Fresh
Radiance



Citra Advanced
White

1. CITRA LASTING WHITE UV (BENGGKOANG & SUSU)

Citra Lasting White UV lotion dengan Bengkoang & Susu untuk kulit tampak putih merata. Tahukah Anda? Bengkoang oleh masyarakat Indonesia dikenal dapat membuat kulit tampak lebih putih, Bengkoang juga mengandung vitamin A, B1, C, Mineral. Susu diperkaya dengan Vitamin A & D, susu juga membantu melembabkan kulit dan membuat kulit terasa lembut. Dengan UV A & UV B protection yang melindungi kulit dari sinar UV A dan UV B. Vitamin Pencerah kulitnya dikenal membantu membuat kulit tampak putih merata.

2. CITRA PEARLY WHITE UV (BUBUK MUTIARA CINA & BUNGA LOTUS SALJU)

Miliki kulit cantik alami yang putih dan berkilau dengan rahasia kecantikan Permaisuri Cina dari generasi ke generasi. Citra Pearly White UV memadukan dua bahan alami untuk menjaga kulit cantikmu: 1. Bubuk Mutiara Cina alami yang dikenal dapat membuat kulit tampak cerah. 2. Kandungan antioksidan dari bunga Lotus Salju yang dikenal dapat melawan efek buruk lingkungan yang membuat kulit tampak kusam. Dengan UVA & UVB protection, menjaga kulitmu tetap tampak putih berkilau.

3. CITRA LIGHT TOUCH WHITE (WAKAME JEPANG)

Citra percaya alam memberikan yang terbaik untuk perawatan kulit perempuan Indonesia. Seperti Wakame, rumput laut Jepang yang dipercaya mengandung nutrisi pencerah kulit dengan tekstur yang ringan dan menyegarkan. Kini Citra meluncurkan Citra Japanese Wakame gel lotion

pertama di Indonesia untuk mencerahkan kulit dan menyerap super cepat tanpa sisa rasa lengket. Sangat cocok pada suhu tropis. Gunakan Citra Japanese Wakame gel lotion dan buktikan gelnya cepat menyerap dan segar di kulit.

4. CITRA NIGHT WHITENING (MULBERRY & MINYAK BIJI ANGGUR)

Tahukah Anda? Minyak Biji Anggur merupakan salah satu rahasia kecantikan yang telah dikenal sejak ratusan tahun lalu untuk membuat kulit tampak muda dan terasa lembut. Kini, Citra memadukan 2 bahan alami berkhasiat dalam Citra Night Whitening. Minyak Biji Anggur dikenal mengandung Antioksidant untuk merawat kulit dipadu Ekstrak Mulberry yang dikenal membantu membuat kulit tampak lebih putih. Lotion ini di formulasikan khusus di saat Anda tidur pada malam hari, untuk kulit tampak muda, cerah dan terasa halus.

5. CITRA LASTING GLOW (MANGIR JAWA & MINYAK ZAITUN)

Citra Lasting Glow lotion dengan Mangir Jawa dan Minyak Zaitun, untuk kulit terasa lembut dan bercahaya. Tahukah Anda? Mangir Jawa dikenal telah digunakan sejak ratusan tahun lalu oleh para Puteri Keraton agar kulit terasa lembut dan bercahaya. Diperkaya dengan Minyak Zaitun yang dikenal mengandung nutrisi untuk melembabkan kulit. Lotion ini cepat meresap ke dalam kulit untuk melembabkan bahkan pada bagian kulit yang kering sekalipun. Mangir alaminya dikenal dapat menampilkan kulit yang tampak lebih bercahaya.

6. CITRA YOUTHFUL RADIANCE (GOJI BERRY HIMALAYA & MADU)

Citra Youthful Radiance lotion dengan Madu dan Goji Berry Himalaya, untuk kulit tampak muda, terasa kencang dan berseri. Tahukah Anda? Madu dan Goji Berry dari pegunungan Himalaya dikenal telah digunakan dari generasi ke generasi untuk menjaga keremajaan kulit. Ekstrak buah Goji Berrynya dikenal membantu memperlambat kulit berubah menjadi kusam dan tua terlalu dini. Madunya dikenal sebagai pelembab alami. Vitamin Pencerah kulitnya dikenal membantu membuat kulit tampak cerah.

7. CITRA NOURISHED RADIANCE UV (ROYAL JELLY KOREA & YOGHURT)

Kulit putih yang tampak indah belum tentu ternutrisi luar dan dalam. Perkenalkan, Citra Nourished Radiance UV yang memadukan 2 bahan alami terbaik yang merawat kulitmu dari luar dan dalam. Royal Jelly Korea yang merupakan salah satu bahan pelembab terbaik dari alam yang melembabkan dari luar*. Citra Nourished Radiance UV dengan Yoghurt untuk membuat kulit terasa lembut dan tampak putih. Taklukkan dunia dengan kulit putih yang indah dan bernutrisi. *Sampai pada lapisan epidermis

8. CITRA SPOTLESS WHITE UV (BERAS JEPANG & MINYAK BUNGA CAMELIA)

Citra Spotless White UV dengan Beras Jepang dan Minyak Bunga Camellia untuk kulit tampak putih alami dan menyamarkan noda. Beras Jepang kaya akan antioksidan dan dikenal dapat menghaluskan dan membuat kulit tampak

putih. Minyak Bunga Camellia dikenal dapat merawat dan membuat kulit terasa lembut. Perpaduan UV protection nya (UVA & UVB) membantu melindungi kulit dari sinar matahari yang dapat mengakibatkan terbentuknya noda hitam dan warna kulit yang tidak rata.

9. CITRA FRESH RADIANCE (TEH HIJAU JEPANG & DAUN MINT)

Lindungi kulit cantikmu dari radikal bebas yang dapat merusak kulit dan menjadikannya tampak kusam. Nikmati Citra Fresh Radiance yang memadukan Daun Mint untuk sensasi dingin dengan khasiat Teh Hijau Jepang yang kaya akan antioksidan untuk menangkal radikal bebas, menjaga kulitmu agar tetap sehat dan cerah.

10. CITRA ADVANCED WHITE (MINYAK ALMOND & ALPUKAT)

Sinar matahari mengandung UVA & UVB yang dapat membuat kulitmu kusam, gelap dan kering serta menyebabkan penuaan dini. Untuk itu, kulit membutuhkan perlindungan agar tetap cantik meski terpapar sinar matahari. Dengan SPF 20 dan PA++ yang melindungi kulit dari UVA & UVB, serta almond essence dan alpukat yang membuat kulitmu menjadi tampak cerah, halus dan lembut. Citra memperkenalkan, Citra Advanced White Baru, yang baik untuk menjaga kulitmu dari efek buruk sinar matahari setiap hari. Rawat terus kulitmu dan nikmati kulit cantik terlindungi.



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Terpadu UBB Balunijuk, Merawang - Bangka
Provinsi Kepulauan Bangka Belitung
Telepon (0717) 4260030, 4260031 Laman: www.ubb.ac.id

Nomor : 73/UN50/FE/TU/2016

17 Februari 2016

Lampiran : satu berkas

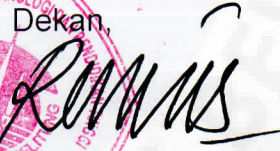
Hal : Izin Penelitian

Yth. Rasi Firdani

Menindaklanjuti surat dari saudara perihal permohonan pembuatan surat izin penyebaran kuesioner tanggal 29 Januari 2016 di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, maka dengan ini kami tidak keberatan dan memberikan izin atas kegiatan tersebut.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Dekan,


Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP5072060



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
UPT PUSAT BAHASA

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah I Balunijuk,
Kec. Merawang Kab. Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172
Telepon (0717) 4260035, Faksimile (0717) 421303
Laman www.ubb.ac.id

The Effects of Brand Equity and Word of Mouth on Customer Loyalty in the Case of Citra Hand and Body Lotion (Case Study of the Female Undergraduate Students of the Faculty of Economics, Universitas Bangka Belitung)

Rasi Firdani. 302 11 11 036.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effects of brand equity and word of mouth on the variable customer loyalty in the case of Citra Hand and Body Lotion. The population in this research consist of 63 female students who use Citra Hand and Body Lotion in the Faculty of Economics, Universitas Bangka Belitung, which has a total of 163 students. This is a descriptive quantitative research with a sample of 116 respondents chosen using the accidental sampling method. The instruments are tested using validity and reliability tests, while the data is analyzed using multiple linear regression method with t test and F test. The research results show that for the independent variable X_1 , $t_{count} (5.378) > t_{table} (1.98137)$ and for the independent variable X_2 , $t_{count} (6.672) > t_{table} (1.98137)$. Hence, both X_1 and X_2 affect Y partially. The F test results show that $F_{count} (335.564) > F_{table} (3.08)$, while the significance is $0.000 < \alpha$ at the significance level of 0.05. Therefore,, H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that the brand equity and word of mouth significantly and simultaneously affecting the customer loyalty. Meanwhile, the coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.707 atau 70.7%, which means that the Citra Hand and Body Lotion's customer loyalty can be explained by the brand equity and word of mouth variables.

Keywords: brand equity, word of mouth, customer loyalty



Head of UPT Pusat Bahasa

Riwan Kusmiadi, S.TP, M.Si
NP.107499008

Translator

Vindi Kaldina, S.S
NP.108313129



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RASI FIRDANI IPK : 3,13
 NIM : 302 11 11 036 Nama Pembimbing : Dr. RENATI, S.E., M.Si
 Jurusan : Akuntansi / Manajemen Mulai Skripsi :
 Angkatan : 2011
 Konsentrasi Studi : PEMASARAN
 Judul Proposal/Skripsi :
PENGARUH EKUITAS MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PRODUK CITRA HAND AND BODY LOTION
(STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG)

NO	Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
1	12-05-2015	Konsultasi judul	
2	21-10-2015	Revisi bab I, II, III	
3	29-10-2015	Revisi Business	
4	04-11-2015	Revisi Sampul & Cover	
5	16-11-2015	all of revision proposal	
6	01-3-2016	revisi bab IV & V	
7	02-3-2016	Revisi bab IV	
8	03-03-2016	Revisi bab V	
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Catatan :

1. Kartu ini harus diisi saat bimbingan skripsi



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RASI FIRDANI IPK : 3,13
NIM : 302 11 11 036 Nama Pembimbing : DONY YANUAR, S.E., M.M
Jurusan : Akuntansi/Manajemen Mulai Skripsi : 27 APRIL 2015
Angkatan : 2011
Konsentrasi Studi : PEMASARAN
Judul Proposal/Skripsi :
PENGARUH EKUITAS MERKA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PRODUK CITRA HAND AND BODY LOTION
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG)

NO	Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
1	6/5/2015	Konsultasi judul	[Signature]
2	17/5/2015	Konsultasi judul & ac	[Signature]
3	18/5/2015	bab I, II & III Capstone	[Signature]
4	5/6/2015	Revisi proposal	[Signature]
5		Revisi capstone	[Signature]
6	24/6/2015	Acc. ke pembimbing I	[Signature]
7			[Signature]
8	26/2/2016	bab IV & V	[Signature]
9			[Signature]
10	7/3/2016	Acc. ke pembimbing II	[Signature]
11			
12			
13			
14			
15			

Catatan :

1. Kartu ini harus diisi saat bimbingan skripsi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rasi Firdani

Tempat Tanggal Lahir : Pangkalpinang, 24 Oktober 1993

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Pendidikan Terakhir : S1 (Sarjana Ekonomi)

Alamat : Jl.Sumedang No.70, RT.002/RW.001, Kel.Kejaksanaan,
Kec.Taman Sari, Pangkalpinang

No.Telp/Hp : 082176181152

E-mail : rasifirdani.rf@gmail.com & rasifirdani1@yahoo.com

Pendidikan Formal

1. 2011-2016 : Universitas Bangka Belitung
(Fakultas Ekonomi, program Studi Manajemen)
2. 2008-2011 : SMK PGRI Pangkalpinang
3. 2005-2008 : SMP Negeri 2 Pangkalpinang
4. 1999-2005 : SD Negeri 05 Pangkalpinang
5. 1998-1999 : TK ADHYAKSA Pangkalpinang