

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Selamat pagi/siang/sore/malam Bapak/Ibu, Saudara/i yang saya hormati, perkenalkan nama saya Madelberta Bare Wolor mahasiswa Mahasiswa Prigram Studi Ilmu Komunikasi jurusan konsentrasi Komunikai Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi terkait **"Pengaruh Sosial Media Marketing di Instagram Terhadap Brand Image"**

Pada kesempatan ini saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman masing-masing. Dimohon untuk mengisi kuesioner sesuai dengan penilaian Anda, berdasarkan skala 1-5 dengan keterangan:

- 1 : STS (Sangat Tidak Setuju)
- 2 : TS (Tidak Setuju)
- 3 : R (Ragu)
- 4 : S (Setuju)
- 5 : SS (Sangat Setuju)

Jawaban yang diberikan tidak akan dinilai berdasarkan salah atau benar dan akan sangat berharga bagi penelitian, sehingga diharapkan pengisian dilakukan secara jujur dan lengkap. Bersamaan dengan itu, seluruh jawaban akan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Akhir kata, atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

Best Regards, Madelberta

Email :

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin



- Laki – Laki
- Perempuan

Berapa Usia Anda

- 16 – 20
- 21 – 25
- 26 – 30

Saya sudah mengikuti akun instagram @lifeofshushu (Jika belum maka anda tidak dapat melanjutkan pertanyaan di halaman selanjutnya)

- Ya
- Belum

A. Sosial Media Marketing (X)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Context						
1.	Informasi mengenai produk di Instagram Life of Shushu mudah di mengerti					
2	Caption pada tiap postingan Instagram Life of Shushu menarik dan kreatif					
3	Saya dapat memahami kata - kata yang ditulis pada <i>caption</i> Instagram Life of Shushu					
Communication						
4	Akun Life Of Shushu memberikan informasi terbaru tentang produk mereka pada <i>followers</i> nya.					
5	Admin Instagram Life of Shushu merespon pertanyaan saya dengan cepat					
6	Konten <i>Reels</i> di Instagram Life of Shushu kreatif dan memberikan informasi yang jelas					
Collaboration						
7	Menu yang ditawarkan tercantum pada <i>Highlight</i> Instagram Life of Shushu sehingga memudahkan saya untuk melihat					
8	Informasi tempat Cabang Shushu yang terletak di luar kota terdapat pada Bio Instagram Life of Shushu					
Connection						
9	Admin sosial media Life of Shushu membangun komunikasi mengenai ide promo					
10	Admin sosial media Life of Shushu membangun komunikasi mengenai ide produk selanjutnya					



B. Brand Image

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Strength Of Brand Associations						
11	Merek Shushu mudah diucapkan					
12	Merek Shushu memiliki logo yang mudah diingat					
13	Merek Shsuhu menggunakan media sosial dalam memberikan informasi dan hiburan terkait dengan produk minuman dan mochi					
14	Merek Shsuhu konsisten menggunakan media sosial untuk memberikan informasi dan hiburan terkait produknya					
Favorability of Brand Associations						
15	Shushu memelihara Sosial Media mereka dengan baik					
16	Akun Media Sosial Shushu berfungsi dan berjalan dengan baik					
17	Akun Media sosial Shushu mudah dikunjungi / diakses					
18	Shushu berinteraksi dengan baik kepada Followersnya melalui media sosial					
19	Shsuhu konsisten memberikan informasi mengenai promosi, menu terbaru, dan informasi lainnya di media sosial					
Uniqueness of Brand Associations						
20	Shushu cepat dalam memberi update promosi dan produk baru di media sosial					
21	Shsuhu memiliki konten Reels yang variatif dan unik					

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 2

Hasil uji Validitas *Social Media Marketing*

Correlations											
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	TOTAL
P01	1										
P02		1									
P03			1								
P04				1							
P05					1						
P06						1					
P07							1				
P08								1			
P09									1		
P10										1	
TOTAL											1

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

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



Lampiran 3

Hasil Uji Validitas Brand Image

Correlations												
	p1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	TOTAL
Pearson Correlation	1	.503*	.198	.162	.291	.309	.423	.450*	.491*	.430	.178	.711**
Sig. (2-tailed)		.024	.402	.494	.214	.184	.063	.046	.028	.058	.453	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.503*	1	.099	.452*	.238	.131	.302	.669**	.453*	.416	.296	.715**
Sig. (2-tailed)	.024		.678	.046	.312	.581	.196	.001	.045	.068	.205	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.198	.099	1	.063	.106	.138	.310	-.008	.183	.020	.113	.376
Sig. (2-tailed)	.402	.678		.792	.656	.563	.184	.974	.439	.932	.635	.102
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.162	.452*	.063	1	-.103	-.025	.401	.667**	.496*	.242	-.057	.516*
Sig. (2-tailed)	.494	.046	.792		.667	.916	.079	.001	.026	.305	.811	.020
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.291	.238	.106	-.103	1	.556*	.299	-.009	-.088	.460*	.475*	.541*
Sig. (2-tailed)	.214	.312	.656	.667		.011	.201	.971	.711	.041	.034	.014
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.309	.131	.138	-.025	.556*	1	.193	-.031	.115	.045	.086	.417
Sig. (2-tailed)	.184	.581	.563	.916	.011		.416	.895	.629	.851	.719	.068
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.423	.302	.310	.401	.299	.193	1	.415	.246	.262	.173	.680**
Sig. (2-tailed)	.063	.196	.184	.079	.201	.416		.069	.296	.264	.467	.001
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.450*	.669**	-.008	.667**	-.009	-.031	.415	1	.577**	.322	.096	.639**
Sig. (2-tailed)	.046	.001	.974	.001	.971	.895	.069		.008	.167	.687	.002
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.491*	.453*	.183	.496*	-.088	.115	.246	.577**	1	.080	.062	.553*
Sig. (2-tailed)	.028	.045	.439	.026	.711	.629	.296	.008		.737	.794	.011
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.430	.416	.020	.242	.460*	.045	.262	.322	.080	1	.277	.577**
Sig. (2-tailed)	.058	.068	.932	.305	.041	.851	.264	.167	.737		.238	.008
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.178	.296	.113	-.057	.475*	.086	.173	.096	.062	.277	1	.452*
Sig. (2-tailed)	.453	.205	.635	.811	.034	.719	.467	.687	.794	.238		.045
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.711**	.715**	.376	.516*	.541*	.417	.680**	.639**	.553*	.577**	.452*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.102	.020	.014	.068	.001	.002	.011	.008	.045	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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



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.

Lampiran 4

Uji Reliabilitas *Social Media Marketing*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	10

Lampiran 5

Uji Reliabilitas Brand Image

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	11

Lampiran 6

Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Social Media Marketing	100	36	49	44.28	1.875
Brand Image	100	42	55	49.45	1.783
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34593812
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.048
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 8

Hasil Uji Koefisien Korelasi

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

Correlations

		Social Media Marketing	Brand Image
Social Media Marketing	Pearson Correlation	1	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Brand Image	Pearson Correlation	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Lampiran 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.391	1.471	24.746	.000
	Social Media Marketing	.374	.035	.737	.000

a. Dependent Variable: Brand Image



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 10

Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	36.391	1.471		24.746	.000
Social Media Marketing	.374	.035	.737	10.809	.000

a. Dependent Variable: Brand Image

Lampiran 11

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.391	1.471	24.746	.000
	Social Media Marketing	.374	.035	.737	10.809

a. Dependent Variable: Brand Image

Lampiran 12

Hasil Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213.817	1	213.817	116.837	.000 ^b
	Residual	179.343	98	1.830		
	Total	393.160	99			

a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Social Media Marketing

Lampiran 13

Kuesioner Google Form

Kuesioner Penelitian

Selamat
pagi/siang/sore/malam Bapak/Ibu, Saudara/i yang saya hormati, perkenalkan nama saya Madelberta Bare Wolor Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Komunikasi Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi terkait "**Pengaruh Sosial Media Marketing di Instagram Terhadap Brand Image ShuShu**". Pada kesempatan ini saya mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman masing-masing.

Jawaban yang diberikan Tidak akan dinilai berdasarkan salah atau benar dan akan sangat berharga bagi penelitian, sehingga diharapkan pengisian dilakukan secara jujur dan lengkap. Bersamaan dengan itu, seluruh jawaban akan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Akhir kata, atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

Best Regards,
Madelberta

Nama : *
Teks jawaban singkat

Email *
Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

☐ Laki - Laki

☐ Perempuan

Usia Anda Saat Ini *

☐ 16 tahun - 20 tahun

☐ 21 tahun - 25 tahun

☐ 26 tahun - 30 tahun

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.



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

Saya sudah mengikuti akun instagram @lifeofshushu (Jika belum maka anda tidak dapat melanjutkan pertanyaan di halaman selanjutnya)

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 2 dari 4

Sosial Media Marketing

Berikan tanda (●) pada jawaban yang anda anggap sesuai. Keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Pertanyaan	Jawaban	101	Setelan
Informasi mengenai produk di Instagram Life of Shushu mudah di mengerti *	1 2 3 4 5		
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐
Sangat Setuju	☐	☐	☐
Caption pada tiap postingan Instagram Life of Shushu menarik dan kreatif *	1 2 3 4 5		
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐
Sangat Setuju	☐	☐	☐
Saya dapat memahami kata - kata yang ditulis pada caption Instagram Life of Shushu *	1 2 3 4 5		
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐
Sangat Setuju	☐	☐	☐
Akun Life Of Shushu memberikan informasi terbaru tentang produk mereka pada followers nya. *			

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

- tanpa izin IBKKG.

Pertanyaan Jawaban 101 Setelan



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Admin sosial media Life of Shushu membangun komunikasi mengenai ide promo *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Admin sosial media Life of Shushu membangun komunikasi mengenai ide produk selanjutnya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Bagian 3 dari 4

Brand Image

Berikan tanda (●) pada jawaban yang anda anggap sesuai. Keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Merek Shushu mudah diucapkan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Merek Shushu memiliki logo yang mudah diingat *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

Merek Shshuhu menggunakan media sosial dalam memberikan informasi dan hiburan terkait dengan produk minuman dan mochi *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Merek Shshuhu konsisten menggunakan media sosial untuk memberikan informasi dan hiburan terkait produknya *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Shshuhu memelihara Sosial Media mereka dengan baik *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Akun Media Sosial Shshuhu berfungsi dan berjalan dengan baik *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Akun Media sosial Shshuhu mudah dijangkau / diakses *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Shshuhu berinteraksi dengan baik kepada Followersnya melalui media sosial *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Shshuhu konsisten memberikan informasi mengenai promosi, menu terbaru, dan informasi lainnya di media sosial *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Shshuhu cepat dalam memberi update promosi dan produk baru di media sosial *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Shshuhu memiliki konten Reels yang variatif dan unik *					
1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju



Lampiran 14

Data Kuesioner Variabel Social Media Marketing

No.	Context			Communication			Collaboration		Connection	
1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
2	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3
3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
6	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
7	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
8	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
9	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5
10	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
11	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5
12	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4
13	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
14	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4
15	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4
16	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
17	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5
18	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
19	5	5	3	4	3	4	4	5	4	5
20	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
21	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5
22	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5
23	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
24	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
25	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4
26	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
27	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5
28	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5
29	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
30	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
31	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
32	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
33	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5
34	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
35	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
36	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
37	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
38	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
39	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
40	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
41	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
42	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
43	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
44	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
45	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
46	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
47	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
48	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
49	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
50	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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

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 15

Data Kuesioner Variabel *Brand Image*

No.	Brand Strength				Brand Favorability					Brand Uniqueness	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	3	3	3	4	4	3	3	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
6	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
7	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
8	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
9	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5
10	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
11	5	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
13	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
14	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
15	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
16	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
17	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
18	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
19	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
20	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
21	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
22	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
23	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
24	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
25	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
26	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
27	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
28	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
29	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
30	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
31	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
32	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
33	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
34	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
35	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
36	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
37	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
38	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
39	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
40	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
41	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
42	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
43	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
44	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
46	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
47	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
48	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
49	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
50	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5



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

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

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