

DAFTAR PUSTAKA

- Ainur et al. 2009. **Peranan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Telepon Seluler**. The 3rd National Conference on Management Research 2009, (online), (<http://ainurrofiq.lecture.ub.ac.id/files/2012/02/.pdf>, diakses pada 05 November 2012)
- Albari. 2007. **Asosiasi Merek (Brand Association) Minuman Isotonik Di Yogyakarta**. Fenomena: Vol. 5 No. 1 Maret 2007, (online), (<http://data.dppm.uui.ac.id/uploads/f050103.pdf>, diakses pada 05 November 2012),.
- Eka Ratri, Lutiary. 2007. **Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang**. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005. **Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan**. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, and Keller, 2007. **Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1**. Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Laraswaty Kemuning, Angling. 2010. **Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Air Mineral Aqua**. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
- Miladiyati Al'Azis, Fitri. 2010. **Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Ponsel Merek Nokia**. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Pradipta, DAA. 2012. **Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap**

Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT. Pertamina (Persero) Enduro 4T Di Makassar. Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin

Rangkuti, Freddy, 2002. ***The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS.*** Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2010. ***Metode Penelitian Bisnis.*** Bandung: Alfabeta.

Sulistian, Ogi. 2011. ***Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter.*** Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.

Tjiptono, Fandy, 2002. ***Strategi Pemasaran.*** Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yuniar Nugroho, Farid. 2011. ***Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen.*** Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".

Zatul Farrah, Fajrianti. 2005. ***Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen.*** Jurnal Insan Vol. 7, 3:276-288.

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Rizanny Adisti
 Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 03 Mei 1989
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat Rumah : Jl. Toddopuli 2/54
 Telepon Rumah dan HP : 081242305587
 Alamat Email : rizadisti@yahoo.com

Riwayat Pendidikan

➤ Pendidikan Formal	Tahun
- SDN Panyikokang	1995
- SMP Negeri 2 Makassar	2001 – 2004
- SMA Negeri 1 Makassar	2004 – 2007
- Universitas Hasanuddin	2008 – sekarang

Pengalaman

- Organisasi
- KPA KALPATARU

Makassar, 21 November 2012

Rizanny Adisti

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Terima kasih atas kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.

Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro”**

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat saya,

Rizanny Adisti

Data Responden :

1. Jenis Kelamin :

☐

Pria

b. ☐

Wanita

2. Usia :

a. ☐

< 20 tahun

b. ☐

20 – 30 tahun

c. ☐

31 – 40 tahun

d. ☐

> 40 tahun

3. Pekerjaan :

- a. ☐ PNS
 - b. ☐ Karyawan Swasta
 - c. ☐ Wiraswasta
 - d. ☐ Pelajar/Mahasiswa
 - e. ☐ Lainnya
-

Petunjuk Umum :

Berilah tanda **(X)** pada jawaban yang telah disediakan yang anda anggap paling sesuai.

Asosiasi Merek

1. Teh Botol Sosro sangat populer dan berkesan eksklusif di masyarakat

- a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

2. Teh Botol Sosro tahan lama dan berkualitas

- a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

3. Produk-produk Teh Botol Sosro memiliki kemasan yang bagus

- a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

4. Harga Teh Botol Sosro terjangkau

- a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

5. Teh Botol Sosro memberikan kesan nyaman

- a. Sangat Tidak Setuju b. Tidak Setuju c. Biasa d. Setuju e. Sangat Setuju

Kepribadian Merek

Keterangan	STS	TS	CS	SS	SS
SINCERITY; 1. Membumi 2. Berorientasi pada keluarga 3. Tulus 4. Sejati/nyata 5. Sehat 6. Orisinal 7. Riang 8. Bersahabat					
EXCITEMENT; 1. Trendi 2. Gembira 3. Bersemangat 4. Unik					

5. Up-to-date 6. Independen 7. Kontemporer					
COMPETENCE; 1. Aman/terjamin 2. Cerdas 3. Terampil 4. Sukses 5. Percaya diri					
SOPHISTICATION; 1. Berpenampilan menarik 2. Keren 3. Feminin 4. Halus					
RUGGEDNESS; 1. Suka diluar rumah 2. Maskulin 3. Barat/western					

Persepsi Kualitas

1. Teh Botol Sosro memiliki bentuk kemasan yang praktis dan ekonomis
 - a. Sangat Tidak Setuju b. Tidak Setuju c. Biasa d. Setuju e. Sangat Setuju

2. Teh Botol Sosro memiliki warna kemasan yang menarik
 - a. Sangat Tidak Konsisten b. Tidak Konsisten c. Biasa d. Konsisten e. Sangat Konsisten

3. Teh Botol Sosro memiliki wangi yang khas
 - a. Sangat Tidak Disukai b. Tidak Disukai c. Biasa d. Disukai e. Sangat Disukai

4. Teh Botol Sosro sangat berkualitas
 - a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

5. Produk Teh Botol Sosro aman bagi kesehatan
 - a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

Loyalitas Pelanggan

1. Pembelian yang berulang merupakan akibat dari kepuasan yang Anda rasakan terhadap suatu produk
 - a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

2. Memberikan informasi tentang suatu produk kepada orang lain menjadi hal yang lumrah ketika Anda puas terhadap produk tersebut
 - a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

3. Rasa puas dan percaya akan suatu produk membuat Anda merasa tidak perlu untuk mencoba produk lain

- a. Sangat Tidak Setuju b. Setuju c. Cukup Setuju d. Tidak Setuju e. Sangat Setuju

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
					R Square Change	F Change	df1	df2
1	.390 ^a	.152	.126	1.545	.152	5.737	3	96

a. Predictors: (Constant), persepsi kualitas, kepribadian merek, asosiasi merek

b. Dependent Variable: loyalitas konsumen

Sumber: *Output SPSS 20 (Statistical Package for Social Science 20)*, 2013

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.601	2.975		.874	.384
	Asosiasi merek	.191	.077	.240	2.474	.015
	Kepribadian merek	.014	.019	.073	.760	.449
	Persepsi kualitas	.233	.084	.266	2.779	.007

a. Dependent Variable: loyalitas konsumen

Sumber: *Output SPSS 20 (Statistical Package for Social Science 20)*, 2013

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.49	14.47	12.91	.644	100
Residual	-5.414	2.717	.000	1.521	100
Std. Predicted Value	-2.204	2.423	.000	1.000	100
Std. Residual	-3.505	1.759	.000	.985	100

a. Dependent Variable: loyalitas konsumen

Sumber: *Output SPSS 20 (Statistical Package for Social Science 20)*, 2013