

KUSIONER

Beriku ini adalah kusioner yang akan meneliti Pengaruh Brand Love dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survey Di Tokoh Eiger Pandaan).

A. Identitas responden

Nama :

Usia :

B. Daftar Pertanyaan

Petunjuk pengisian : Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda () pada kolom jawaban yang telah disediakan.

Setiap jawaban memiliki skor sebagai beriku :

- a. Sangat setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

No.	<i>Brand Love</i>	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Apakah anda mengetahui berbagai hal tentang produk Eiger					
2	Apakah anda menggunakan produk Eiger di atas 1 tahun.					
3	Apakah produk eiger menjadi prioritas utama dalam memilih produk					
4	Apakah ada keinginan untuk memilih produk lain					
5	Apakah produk eiger memenuhi harapan anda					
No.	Kepercayaan merek	SS	S	N	TS	STS
6	Apakah anda percaya produk dengan produk merek eiger.					
7	Merek eiger adalah produk yang dapat saya andalkan.					
8.	.Merek eiger adalah produk yang dapat saya percaya.					
9.	Produk Eiger adalah produk yang dapat saya percaya.					
10.	Saya merasa aman menggunakan produk eiger.					
No.	Loyalitas merek	SS	S	N	TS	STS
11	Apakaah anda berminat untuk berkunjung kembali di tokoh Eiger di lain waktu.					
12	Apakah anda akan memastikan produk Eiger untuk menjadi pilihan pertama.					
13	Apakah anda tidak akan tergoda terhadap iklan-iklan dari produk lain.					
14	Meskipun produk lain memberikan penawaran yang lebih menarik (sepatu/sandal), namun saya tetap memilih memakkai produk <i>Eiger</i> .					
15	Apakah anda akan berkata positif tentang produk Eiger.					
16.	Apabila saya mempunyai kritik dan saran untuk produk Eiger , maka saya akan memberitahukan kepada pemilk.					

LAMPIRAN 2
HASIL JAWABAN KUISIONER PER-VARIABEL
a. Variabel *Brand Love*(X1)

x1	x2	x3	x4	x5	total
4	3	3	3	4	17
5	4	4	4	4	21
3	3	3	2	4	15
4	3	3	4	4	18
4	3	3	3	4	17
2	3	3	3	5	16
4	5	4	3	3	19
4	5	4	4	3	20
4	5	3	4	3	19
4	3	4	4	3	18
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	5	3	4	4	20
4	3	3	4	4	18
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21
3	4	5	3	4	19
5	4	3	3	4	19
3	4	5	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	5	3	4	5	21
5	4	4	4	4	21
5	4	3	4	3	19
3	4	3	4	3	17
4	4	3	4	3	18
3	3	4	3	3	16
4	4	4	3	3	18
4	4	3	3	4	18
4	4	4	3	3	18
3	4	4	5	4	20
3	4	5	4	3	19
3	5	3	3	2	16
3	4	5	2	2	16
4	3	4	5	4	20
4	4	4	3	5	20

5	3	4	5	4	21
4	4	3	5	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	3	18
3	3	4	4	3	17
3	4	3	3	3	16
4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	4	17
4	4	3	2	4	17
4	3	3	3	4	17
4	3	4	2	4	17
3	3	4	4	4	18
4	3	4	4	4	19
3	4	4	4	4	19
4	4	4	3	4	19
3	4	4	3	5	19
4	3	3	4	5	19
4	3	3	3	3	16
3	4	4	4	3	18
1	4	3	3	3	14
3	3	4	4	3	17
4	4	4	3	4	19
2	3	4	3	3	15
4	3	4	3	4	18
4	3	4	4	3	18
3	4	4	4	4	19
4	3	3	4	3	17
4	4	4	3	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	2	16
4	3	3	4	3	17
5	3	3	4	4	19
5	4	3	4	4	20
3	4	4	4	4	19
5	4	4	3	3	19
4	3	3	3	3	16
4	4	4	3	4	19
3	4	3	3	4	17
4	3	4	4	4	19

3	3	4	5	3	18
4	4	3	5	3	19
3	3	4	4	4	18
4	4	3	4	4	19
4	3	4	4	3	18
4	4	3	3	4	18
3	3	4	5	3	18
4	4	3	5	3	19
3	3	4	5	4	19
4	4	3	4	4	19
5	3	4	3	4	19
3	4	3	3	3	16
4	3	4	3	4	18
5	3	5	3	3	19
3	4	3	3	4	17
4	3	4	3	4	18
3	4	3	3	3	16
4	5	4	5	3	21
5	4	3	5	5	22
4	5	5	5	5	24
3	4	5	4	5	21
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
3	4	5	3	4	19
3	4	5	3	4	19
4	4	5	4	3	20
3	4	5	3	4	19
3	4	5	4	4	20
5	4	5	3	4	21
5	4	5	4	4	22
4	4	5	3	3	19
5	4	5	3	4	21
3	5	5	3	4	20
3	5	5	4	3	20
3	5	5	3	4	20
3	5	5	4	4	21
3	5	5	3	3	19
0,502694	0,508786	0,532727	0,553444	0,536347	

Variabel Kepercayaan Merek (X1)

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6
4	3	4	3	4	18
5	4	4	4	4	21
3	3	4	2	4	16
4	3	4	4	4	19
4	3	4	3	4	18
2	3	5	3	5	18
4	5	3	3	3	18
4	5	3	4	3	19
4	5	3	4	3	19
4	3	3	4	3	17
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	5	4	4	4	21
4	3	4	5	4	20
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21
3	4	4	4	4	19
5	4	4	3	4	20
4	3	4	3	4	18
3	4	4	4	4	19
3	3	5	3	5	19
4	3	4	4	4	19
4	3	3	4	3	17
2	3	3	4	3	15
4	5	3	4	3	19
4	5	3	4	3	19
4	5	3	5	3	20
4	3	4	3	4	18
4	3	3	3	3	16
4	4	4	3	4	19
3	4	3	3	3	16
4	5	2	4	2	17
4	3	2	4	2	15
3	3	4	4	4	18
5	4	5	4	5	23
3	4	4	4	4	19

5	4	4	3	4	20
4	3	3	4	3	17
5	4	3	4	3	19
3	3	3	4	3	16
4	3	3	4	3	17
4	3	3	3	3	16
2	3	4	3	4	16
4	5	4	3	4	20
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
4	3	4	4	4	19
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	5	5	4	5	23
4	3	5	5	5	22
3	3	3	3	3	15
5	4	3	4	3	19
3	4	3	5	3	18
5	4	3	5	3	20
4	3	4	3	4	18
5	4	3	4	3	19
3	3	4	2	4	16
4	3	3	4	3	17
4	3	4	3	4	18
2	3	3	3	3	14
4	5	4	3	4	20
4	5	3	4	3	19
4	5	2	4	2	17
4	3	3	4	3	17
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	5	3	4	3	19
4	3	3	5	3	18
3	3	4	3	4	17
5	4	4	4	4	21
3	4	4	5	4	20
5	4	4	5	4	22
4	3	3	3	3	16

5	4	3	4	3	19
3	3	4	2	4	16
4	3	4	4	4	19
4	3	3	3	3	16
2	3	4	3	4	16
4	5	3	3	3	18
4	5	3	4	3	19
4	5	4	4	4	21
4	3	4	4	4	19
4	3	4	4	4	19
4	4	3	4	3	18
3	4	4	4	4	19
4	5	3	4	3	19
4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	4	17
5	4	3	4	3	19
3	4	3	5	3	18
5	4	5	5	5	24
4	3	5	4	5	21
3	4	5	4	5	21
4	3	4	4	4	19
3	4	5	3	5	20
4	5	4	4	4	21
3	4	4	3	4	18
3	3	4	3	4	17
4	4	3	4	3	18
5	5	4	3	4	21
3	4	4	4	4	19
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	3	16
4	4	4	3	4	19
5	4	4	5	4	22
5	2	3	3	3	16
3	3	4	5	4	19
3	4	4	3	4	18
3	4	3	3	3	16
0,504243	0,5025	0,536347	0,52366	0,536347	

VARIABEL Loyalitas Merek (Y)

y1	y2	x5	y4	x2.4	x5	total
4	3	4	4	3	4	22
3	4	4	4	4	4	23
4	3	4	4	2	4	21
3	4	4	3	4	4	22
4	3	4	4	3	4	22
3	4	5	3	3	5	23
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	4	4	3	22
3	3	3	3	4	3	19
3	4	3	4	4	3	21
4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	3	4	4	23
3	4	4	3	5	4	23
3	3	3	2	3	3	17
3	3	4	3	4	4	21
3	5	4	4	4	4	24
3	4	4	5	3	4	23
5	4	4	4	3	4	24
3	3	4	2	4	4	20
4	3	5	4	3	5	24
4	3	4	3	4	4	22
2	3	3	3	4	3	18
4	5	3	3	4	3	22
4	5	3	4	4	3	23
4	5	3	4	4	3	23
4	3	3	4	5	3	22
4	3	4	4	3	4	22
4	4	3	4	3	3	21
3	4	4	4	3	4	22
4	5	3	4	3	3	22
4	3	2	5	4	2	20
3	3	2	3	4	2	17
5	4	4	4	4	4	25
3	4	5	5	4	5	26
5	4	4	5	4	4	26

5	4	4	4	3	4	24
3	3	3	4	4	3	20
4	3	3	4	4	3	21
4	3	3	3	4	3	20
2	3	3	3	4	3	18
4	5	3	3	3	3	21
4	5	4	4	3	4	24
4	5	4	4	3	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	5	4	4	4	4	25
4	3	4	5	4	4	24
3	3	5	4	4	5	24
5	4	5	3	5	5	27
3	4	3	5	3	3	21
5	4	3	5	4	3	24
5	4	3	3	5	3	23
3	3	3	4	5	3	21
4	3	4	4	3	4	22
4	3	3	3	4	3	20
2	3	4	3	2	4	18
4	5	3	3	4	3	22
4	5	4	4	3	4	24
4	5	3	4	3	3	22
4	3	4	4	3	4	22
4	3	3	4	4	3	21
4	4	2	4	4	2	20
3	4	3	4	4	3	21
4	5	4	4	4	4	25
4	3	4	5	4	4	24
3	3	4	3	4	4	21
5	4	3	4	4	3	23
3	4	3	3	5	3	21
5	4	4	5	3	4	25
4	4	4	3	4	4	23
3	3	4	4	5	4	23
4	4	4	3	5	4	24
2	3	3	3	3	3	17

4	4	3	4	4	3	22
5	3	4	4	2	4	22
3	4	4	4	4	4	23
4	3	3	4	3	3	20
4	4	4	3	3	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	4	3	21
4	3	4	4	4	4	23
3	3	4	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	23
3	4	3	4	4	3	21
5	4	4	3	4	4	24
4	3	3	3	4	3	20
4	4	4	3	4	4	23
3	4	4	3	3	4	21
4	3	3	4	4	3	21
4	3	3	3	5	3	21
5	4	5	4	5	5	28
3	3	5	2	4	5	22
4	3	5	4	4	5	25
4	3	4	3	4	4	22
3	3	5	3	3	5	22
4	4	4	5	4	4	25
4	3	4	5	3	4	23
4	5	4	4	3	4	24
4	3	3	4	4	3	21
4	3	4	4	3	4	22
4	4	4	5	4	4	25
3	5	4	5	5	4	26
4	5	4	4	4	4	25
4	3	3	3	3	3	19
3	3	4	4	3	4	21
3	4	4	4	5	4	24
4	4	3	3	3	3	20
3	4	4	5	5	4	25
3	5	4	4	3	4	23
2	3	3	4	3	3	18
0,5111038	0,502926	0,536347	0,51272	0,52366	0,536347	

LAMPIRAN 3

HASIL UJI Hasil Uji Analisi Validitas

No	Variabel	Item	Koefisien korelasi (r)	Sig.	Keterangan
1	<i>Brand Love</i> (X1)	X1.1	0,502694	0,000	Valid
		X1.2	0,508786	0,000	Valid
		X1.3	0,532727	0,000	Valid
		X1.4	0,553444	0,000	Valid
		X1.5	0,536347	0,000	Valid
2	Kepercayaan Merek (X2)	X2.1	0,504243	0,000	Valid
		X2.2	0,5025	0,000	Valid
		X2.3	0,536347	0,000	Valid
		X2.4	0,52366	0,000	Valid
		X2.5	0,536347	0,000	Valid
3	Loyalitas Merek (Y)	X3.1	0,5111038	0,000	Valid
		X3.2	0,502926	0,000	Valid
		X3.3	0,536347	0,000	Valid
		X3.4	0,51272	0,000	Valid
		X3.5	0,52366	0,000	Valid
		X3.6	0,536347	0,000	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	<i>Brand Love</i>	,731	Reliabel
2	Kepercayaan Merek	,711	Reliabel
3	Loyalitas Merek	,721	Reliabel

Sumber : Data primer, diolah 2017

Statistik descriptive

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	114	14,00	25,00	18,5965	1,88951

X2	114	14,00	24,00	18,6316	1,89673
Y	114	17,00	28,00	22,2281	2,16993
Valid N (listwise)	114				

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Sehingga diperoleh batasan persepsi sebagai berikut :

1–1,8= Sangat Rendah/Sangat jelek

1,81–2,6 = Rendah/Jelek

2,61–3,4= Cukup

3,41–4,2= Tinggi/Baik

4,21–5,0= SangatTinggi/Sangat baik

LAMPIRAN 6

Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Total
Kuesioner yang disebar	114
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	114
Kuesioner yang tidak dapat diolah	0
Kuesioner yang dapat diolah	114
Tingkat respon kuesioner	100%
Tingkat respon kuesioner yang diolah	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Persentase Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	100	69,84%
2	Perempuan	14	30,16%
Jumlah		114	100%

Persentase Berdasarkan Umur Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	17-20 tahun	46	42,86%
2	21 – 30 tahun	30	26,98%
3	31 – 40 tahun	25	22,22%
4	41 – 50 tahun	13	7,94%
Jumlah		114	100%

Hasil Analisis Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,72482074
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,054
	Negative	-,048
Test Statistic		,054
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

Linieritas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined) 207,077	10	20,708	6,563	
	Linearity 186,811	1	186,811	59,206	
	Deviation from Linearity 20,266	9	2,252	,714	
Within Groups	324,993	103	3,155		
Total	532,070	113			

regresi linier berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)Y	7,902	1,890		4,181	,000
	loyalitas merek					
	Brand loveX1	,169	,098	,147	1,732	,086
	Kepercayaan merekX2	,600	,097	,524	6,166	,000

Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Summary

Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate
,357		1,74029

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,902	1,890		4,181	,000
	Brand love X1	,169	,098	,147	1,732	,086
	Kepercayaan merek X2	,600	,097	,524	6,166	,000