

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner

Halo! Perkenalkan nama saya Florentine Mariska, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi dari Universitas Kwik Kian Gie. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Brand Repositioning Victoria’s Secret Terhadap Loyalitas Pelanggan Remaja di Kelapa Gading”, sebagai salah satu syarat kelulusan. Saya memohon bantuan dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman masing-masing.

Dengan kriteria : remaja perempuan yang berusia 15-24 tahun.

Dimohon untuk mengisi kuesioner sesuai dengan penilaian Anda, berdasarkan skala 1-5

dengan keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Ragu-ragu
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Jawaban yang Anda berikan sangat penting bagi penelitian sehingga diharapkan untuk mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh, jujur dan lengkap. Seluruh jawaban akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Terima kasih banyak atas partisipasi dan waktu yang Anda luangkan untuk mengisi kuesioner ini. Have a nice day dan Tuhan berkati!

### Profil Responden

Usia Responden

- a. 15-19 tahun
- b. 20-24 tahun

Apakah Anda mengetahui VS Collective?



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



- a. Ya
- b. Tidak (Anda akan berhenti di sini)

**Bagian 1 : Membahas mengenai pandangan Anda terhadap Brand Repositioning**

**Victoria's Secret**

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya mengetahui brand kompetitor Victoria's Secret, salah satunya AERIE Lingerie					
2.	VS Collective membuat saya menyadari Victoria's Secret menjadi lebih unggul dibandingkan kompetitor					

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Perubahan konsep Victoria's Secret menjadi inklusif dengan adanya VS Collective					
2.	Saya menyukai VS Collective yang ditujukan untuk kebutuhan seluruh wanita					
3.	Saya menyukai produk VS Collective yang menjadi lebih beragam dan inklusif					

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya menyukai konsep VS Collective yang mengampanyekan body positivity					
2.	Saya menyukai konsep VS Collective dengan standar kecantikan yang universal					
3.	Konsep VS Collective sesuai dengan nilai dan keinginan saya					

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya menyukai konsep VS Collective yang mengampanyekan body positivity					
2.	Saya menyukai konsep VS Collective dengan standar kecantikan yang universal					

3.	Konsep VS Collective sesuai dengan nilai dan					
----	--	--	--	--	--	--

Hak (Hak) Diliindungi 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.

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



keinginan saya					
----------------	--	--	--	--	--

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya menyukai perubahan para model yang tidak realistis menjadi 7 public figure yang inspiratif					
2.	Representasi dari VS Collective mengubah perspektif saya mengenai citra Victoria's Secret yang baru					

**Bagian 2** : Membahas mengenai tindakan loyalitas Anda sebagai pelanggan.

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya berminat membeli produk lain yang akan ditawarkan VS Collective					
2.	Saya akan tetap membeli produk Victoria's Secret setelah mengetahui perubahan menjadi VS Collective					

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya biasanya membeli dua atau lebih kategori produk di Victoria's Secret					
2.	Koleksi produk revolusioner dari VS Collective membuat saya ingin membeli dua atau lebih kategori produk di Victoria's Secret					

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya tetap memilih VS Collective dibandingkan kompetitor					
2.	Saya semakin ingin membeli produk Victoria's Secret dengan adanya perubahan positif melalui VS Collective					

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Saya bersedia menginformasikan kepada orang lain mengenai perubahan citra merek menjadi VS Collective					
2.	Saya bersedia mereferensikan produk VS					

1. Ditaring 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.

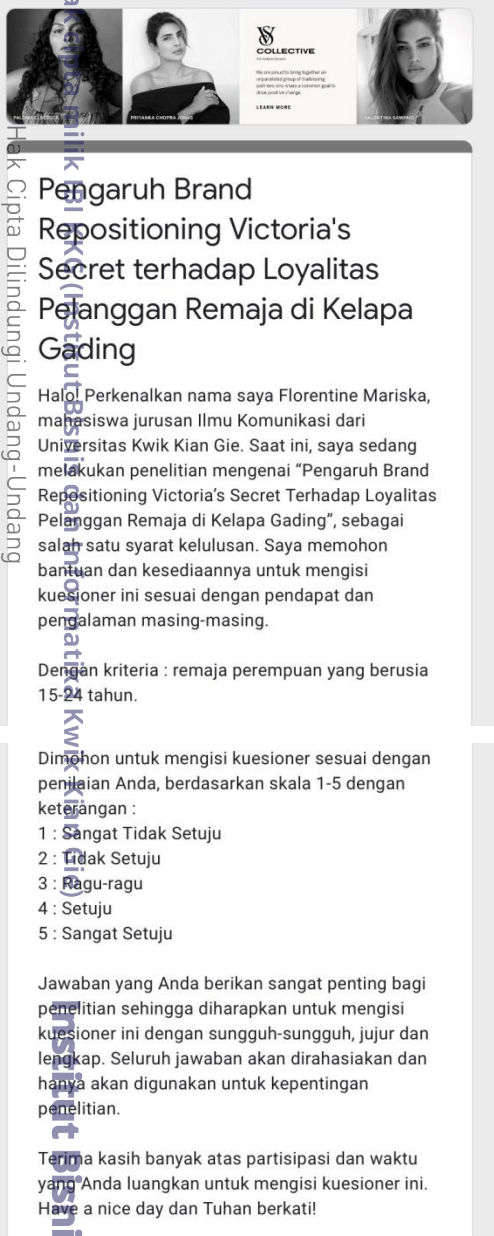
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Collective yang lebih beragam kepada orang lain					
---	--	--	--	--	--

### Gambar Screenshot Google Form



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.



Usia Responden \*

- 15-19 tahun
- 20-24 tahun

Apakah Anda mengetahui VS Collective? \*

- Ya
- Tidak (Anda akan berhenti di sini)

Next Clear form

Pada bagian pertama akan dibahas mengenai pandangan Anda terhadap Brand Repositioning Victoria's Secret

Saya mengetahui brand kompetitor Victoria's Secret, salah satunya AERIE Lingerie \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- STS
- SS

VS Collective membuat saya menyadari Victoria's Secret menjadi lebih unggul dibandingkan kompetitor \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- STS
- SS

Perubahan konsep Victoria's Secret menjadi inklusif dengan adanya VS Collective \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- STS
- SS

Saya menyukai VS Collective yang ditujukan untuk kebutuhan seluruh wanita \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- STS
- SS

Saya menyukai produk VS Collective yang menjadi lebih beragam dan inklusif \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- STS
- SS

Saya menyukai konsep VS Collective yang mengampanyekan body positivity \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- STS
- SS

Saya menyukai konsep VS Collective dengan standar kecantikan yang universal \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- STS
- SS

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Konsep VS Collective sesuai dengan nilai dan keinginan saya \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Saya menyukai perubahan para model yang tidak realistis menjadi 7 public figure yang inspiratif \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Representasi dari VS Collective mengubah perspektif saya mengenai citra Victoria's Secret yang baru \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Back Next Clear form

Koleksi produk revolusioner dari VS Collective membuat saya ingin membeli dua atau lebih kategori produk di Victoria's Secret \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Saya tetap memilih VS Collective dibandingkan kompetitor \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Saya semakin ingin membeli produk Victoria's Secret dengan adanya perubahan positif melalui VS Collective \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Selanjutnya akan dibahas mengenai tindakan loyalitas Anda sebagai pelanggan

Saya berminat membeli produk lain yang akan ditawarkan VS Collective \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Saya akan tetap membeli produk Victoria's Secret setelah mengetahui perubahan menjadi VS Collective \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Saya biasanya membeli dua atau lebih kategori produk di Victoria's Secret \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Saya bersedia menginformasikan kepada orang lain mengenai perubahan citra merek menjadi VS Collective \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Saya bersedia mereferensikan produk VS Collective yang lebih beragam kepada orang lain \*

1 2 3 4 5  
STS      SS

Back Submit Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Lampiran 2

### Rekapitulasi Data Pra-Kuesioner Variabel *Brand Repositioning*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
1.	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4
2.	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
3.	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4.	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
5.	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4
6.	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5
7.	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5
8.	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5
9.	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4
10.	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
11.	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
12.	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3
13.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
14.	4	3	3	5	3	3	4	3	3	3
15.	2	1	5	4	4	2	5	4	4	1
16.	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4
17.	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
18.	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20.	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4
21.	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3
22.	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4
23.	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
24.	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
25.	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5
26.	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
27.	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
28.	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4
29.	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
30.	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3

## Lampiran 3

### Rekapitulasi Data Pra-Kuesioner Variabel *Loyalitas Pelanggan*

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
1.	5	5	4	4	5	4	4	4
2.	4	4	2	2	4	4	5	5
3.	3	4	2	4	4	4	4	3
4.	4	4	4	5	4	4	4	5
5.	5	5	4	4	5	4	5	5
6.	4	5	5	5	4	5	4	4
7.	5	5	3	5	5	5	5	5
8.	5	4	5	4	5	4	5	4
9.	5	3	5	5	4	4	5	4
10.	4	4	4	4	4	5	5	4

© 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.



**Lampiran 4 (Lanjutan)**

**Rekapitulasi Data Pra-Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan**

11.	4	5	3	4	5	5	5	5
12.	3	3	4	4	2	2	4	4
13.	5	5	5	4	5	5	5	5
14.	3	4	3	2	4	3	4	3
15.	2	2	1	4	4	4	4	1
16.	4	4	4	4	4	4	4	4
17.	5	4	4	5	5	4	5	5
18.	4	5	4	5	5	5	5	4
19.	5	5	5	5	5	5	5	5
20.	3	4	4	5	4	3	4	5
21.	4	4	3	4	4	3	4	5
22.	2	3	4	3	3	3	3	4
23.	5	4	5	5	5	5	4	4
24.	4	4	4	4	5	4	5	4
25.	5	5	4	4	4	5	4	5
26.	4	4	4	4	4	4	4	4
27.	4	5	4	4	5	3	4	5
28.	4	4	3	4	4	4	4	3
29.	5	4	4	5	4	5	4	5
30.	3	4	3	4	5	4	4	3

**Lampiran 5**

**Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Brand Repositioning**

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
1	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4
2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4
6	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5
7	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5
8	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5
9	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4
10	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
14	4	3	3	5	3	3	4	3	3	3
15	2	1	5	4	4	2	5	4	4	1
16	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4
17	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
18	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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 6 (Lanjutan)

### Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel *Brand Repositioning*

20	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4
21	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4
22	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4
23	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
24	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
25	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5
26	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
27	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
28	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4
29	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
30	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3
31	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5
32	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5
33	1	2	4	5	5	5	5	5	5	3
34	2	5	3	3	4	4	4	4	4	4
35	1	1	3	4	4	4	4	4	3	3
36	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4
37	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	3	4	2	5	4	4	4	3
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	1	4	4	4	4	4	5	4	5	4
42	2	4	4	3	4	4	5	4	4	4
43	3	4	4	5	3	4	4	3	5	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	1	5	5	5	5	5	5	5	2	5
46	4	2	4	4	4	5	5	4	5	4
47	5	5	3	4	4	5	5	5	3	4
48	4	3	2	3	4	3	5	4	2	2
49	1	5	5	5	4	5	4	3	5	5
50	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4
51	1	5	5	5	5	5	4	4	4	4
52	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
53	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
55	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4
56	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
57	1	4	4	5	5	5	5	4	5	5
58	3	5	5	4	4	5	5	3	5	5
59	3	4	5	5	4	5	5	3	4	3
60	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
61	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
62	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
65	1	5	3	5	5	5	5	3	5	5
66	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
67	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	4	5	5	2	3	3	4

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 7 (Lanjutan)

### Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel *Brand Repositioning*

69	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
70	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	5	2	2	4	5	4	4	4	4
73	2	4	4	4	5	4	4	3	4	5
74	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2
75	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
76	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	5	5	5	3	5	5	3	2	3
78	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4
79	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
80	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
81	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
82	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
83	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5
84	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
85	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4
88	3	4	5	4	3	5	5	4	3	4
89	5	2	3	4	4	4	4	3	4	4
90	2	4	4	3	4	4	5	4	4	4

## Lampiran 8

### Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel *Loyalitas Pelanggan*

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
1	5	5	4	4	5	4	4	4
2	4	4	2	2	4	4	5	5
3	3	4	2	4	4	4	4	3
4	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5
6	4	5	5	5	4	5	4	4
7	5	5	3	5	5	5	5	5
8	5	4	5	4	5	4	5	4
9	5	3	5	5	4	4	5	4
10	4	4	4	4	4	5	5	4
11	4	5	3	4	5	5	5	5
12	3	3	4	4	2	2	4	4
13	5	5	5	4	5	5	5	5
14	3	4	3	2	4	3	4	3
15	2	2	1	4	4	4	4	1
16	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	4	4	5	5	4	5	5
18	4	5	4	5	5	5	5	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## Lampiran 9 (Lanjutan)

### Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan

20	3	4	4	5	4	3	4	5
21	4	4	3	4	4	3	4	5
22	2	3	4	3	3	3	3	4
23	5	4	5	5	5	5	4	4
24	4	4	4	4	5	4	5	4
25	5	5	4	4	4	5	4	5
26	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	5	4	4	5	3	4	5
28	4	4	3	4	4	4	4	3
29	5	4	4	5	4	5	4	5
30	3	4	3	4	5	4	4	3
31	5	4	4	5	3	4	5	4
32	4	4	4	4	5	5	5	4
33	4	4	3	2	2	2	3	4
34	2	3	5	3	5	2	3	5
35	4	4	1	1	3	3	3	3
36	4	3	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	3	3	3	3	3	4	4
39	2	5	4	4	5	3	4	5
40	3	3	3	3	3	3	3	3
41	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	4	4	4	4	4	4	4
43	4	5	3	4	5	3	4	5
44	4	4	5	3	5	5	5	5
45	5	5	3	5	5	5	5	5
46	4	4	2	2	2	3	4	4
47	5	5	5	5	3	4	3	3
48	2	3	3	4	3	3	4	3
49	3	5	3	3	4	4	5	3
50	3	5	1	2	5	4	4	4
51	3	3	1	3	4	3	4	4
52	4	5	4	4	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	3	4	5	5	5	4
55	3	3	4	4	4	5	4	4
56	4	4	4	5	4	4	4	4
57	3	4	5	5	5	4	4	5
58	4	5	3	4	5	4	5	4
59	3	4	3	3	4	4	4	4
60	5	4	2	5	4	4	5	5
61	5	4	5	5	4	5	4	5
62	3	3	3	3	3	3	3	3
63	5	5	3	4	5	5	5	5
64	3	3	4	3	3	3	4	3
65	3	5	1	3	3	3	5	5
66	5	5	4	4	5	4	4	4
67	4	5	4	4	5	5	5	5
68	4	4	1	3	3	2	4	4

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 10 (Lanjutan)

#### Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan

69	3	3	3	3	3	3	3	3
70	5	5	4	4	4	5	5	5
71	5	5	4	4	4	4	4	4
72	5	5	4	4	3	4	3	5
73	4	4	4	4	4	5	3	5
74	4	4	4	4	2	3	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4
76	3	4	3	5	4	4	4	4
77	4	4	2	4	4	4	4	3
78	3	3	3	4	3	4	3	4
79	3	3	3	3	3	3	3	3
80	5	5	5	5	5	4	5	5
81	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	5	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	3	4	4	5	4	5
85	5	4	3	3	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	3	3	3	4	3	3
88	3	5	4	4	5	5	3	3
89	2	5	2	2	1	3	3	3
90	4	5	4	4	5	4	3	3

### Lampiran 11

#### Output SPSS Uji Validitas Dan Realibilitas Variabel *Brand Repositioning*

Item-Total Statistics				Cronbach's
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
x01	37.9667	22.447	.272	.854
x02	37.8333	20.351	.531	.829
x03	37.7000	20.769	.490	.833
x04	37.5667	22.392	.437	.837
x05	37.7000	19.872	.709	.812
x06	37.7000	19.872	.661	.816
x07	37.5333	21.913	.422	.838
x08	37.5333	19.637	.744	.809
x09	37.7667	21.495	.523	.830
x10	37.8000	19.476	.641	.818

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.843	10

## Lampiran 12

### Output SPSS Uji Validitas Dan Realibilitas Variabel Loyalitas Pelanggan

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y01	29.1000	13.403	.829	.780
y02	29.0000	15.310	.661	.808
y03	29.4000	15.007	.502	.831
y04	29.0000	16.276	.443	.834
y05	28.8333	16.006	.566	.820
y06	29.0667	15.582	.553	.821
y07	28.8000	17.062	.513	.828
y08	28.9667	14.999	.541	.824

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.838	8

## Lampiran 13

### Output SPSS Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03327127
Most Extreme Differences	Absolute	.087



	Positive	.081
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

### Lampiran 14

#### Output SPSS Uji Kelayakan Model (Uji Statistika F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1020.024	1	1020.024	109.618	.000 <sup>b</sup>
	Residual	818.865	88	9.305		
	Total	1838.889	89			

- Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
- Predictors: (Constant), Brand Repositioning

### Lampiran 15

#### Output SPSS Uji Signifikasi Individual (Uji Statistika t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.396	2.835		.845	.400
	Brand Repositioning	.711	.068	.745	10.470	.000

- Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

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

## Lampiran 16

### Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 <sup>a</sup>	.555	.550	3.05046

a. Predictors: (Constant), Brand Repositioning

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.