



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER

Pengantar

Demi tercapainya tujuan penelitian ini, penulis mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ I untuk mengisi daftar pertanyaan (kuesioner) yang penulis sediakan. Setiap jawaban yang anda berikan kepada penulis merupakan informasi yang sangat berharga bagi penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ I yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda tepat dengan memberikan tanda (X) pada kolom yang dipilih.



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Profil Responden

1. Nama Responden.....(Boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin
 - Pria
 - Wanita
3. Pendidikan anda saat ini
 - SMU
 - Akademi
 - Perguruan Tinggi



© **HI.** **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Petunjuk Pengisian

1. Pilhlah salah satu jawaban yang menurut anda tepat dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang dipilih.
2. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner mohon direnungkan dan dijawab sesuai dengan kondisi yang anda hadapi saat ini.

Adapun arti pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

SS	: Sangat setuju
S	: Setuju
CS	: Cukup setuju
TS	: Tidak setuju
STS	: Sangat tidak setuju



(C)

KUESIONER EXPERIENTIAL MARKETING

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1. Diliang Krag ak Cipta Sense	See Saya mengetahui produk Galaxy S III Mini secara detail baik fitur maupun <i>durability</i> (ketahanan)					
	SKG Saya mengetahui tingkat <i>performance</i> dari pabrikan Galaxy S III Mini					
	Design Tampilan (tampilan produk) Galaxy S III Mini sangat elegan					
	True Tampilan Galaxy S III Mini, menunjukkan tingkat teknologi yang di dukung tinggi					
	Feel Saya menggunakan produk Galaxy S III Mini karena faktor pengalaman pada <i>variance</i> galaxy lainnya setara dengan produk <i>handphone</i> yang lebih terkenal					
	Perfomance Saya menggunakan produk ini karena produk tersebut telah memenuhi aspek kesesuaian akan selera produk					
	Harga Harga dari produk Galaxy S III Mini tidak lebih mahal dibandingkan produk sejenis dari merek lain					
	Harga Harga dari produk Galaxy S III Mini sebanding dengan teknologi yang di usung produk ini					
	Think Fitur dari produk Galaxy S III Mini memiliki keberagaman sehingga menjawab tingkat kebutuhan komunikasi yang dinamis					
10	Fitur dari produk Galaxy S III Mini, memiliki kesamaan dengan produk yang lebih mahal dari produk ini					
11	Produk Galaxy S III Mini, memiliki usia pakai lebih dari yang saya harapkan					
	Act Teknologi dari Galaxy S III Mini menjawab apa yang menjadi kebutuhan saya					
12	Fitur dari produk Galaxy S III Mini, melebihi dari apa yang saya harapkan					
13	Saya tidak keberatan untuk menggunakan produk Galaxy S III Mini karena disain dari produk sangat baik					
	Relate Mudah untuk menemukan <i>outlet</i> Galaxy di pusat perdagangan elektronik					
15	Mudah untuk melakukan perawatan atau perbaikan karena tersebar outlet resmi Galaxy di pusat-pusat perdagangan elektronik					
16	Produk Galaxy S III Mini dilengkapi dengan penyediaan media kontemporer (Web, Twitter dll)					

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

(C)

KUESIONER EMOTIONAL BRANDING

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Gairah						
1 Hak Cipta Undang-Undang	Galaxy S III Mini merupakan produk turunan yang memiliki kesamaan teknologi terkini sehingga memiliki kesamaan dengan merk-merk lainnya					
2 Undang-Undang	Nilai kemanfaatan produk Galaxy S III Mini sama dengan produk Galaxy lainnya terdapat keunggulan produk					
3 Undang-Undang	Apa yang dijanjikan Galaxy S III Mini telah saya terima dan hal ini terbukti					
4 Undang-Undang	Dengan menggunakan produk Galaxy S III Mini saya lebih percaya diri					
5 Undang-Undang	Ada keinginan untuk menggunakan Galaxy S III Mini atau <i>variance</i> diatasnya					
Afeksi						
6 Informatika Kwik Kian Gie)	Dengan menggunakan produk Galaxy S III Mini komunikasi saya dapat terdukung					
7 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Saya merasakan kemanfaatan lebih dari apa yang saya inginkan dari produk Galaxy S III Mini					
8 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Bila saya tidak menggunakan Galaxy S III Mini, maka saya merasakan ada kekurangan atas komunikasi					
9 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Saya merasakan nilai lebih dari produk Galaxy S III Mini yang saya gunakan khususnya berkenaan dengan fitur produk					
10 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Saya merasakan adanya nilai kemanfaatan lain (fitur) disamping aksesibilitas					
11 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Saya sangat cocok menggunakan Galaxy S III Mini karena kelengkapan dari fasilitas					
12 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Saya sangat cocok dengan produk Galaxy S III Mini karena harga yang ditawarkan melebihi apa yang saya harapkan dari sebuah produk					
13 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Saya sangat cocok dengan produk Galaxy S III Mini karena karenanya elegan					
Hubungan						
14 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Produk Galaxy S III Mini telah melekat menjadi keputusan gaya hidup					
15 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Produk ini telah menjadi rujukan banyak orang yang telah menerima nilai kemanfaatannya					
16 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Setelah saya menggunakan Galaxy S III Mini, saya mendapatkan nilai kemanfaatan sama dengan bila saya menggunakan produk yang lebih mahal					

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



No	Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Deskripsi	JAWABAN				
			SS	S	CS	TS	STS
17	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Kemampuan dari produk Galaxy S III Mini melebihi dari harga yang ditawarkan					
18	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Desain pada Galaxy S III Mini, menampilkan pilihan wana yang menarik yang dapat di pilih oleh konsumen sesuai dengan keinginan					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) KUESIONER BRAND LOYALTY

No	Kategori	Deskripsi	JAWABAN				
			SS	S	CS	TS	STS
Kognitif							
1	Pak Cipta	Saya menggunakan produk Galaxy S III Mini karena saya mengetahui keungulan dari produk					
2	Pak Cipta	Saya menggunakan produk Galaxy S III Mini, karena saya yakin atas kemampuan yang dimiliki produk					
3	Diluhung	Saya menggunakan produk Galaxy S III Mini, karena saya mengetahui daya tahan dari produk					
4	Undang-Undang	Saya cenderung menerima bila produk Galaxy melepas <i>variance</i> baru dan ada keinginan untuk mencoba					
5	IBI KKG	Saya akan berusaha untuk meningkatkan ke <i>variance</i> lainnya yang lebih dari yang saya gunakan asalkan masih produk Galaxy					
6	Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Keputusan menggunakan Galaxy S III Mini, diawali dengan mencari tahu keungulan dari produk tersebut					
Afektif							
7	Paka	Saya tertarik pada produk ini karena fungsi yang ditawarkan					
8	Kwikkian Gie	Saya tertarik pada produk ini karena harga yang ditawarkan tidak lebih mahal dari produk lainnya					
9		Saya tertarik pada produk ini karena banyak dipakai orang lain					
10		Saya bersedia menyampaikan kebaikan dari produk Galaxy S III Mini kepada pihak lain					
11	Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Bila ada kesempatan saya akan berusaha untuk meyakinkan pihak lain untuk menggunakan Galaxy S III Mini					
Konatif							
12		Saya menetapkan pada pembelian yang akan datang pada produk Galaxy					
13		Saya akan berusaha untuk menggunakan produk Galaxy yang lebih baik dari yang saya gunakan					
14		Saya tidak akan berpindah pada merek lainnya karena saya sudah merasakan nilai kemanfaatan					
15		Saya merasakan kebaikan dari produk Galaxy S III Mini					
16		Saya tidak menyesal telah menggunakan Galaxy S III Mini					
17		Saya akan terus menggunakan merek Galaxy bila pun ada pilihan produk lainnya yang lebih murah					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© EXPERIENTIAL MARKETING (X_1)

Reliability Statistics

Bronbach's Alpha	N of Items
.931	17

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.6667	.84418	30
VAR00002	2.4000	.85501	30
VAR00003	3.4000	.81368	30
VAR00004	2.9667	.88992	30
VAR00005	3.4667	1.10589	30
VAR00006	3.6000	1.24845	30
VAR00007	3.4333	.93526	30
VAR00008	3.3000	1.05536	30
VAR00009	3.1000	1.06188	30
VAR00010	3.4333	.72793	30
VAR00011	2.8000	.92476	30
VAR00012	2.7333	.94443	30
VAR00013	2.8000	.92476	30
VAR00014	2.7667	.85836	30
VAR00015	2.7000	.83666	30
VAR00016	2.4333	.89763	30
VAR00017	2.3000	.83666	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	47.6333	112.171	.418	.932
VAR00002	47.9000	110.024	.535	.930
VAR00003	46.9000	107.679	.711	.926
VAR00004	47.3333	107.126	.675	.926
VAR00005	46.8333	104.764	.635	.928
VAR00006	46.7000	100.907	.713	.926
VAR00007	46.8667	106.740	.659	.927
VAR00008	47.0000	106.759	.572	.929
VAR00009	47.2000	108.097	.504	.931
VAR00010	46.8667	112.947	.445	.931
VAR00011	47.5000	105.569	.733	.925
VAR00012	47.5667	104.047	.800	.923
VAR00013	47.5000	104.052	.819	.923
VAR00014	47.5333	104.947	.834	.923
VAR00015	47.6000	105.903	.799	.924
VAR00016	47.8667	107.223	.663	.927
VAR00017	48.0000	111.241	.477	.931

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
50.3000	120.355	10.97065	17

© Hak Cipta milik IBIKKG

BRAND LOYALTY (X2)

Reliability Statistics

Fornbach's Alpha	N of Items
.922	17

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.8000	.92476	30
VAR00002	2.7333	.94443	30
VAR00003	2.8000	.92476	30
VAR00004	2.9667	.76489	30
VAR00005	2.9000	.75886	30
VAR00006	2.6333	.88992	30
VAR00007	2.4333	.81720	30
VAR00008	3.0667	.90719	30
VAR00009	3.1000	.88474	30
VAR00010	2.7667	.81720	30
VAR00011	2.7333	.78492	30
VAR00012	2.7667	.93526	30
VAR00013	2.9000	.92289	30
VAR00014	3.0000	.90972	30
VAR00015	2.9333	1.04826	30
VAR00016	3.6000	.72397	30
VAR00017	3.5333	.73030	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	46.8667	84.464	.686	.916
VAR00002	46.9333	82.961	.764	.913
VAR00003	46.8667	82.878	.787	.913
VAR00004	46.7000	88.217	.570	.919
VAR00005	46.7667	88.599	.547	.919
VAR00006	47.0333	89.551	.395	.923
VAR00007	47.2333	90.668	.365	.924
VAR00008	46.6000	85.834	.615	.918
VAR00009	46.5667	85.426	.659	.916
VAR00010	46.9000	86.783	.626	.917
VAR00011	46.9333	86.961	.643	.917
VAR00012	46.9000	82.576	.796	.912
VAR00013	46.7667	86.944	.534	.920
VAR00014	46.6667	84.989	.666	.916
VAR00015	46.7333	82.685	.693	.915
VAR00016	46.0667	89.099	.539	.919
VAR00017	46.1333	89.016	.540	.919

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
49.6667	96.989	9.84827	17

(C)

EMOTIONAL BRANDING

Reliability Statistics

Chronbach's Alpha	N of Items
.951	18

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.0000	.90972	30
VAR00002	2.9333	1.04826	30
VAR00003	3.6000	.72397	30
VAR00004	3.5333	.73030	30
VAR00005	3.4667	.77608	30
VAR00006	3.4000	.81368	30
VAR00007	3.0667	.69149	30
VAR00008	3.2000	.71438	30
VAR00009	3.4000	.81368	30
VAR00010	2.7333	1.01483	30
VAR00011	2.7667	1.00630	30
VAR00012	2.9667	.96431	30
VAR00013	2.8000	.92476	30
VAR00014	2.7333	.94443	30
VAR00015	2.8000	.92476	30
VAR00016	2.8333	.87428	30
VAR00017	2.7667	.89763	30
VAR00018	2.8333	.87428	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	51.8333	120.489	.708	.948
VAR00002	51.9000	117.610	.736	.948
VAR00003	51.2333	123.495	.711	.948
VAR00004	51.3000	123.666	.693	.948
VAR00005	51.3667	121.826	.760	.947
VAR00006	51.4333	120.806	.782	.947
VAR00007	51.7667	124.806	.658	.949
VAR00008	51.6333	124.309	.668	.949
VAR00009	51.4333	123.564	.621	.949
VAR00010	52.1000	117.610	.764	.947
VAR00011	52.0667	118.133	.746	.947
VAR00012	51.8667	116.740	.853	.945
VAR00013	52.0333	119.620	.741	.947
VAR00014	52.1000	119.541	.727	.948
VAR00015	52.0333	118.861	.780	.947
VAR00016	52.0000	124.759	.508	.951
VAR00017	52.0667	123.444	.562	.951
VAR00018	52.0000	121.793	.668	.949

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
54.8333	135.454	11.63847	18

(C) Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

EXPERIENTIAL MARKETING

VAR00001

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak setuju	26	26.0	26.0	32.0
	Cukup setuju	39	39.0	39.0	71.0
	Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00002

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak setuju	24	24.0	24.0	30.0
	Cukup setuju	45	45.0	45.0	75.0
	Setuju	23	23.0	23.0	98.0
	Sangat setuju	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00003

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak setuju	27	27.0	27.0	33.0
	Cukup setuju	41	41.0	41.0	74.0
	Setuju	25	25.0	25.0	99.0
	Sangat setuju	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00004

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak setuju	16	16.0	16.0	21.0
	Cukup setuju	52	52.0	52.0	73.0
	Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00005

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0
	Tidak setuju	19	19.0	19.0
	Cukup setuju	40	40.0	40.0
	Setuju	32	32.0	32.0
	Sangat setuju	3	3.0	3.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00006

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0
	Tidak setuju	27	27.0	27.0
	Cukup setuju	28	28.0	28.0
	Setuju	37	37.0	37.0
	Sangat setuju	3	3.0	3.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00007

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	4	4.0	4.0
	Tidak setuju	16	16.0	16.0
	Cukup setuju	39	39.0	39.0
	Setuju	38	38.0	38.0
	Sangat setuju	3	3.0	3.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00008

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0
	Tidak setuju	20	20.0	20.0
	Cukup setuju	43	43.0	43.0
	Setuju	23	23.0	23.0
	Sangat setuju	4	4.0	4.0
	Total	100	100.0	100.0

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00009

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	12	12.0	12.0	12.0
Tidak setuju	23	23.0	23.0	35.0
Cukup setuju	44	44.0	44.0	79.0
Setuju	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00010

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0	10.0
Tidak setuju	18	18.0	18.0	28.0
Cukup setuju	42	42.0	42.0	70.0
Setuju	29	29.0	29.0	99.0
Sangat setuju	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00011

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0	10.0
Tidak setuju	22	22.0	22.0	32.0
Cukup setuju	45	45.0	45.0	77.0
Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00012

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	8	8.0	8.0	8.0
Tidak setuju	21	21.0	21.0	29.0
Cukup setuju	47	47.0	47.0	76.0
Setuju	18	18.0	18.0	94.0
Sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00013

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	13	13.0	13.0	13.0
Tidak setuju	16	16.0	16.0	29.0
Cukup setuju	46	46.0	46.0	75.0
Setuju	18	18.0	18.0	93.0
Sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00014

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	9	9.0	9.0	9.0
Tidak setuju	17	17.0	17.0	26.0
Cukup setuju	41	41.0	41.0	67.0
Setuju	29	29.0	29.0	96.0
Sangat setuju	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00015

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	7.0
Tidak setuju	14	14.0	14.0	21.0
Cukup setuju	25	25.0	25.0	46.0
Setuju	43	43.0	43.0	89.0
Sangat setuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00016

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	7.0
Tidak setuju	51	51.0	51.0	58.0
Cukup setuju	15	15.0	15.0	73.0
Setuju	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

© Hak cipta
mili

KBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00017

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	12	12.0	12.0	12.0
Tidak setuju	14	14.0	14.0	26.0
Cukup setuju	19	19.0	19.0	45.0
Setuju	45	45.0	45.0	90.0
Sangat setuju	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(C)

EMOTIONAL BRANDING CONNECTION

VAR00001

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0
	Tidak setuju	31	31.0	38.0
	Cukup setuju	39	39.0	77.0
	Setuju	23	23.0	100.0
	Total	100	100.0	

VAR00002

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	9	9.0	9.0
	Tidak setuju	50	50.0	59.0
	Cukup setuju	30	30.0	89.0
	Setuju	9	9.0	98.0
	Sangat setuju	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	

VAR00003

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	11	11.0	11.0
	Tidak setuju	39	39.0	39.0
	Cukup setuju	29	29.0	29.0
	Setuju	20	20.0	20.0
	Sangat setuju	1	1.0	1.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00004

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0
	Tidak setuju	24	24.0	30.0
	Cukup setuju	39	39.0	69.0
	Setuju	31	31.0	100.0
	Total	100	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00005

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0
	Tidak setuju	12	12.0	12.0
	Cukup setuju	38	38.0	38.0
	Setuju	36	36.0	36.0
	Sangat setuju	9	9.0	9.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00006

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0
	Tidak setuju	12	12.0	12.0
	Cukup setuju	21	21.0	21.0
	Setuju	36	36.0	36.0
	Sangat setuju	25	25.0	25.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00007

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0
	Tidak setuju	16	16.0	16.0
	Cukup setuju	37	37.0	37.0
	Setuju	37	37.0	37.0
	Sangat setuju	9	9.0	9.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00008

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0
	Tidak setuju	9	9.0	19.0
	Cukup setuju	41	41.0	41.0
	Setuju	34	34.0	34.0
	Sangat setuju	6	6.0	6.0
	Total	100	100.0	100.0

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00009

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	9	9.0	9.0
	Tidak setuju	18	18.0	18.0
	Cukup setuju	37	37.0	37.0
	Setuju	35	35.0	35.0
	Sangat setuju	1	1.0	1.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00010

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0
	Tidak setuju	10	10.0	10.0
	Cukup setuju	47	47.0	47.0
	Setuju	38	38.0	38.0
	Sangat setuju	4	4.0	4.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00011

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0
	Tidak setuju	22	22.0	22.0
	Cukup setuju	44	44.0	44.0
	Setuju	28	28.0	28.0
	Sangat setuju	1	1.0	1.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00012

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	4	4.0	4.0
	Tidak setuju	33	33.0	33.0
	Cukup setuju	43	43.0	43.0
	Setuju	18	18.0	18.0
	Sangat setuju	2	2.0	2.0
	Total	100	100.0	100.0

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00013

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0
	Tidak setuju	21	21.0	27.0
	Cukup setuju	54	54.0	81.0
	Setuju	17	17.0	98.0
	Sangat setuju	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00014

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0
	Tidak setuju	26	26.0	31.0
	Cukup setuju	50	50.0	81.0
	Setuju	19	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00015

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0
	Tidak setuju	20	20.0	20.0
	Cukup setuju	53	53.0	53.0
	Setuju	20	20.0	98.0
	Sangat setuju	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00016

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	12.0	12.0
	Tidak setuju	27	27.0	39.0
	Cukup setuju	41	41.0	80.0
	Setuju	16	16.0	96.0
	Sangat setuju	4	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00017

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0	10.0
Tidak setuju	46	46.0	46.0	56.0
Cukup setuju	30	30.0	30.0	86.0
Setuju	10	10.0	10.0	96.0
Sangat setuju	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00018

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	7.0
Tidak setuju	19	19.0	19.0	26.0
Cukup setuju	47	47.0	47.0	73.0
Setuju	21	21.0	21.0	94.0
Sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(C)

BRAND LOYALTY

VAR00001

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	9	9.0	9.0
	Tidak setuju	20	20.0	29.0
	Cukup setuju	47	47.0	76.0
	Setuju	22	22.0	98.0
	Sangat setuju	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00002

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	9	9.0	9.0
	Tidak setuju	24	24.0	24.0
	Cukup setuju	50	50.0	50.0
	Setuju	14	14.0	14.0
	Sangat setuju	3	3.0	3.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00003

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	8	8.0	8.0
	Tidak setuju	18	18.0	18.0
	Cukup setuju	56	56.0	56.0
	Setuju	14	14.0	14.0
	Sangat setuju	4	4.0	4.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00004

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0
	Tidak setuju	18	18.0	18.0
	Cukup setuju	57	57.0	57.0
	Setuju	20	20.0	100.0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C)

Hak Cipta milik IBI KK

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00004

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0
	Tidak setuju	18	18.0	18.0
	Cukup setuju	57	57.0	57.0
	Setuju	20	20.0	20.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00005

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	3.0	3.0
	Tidak setuju	26	26.0	26.0
	Cukup setuju	53	53.0	53.0
	Setuju	16	16.0	16.0
	Sangat setuju	2	2.0	2.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00006

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	13	13.0	13.0
	Tidak setuju	29	29.0	29.0
	Cukup setuju	42	42.0	42.0
	Setuju	15	15.0	15.0
	Sangat setuju	1	1.0	1.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00007

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0
	Tidak setuju	59	59.0	59.0
	Cukup setuju	25	25.0	25.0
	Setuju	6	6.0	6.0
	Sangat setuju	3	3.0	3.0
	Total	100	100.0	100.0

VAR00008

(C) Hak Cipta milik IBI KKGS (Institut Bisnis dan Informatika Kwick Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
Tidak setuju	22	22.0	22.0	28.0
Cukup setuju	45	45.0	45.0	73.0
Setuju	19	19.0	19.0	92.0
Sangat setuju	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00009

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
Tidak setuju	18	18.0	18.0	23.0
Cukup setuju	48	48.0	48.0	71.0
Setuju	22	22.0	22.0	93.0
Sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00010

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	8	8.0	8.0	8.0
Tidak setuju	29	29.0	29.0	37.0
Cukup setuju	46	46.0	46.0	83.0
Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00011

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat tidak setuju	8	8.0	8.0	8.0
Tidak setuju	31	31.0	31.0	39.0
Cukup setuju	46	46.0	46.0	85.0
Setuju	14	14.0	14.0	99.0
Sangat setuju	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00012

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

(C)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	12.0	12.0	12.0
	Tidak setuju	19	19.0	19.0	31.0
	Cukup setuju	48	48.0	48.0	79.0
	Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

VAR00013

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	9.0	9.0	9.0
	12	12.0	12.0	21.0
	60	60.0	60.0	81.0
	15	15.0	15.0	96.0
	4	4.0	4.0	100.0
	100	100.0	100.0	

VAR00014

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	6.0	6.0	6.0
	12	12.0	12.0	18.0
	63	63.0	63.0	81.0
	12	12.0	12.0	93.0
	7	7.0	7.0	100.0
	100	100.0	100.0	

VAR00015

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	8.0	8.0	8.0
	17	17.0	17.0	25.0
	46	46.0	46.0	71.0
	20	20.0	20.0	91.0
	9	9.0	9.0	100.0
	100	100.0	100.0	

VAR00016

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3.0	3.0	3.0

Tidak setuju		3	3.0	3.0		6.0
Cukup setuju		40	40.0	40.0		46.0
Setuju		47	47.0	47.0		93.0
Sangat setuju		7	7.0	7.0		100.0
Total		100	100.0	100.0		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

(C)

Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

VAR00017

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak setuju	9	9.0	9.0	13.0
	Cukup setuju	41	41.0	41.0	54.0
	Setuju	38	38.0	38.0	92.0
	Sangat setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

© Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

	Statistics		
	Experiental Marketing	Emotional Branding Connection	Brand Loyalty
Valid	100	100	100
Missing	0	0	0
Mean	50.5400	53.3100	49.5200
Std. Error of Mean	.86438	.96533	.99295
Median	51.0000	53.5000	49.5000
Mode	49.00	61.00	55.00
Std. Deviation	8.64382	9.65328	9.92953
Variance	74.716	93.186	98.596
Skewness	-.700	-.277	-.284
Std. Error of Skewness	.241	.241	.241
Kurtosis	.968	-.701	.003
Std. Error of Kurtosis	.478	.478	.478
Range	44.00	43.00	44.00
Minimum	25.00	27.00	26.00
Maximum	69.00	70.00	70.00
Sum	5054.00	5331.00	4952.00



(C) Hak Cipta milik

Frequency Table

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.

Experiential Marketing					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)					
Valid	25.00	2	2.0	2.0	2.0
	27.00	1	1.0	1.0	3.0
	29.00	1	1.0	1.0	4.0
	31.00	1	1.0	1.0	5.0
	36.00	1	1.0	1.0	6.0
	39.00	1	1.0	1.0	7.0
	40.00	3	3.0	3.0	10.0
	41.00	3	3.0	3.0	13.0
	42.00	2	2.0	2.0	15.0
	43.00	2	2.0	2.0	17.0
	44.00	3	3.0	3.0	20.0
	45.00	4	4.0	4.0	24.0
	46.00	4	4.0	4.0	28.0
	47.00	2	2.0	2.0	30.0
	48.00	4	4.0	4.0	34.0
	49.00	8	8.0	8.0	42.0
	50.00	5	5.0	5.0	47.0
	51.00	7	7.0	7.0	54.0
	52.00	4	4.0	4.0	58.0
	53.00	4	4.0	4.0	62.0
	54.00	7	7.0	7.0	69.0
	55.00	4	4.0	4.0	73.0
	56.00	5	5.0	5.0	78.0
	58.00	2	2.0	2.0	80.0
	59.00	4	4.0	4.0	84.0
	60.00	4	4.0	4.0	88.0
	61.00	3	3.0	3.0	91.0
	62.00	3	3.0	3.0	94.0
	63.00	2	2.0	2.0	96.0
	64.00	2	2.0	2.0	98.0
	66.00	1	1.0	1.0	99.0
	69.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(C) Hak cipta milik BSI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BSIKKG.

- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BSIKKG.

Emotional Branding Connection

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
27.00	1	1.0	1.0	1.0
36.00	3	3.0	3.0	4.0
37.00	1	1.0	1.0	5.0
38.00	2	2.0	2.0	7.0
39.00	3	3.0	3.0	10.0
40.00	3	3.0	3.0	13.0
41.00	2	2.0	2.0	15.0
42.00	2	2.0	2.0	17.0
43.00	2	2.0	2.0	19.0
44.00	1	1.0	1.0	20.0
45.00	3	3.0	3.0	23.0
46.00	2	2.0	2.0	25.0
47.00	3	3.0	3.0	28.0
48.00	3	3.0	3.0	31.0
49.00	2	2.0	2.0	33.0
50.00	4	4.0	4.0	37.0
51.00	6	6.0	6.0	43.0
52.00	5	5.0	5.0	48.0
53.00	2	2.0	2.0	50.0
54.00	3	3.0	3.0	53.0
55.00	4	4.0	4.0	57.0
56.00	5	5.0	5.0	62.0
57.00	1	1.0	1.0	63.0
59.00	3	3.0	3.0	66.0
60.00	2	2.0	2.0	68.0
61.00	9	9.0	9.0	77.0
62.00	4	4.0	4.0	81.0
63.00	3	3.0	3.0	84.0
64.00	3	3.0	3.0	87.0
65.00	2	2.0	2.0	89.0
66.00	2	2.0	2.0	91.0
67.00	4	4.0	4.0	95.0
68.00	2	2.0	2.0	97.0
69.00	2	2.0	2.0	99.0
70.00	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	100.0



(C) Hak cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.

Brand Loyalty

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
26.00	2	2.0	2.0	2.0
27.00	1	1.0	1.0	3.0
28.00	1	1.0	1.0	4.0
29.00	1	1.0	1.0	5.0
30.00	1	1.0	1.0	6.0
31.00	1	1.0	1.0	7.0
33.00	1	1.0	1.0	8.0
35.00	2	2.0	2.0	10.0
37.00	2	2.0	2.0	12.0
41.00	3	3.0	3.0	15.0
42.00	5	5.0	5.0	20.0
43.00	4	4.0	4.0	24.0
44.00	4	4.0	4.0	28.0
45.00	8	8.0	8.0	36.0
46.00	1	1.0	1.0	37.0
47.00	4	4.0	4.0	41.0
48.00	7	7.0	7.0	48.0
49.00	2	2.0	2.0	50.0
50.00	3	3.0	3.0	53.0
51.00	3	3.0	3.0	56.0
52.00	2	2.0	2.0	58.0
53.00	6	6.0	6.0	64.0
55.00	10	10.0	10.0	74.0
56.00	3	3.0	3.0	77.0
57.00	4	4.0	4.0	81.0
58.00	1	1.0	1.0	82.0
59.00	6	6.0	6.0	88.0
60.00	1	1.0	1.0	89.0
63.00	3	3.0	3.0	92.0
64.00	1	1.0	1.0	93.0
65.00	1	1.0	1.0	94.0
66.00	2	2.0	2.0	96.0
68.00	1	1.0	1.0	97.0
69.00	2	2.0	2.0	99.0
70.00	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	100.0



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

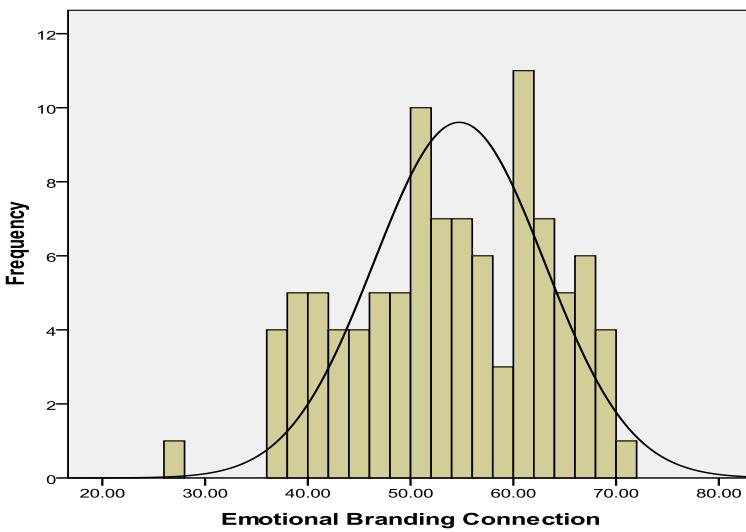
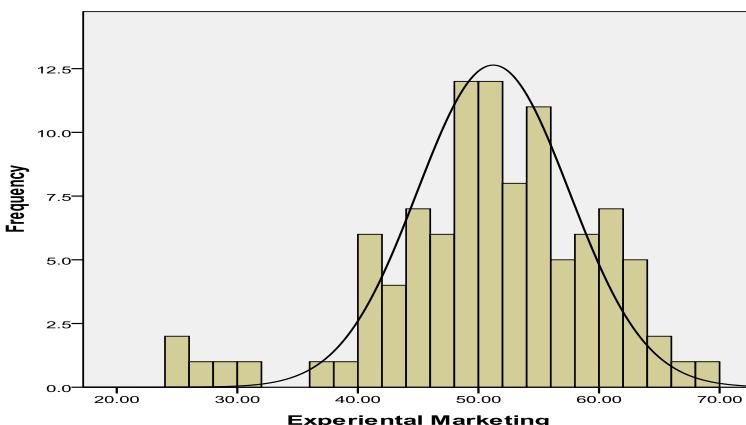
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





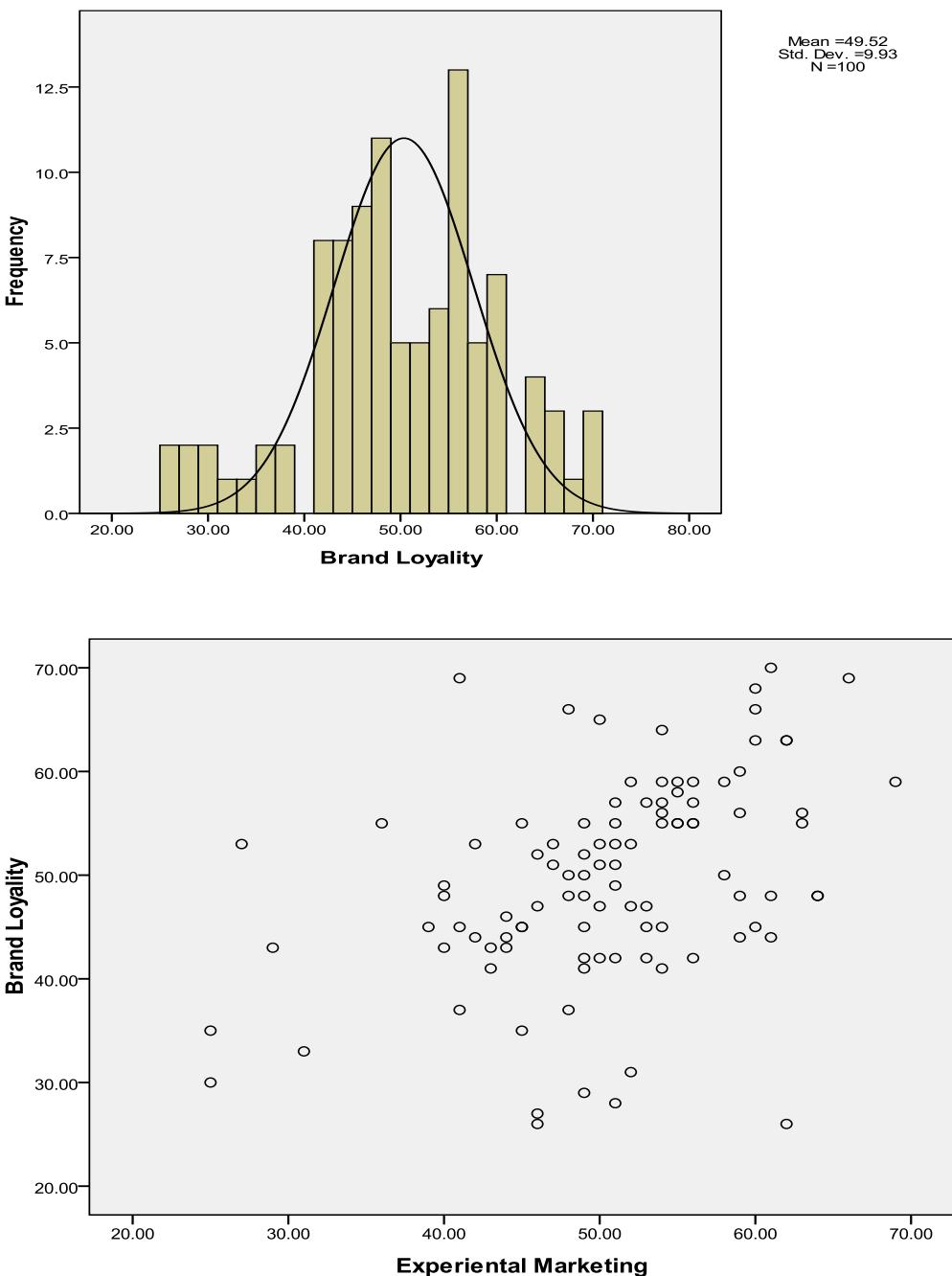
(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





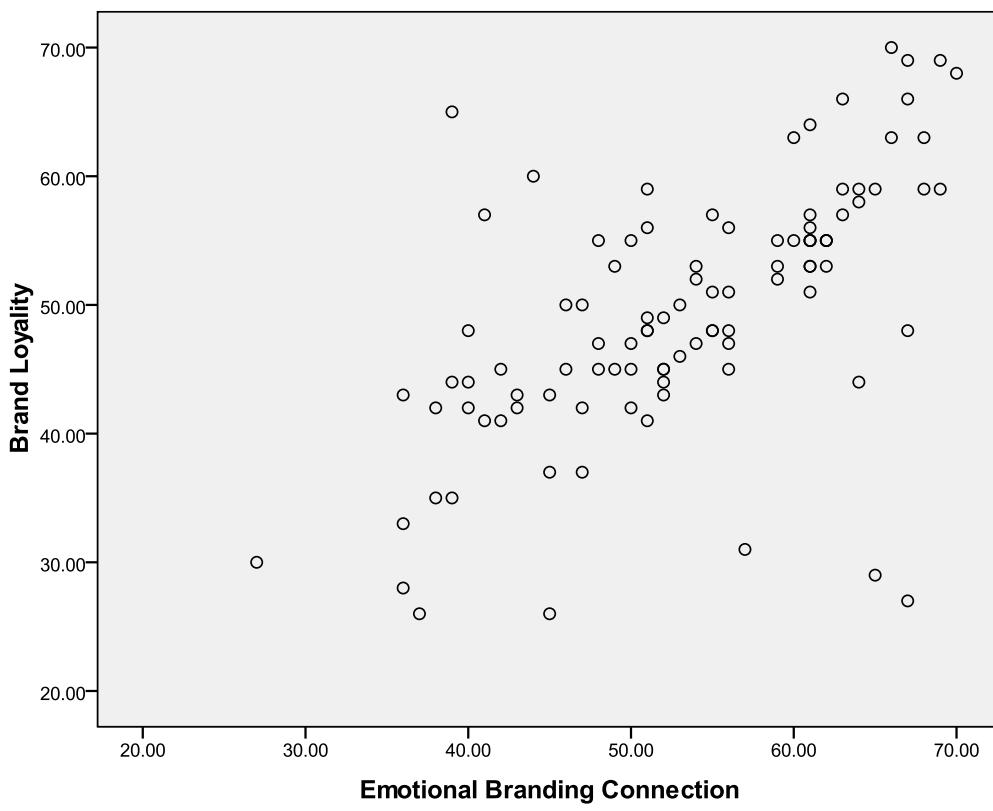
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

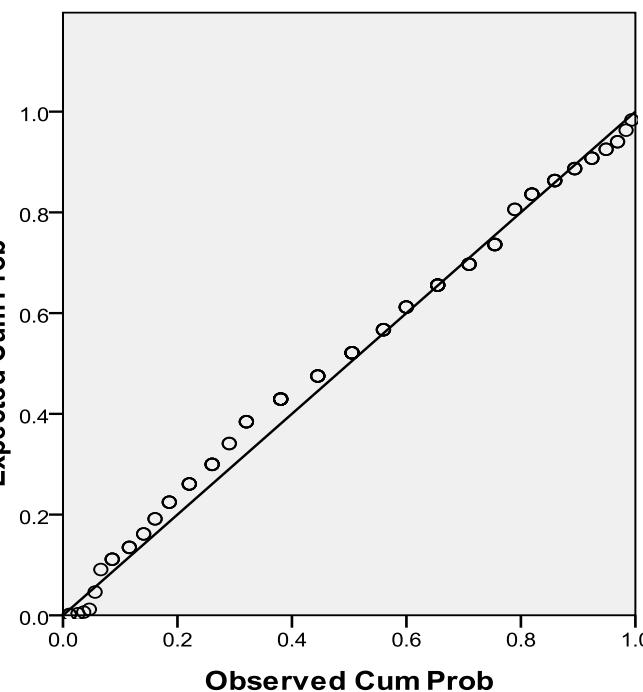
		Experiental Marketing	Emotional Branding Connection	Brand Loyalty
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	50.5400	53.3100	49.5200
	Std. Deviation	8.64382	9.65328	9.92953
Most Extreme Differences	Absolute	.089	.107	.075
	Positive	.044	.049	.050
	Negative	-.089	-.107	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.893	1.072	.754
Asymp. Sig. (2-tailed)		.402	.201	.620

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Normal P-P Plot of Experiential Marketing



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



©

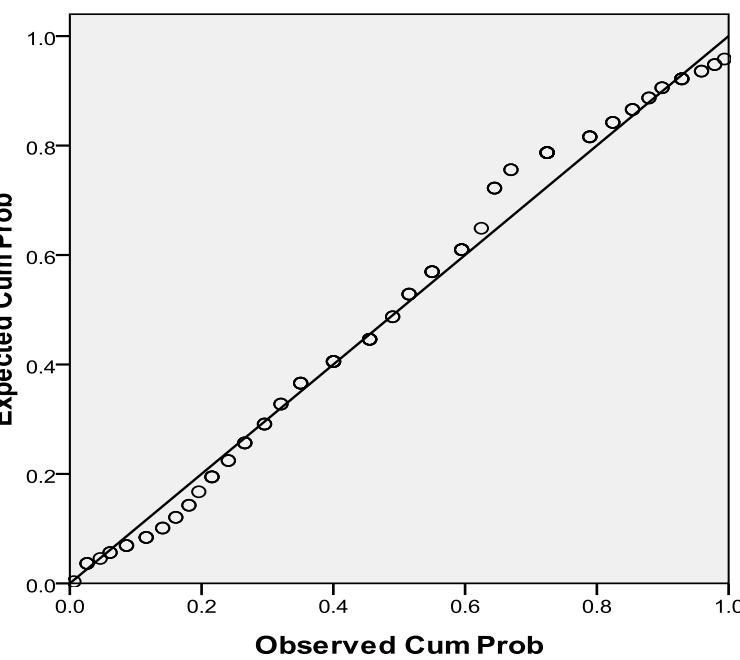
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

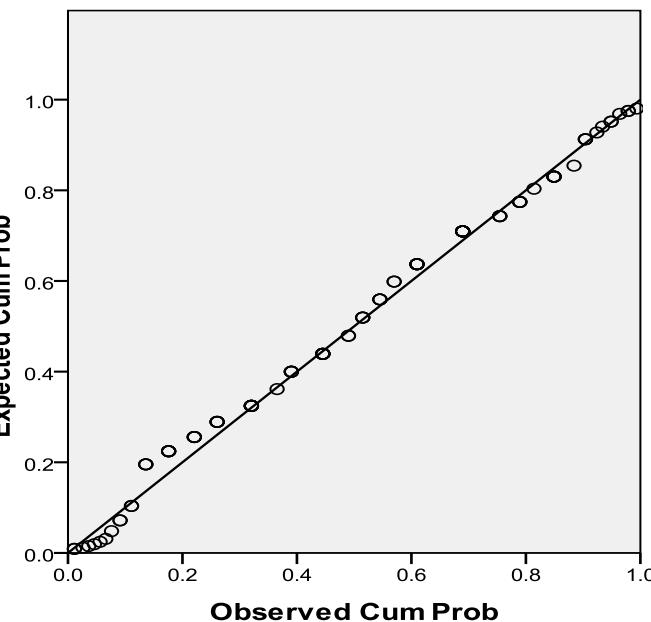
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Normal P-P Plot of Emotional Branding Connection



Normal P-P Plot of Brand Loyalty



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

(C) Regression

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.631 ^a	.399	.386	7.77882	1.901

Predictors: (Constant), Emotional Branding Connection, Experiential Marketing

Dependent Variable: Brand Loyalty

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3891.482	2	1945.741	32.156	.000 ^a
Residual	5869.478	97	60.510		
Total	9760.960	99			

Predictors: (Constant), Emotional Branding Connection, Experiential Marketing

Dependent Variable: Brand Loyalty

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Experiential Marketing	.814	1.229
Emotional Branding Connection	.814	1.229

Dependent Variable: Brand Loyalty

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
ol. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

(C) Hak Cipta milik IBIKKG | Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Brand Loyalty	49.5200	9.92953	100
Experiential Marketing	50.5400	8.64382	100

Correlations

		Brand Loyalty	Experiental Marketing
Pearson Correlation	Brand Loyalty	1.000	.412
	Experiental Marketing	.412	1.000
Sig. (1-tailed)	Brand Loyalty	.	.000
	Experiental Marketing	.000	.
	Brand Loyalty	100	100
	Experiental Marketing	100	100

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.412 ^a	.170	.161	9.09254

Predictors: (Constant), Experiental Marketing

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1658.877	1	1658.877	20.065	.000 ^a
Residual	8102.083	98	82.674		
Total	9760.960	99			

Predictors: (Constant), Experiental Marketing

Dependent Variable: Brand Loyalty

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	25.586	5.420		4.721	.000
Experiental Marketing	.474	.106	.412	4.479	.000

Dependent Variable: Brand Loyality

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak Cipta

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Brand Loyalty	49.5200	9.92953	100
Emotional Branding Connection	53.3100	9.65328	100

Correlations

		Brand Loyalty	Emotional Branding Connection
Pearson Correlation	Brand Loyalty	1.000	.609
	Emotional Branding Connection	.609	1.000
Sig. (1-tailed)	Brand Loyalty	.	.000
	Emotional Branding Connection	.000	.
	Brand Loyalty	100	100
	Emotional Branding Connection	100	100

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.609 ^a	.371	.365	7.91360

^aPredictors: (Constant), Emotional Branding Connection

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3623.710	1	3623.710	57.864	.000 ^a
Residual	6137.250	98	62.625		
Total	9760.960	99			

^bPredictors: (Constant), Emotional Branding Connection

^bDependent Variable: Brand Loyalty



(C) Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Model	Coefficients ^a			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
(Constant)	16.109		4.463		3.609	.000
Emotional Branding Connection	.627		.082	.609	7.607	.000

Dependent Variable: Brand Loyalty



Hak cipta milik IBI KKKG Regression

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Output

Comments

Output

Missing Value Handling

Syntax

Resources

Notes

		23-Sep-2013 09:55:18
Output Created	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Definition of Missing		User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used		Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
		REGRESSION
		/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
		/MISSING LISTWISE
		/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
		/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
		/NOORIGIN
		/DEPENDENT VAR00003
		/METHOD=ENTER VAR00001 VAR00002.
Processor Time		0:00:00.000
Elapsed Time		0:00:00.062
Memory Required		1636 bytes
Additional Memory Required for Residual Plots		0 bytes

[DataSet0]

Kwik Kian Gie

© Hak cipta milik IBIKKG

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Brand Loyalty	49.5200	9.92953	100
Experiential Marketing	50.5400	8.64382	100
Emotional Branding	53.3100	9.65328	100

Correlations

		Brand Loyalty	Experiential Marketing	Emotional Branding
Pearson Correlation	Brand Loyalty	1.000	.412	.609
	Experiential Marketing	.412	1.000	.431
	Emotional Branding	.609	.431	1.000
Sig. (1-tailed)	Brand Loyalty	.	.000	.000
	Experiential Marketing	.000	.	.000
	Emotional Branding	.000	.000	.
		Brand Loyalty	100	100
		Experiential Marketing	100	100
		Emotional Branding	100	100

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.631 ^a	.399	.386	7.77882

a. Predictors: (Constant), Emotional Branding , Experiential Marketing

© Hak cipta milik IBIKKG

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

(C)

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3891.482	2	1945.741	32.156	.000 ^a
Residual	5869.478	97	60.510		
Total	9760.960	99			

Predictors: (Constant), Emotional Branding , Experiental Marketing

Dependent Variable: Brand Loyality

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	9.793	5.316		1.842	.069
	Experiental Marketing	.211	.100	.184	2.104	.038
	Emotional Branding	.545	.090	.530	6.074	.000

a. Dependent Variable: Brand Loyality

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie