

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2004. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press
- Almatsier, S. 2002. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Ardian, B. O. dan C. A. Widjaya. 2017. Analisis Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan JW Marriott Surabaya dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara. Naskah Publikasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Atmoko, T. P. H. 2017. Peningkatan higiene sanitasi sebagai upaya menjaga kualitas makanan dan kepuasan pelanggan di rumah makan dhamar Palembang. *Jurnal Khasanah Ilmu*. 8(1): 1-9.
- Charles, V. B. S. 2013. Pengaruh kualitas produk, ketersediaan produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk lulur mandi sumber ayu di Jakarta. *Jurnal MIX*, 3(2).
- Darminto, P. dan P. R. Kurnia. 2015. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi. 70–78.
- Direktorat Gizi Departemen Kesehatan. 2010. *Daftar Komposisi Bahan Makanan*. Jakarta: Penerbit Bhratara.
- Durianto, D., Sugiarto, dan T. Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fiani. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Konsumen)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fouladivanda, F. dan M. A Pashandi. 2013. The effect of Brand Equity on Consumer Buying Behavior in term of FMCG in Iran, 945–957.
- Handi, I. D. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Heriyati, P. dan Septi. 2012. Analisis pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada handphone nexian. *Journal of Business Strategy and Execution*, 4(2), 171–205.
- Inayati, L. S. dan D. U. Wahyuni. 2017. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Asosiasi Merek, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2): 2461–0593.

- Jamira, A., A. Oktavia dan J. Junaidi. 2016. The Effect Of Brand Associations Toward Brand Equity And Brand Loyalty As Intervening Variable Of Honda Motorcycle In Jambi City, 1–14.
- Kotler, P. dan G Armstrong. 2004. Principle of Marketing : 10thnEdition. New Jersey: prentice Hall.
- Kusmawati, P. 2019. Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Penghasilan Usaha Rumah Makan di Kelurahan Balandai ditinjau dari Ekonomi Islam. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri, Palopo.
- Lestari, D. 2018. Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus pada HFC di Kecamatan Medan Johor). Skripsi. Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah. Sumatera Utara, Medan.
- Margaretha S. dan E. Japarianto. 2012. Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembeli roti kecil toko roti ganep's di kota Solo. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Marsum. 2010. Restoran dan Segala Permasalahannya. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Morgan, R. M. 2000. Relationship Marketing and Marketing Strategy: The Evolutions of Relationship Marketing within The Organization. London: Sage Publications, Inc.
- Mulia, R. 2005. Kesehatan Lingkungan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Musdalifah. 2019. Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hisana Fried Chicken di Kota Makassar. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Notoatmodjo, S. 2003. Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta
- Nugroho, S. J. 2015. Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media Grup Pangan.
- Rangkuti, F. 2004. The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Senly, A. 2017. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Colt Diesel pada Pt. Bosowa Berlian Motor Cabang Bone. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.
- Soehartami, R. M. 2006. Pengaruh iklan layanan masyarakat pada khalayak sasaran: studi iklan layanan masyarakat gerakan hemat listrik PLN. Tesis. Fakultas Ekonomi, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Indonesia.

- Sugiama, A., G. 2017. Pengaruh kemasan, kewajaran harga dan brand awareness terhadap brand loyalty. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 1–14.
- Sugianto, J. dan S. Sugiono. 2013. *Manajemen Pemasaran*. PETRA Universitas Kristen Petra: Surabaya. 1(2)
- Sumarwan, U. 2004. *Analisis Multivariant Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Susanto, A. B. dan W. Himawan. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Jakarta: Mizan Publika.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2005. *Brand Management & Strategy*, ANDI, Yogyakarta.
- Wahidah, N. 2010. *Komponen-Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan*. Jakarta: Gramedia.
- Wahidmurni. 2003. Hubungan Kausal antara Faktor Manajerial, Perencanaan dan Ketidakpastian Lingkungan dengan Kinerja UKM pada Sektor Manufaktur di Jawa Timur. Disertasi, tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Widjaja, M., S. Wijaya, dan R. Jokom. 2007. Ekuitas merek coffee shop di surabaya. *Jurnal*. 3(2): 89-101.
- Winatapradja, N. 2013. Ekuitas merek pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk donat J.CO donuts & coffe di manado town square. *Jurnal EMBA*. 1(3): 958-968.

Lampiran I. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN



No. Responden.....

Nama :

Alamat :

SURVEI KESAN RUMAH MAKAN PUNCAK CHICKEN

ANALISIS *BRAND ASSOCIATION* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* PADA RUMAH MAKAN AYAM GORENG PUNCAK CHICKEN (Jl. Kesenangan Raya Blok E/2 BTP, Makassar)

Terima kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu peserta survey dan secara sukarela mengisi kuisisioner ini. Nama saya Muhammad Rizal, mahasiswa Universitas Hasanuddin Fakultas Peternakan jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, pada saat ini sedang melakukan penelitian Asosiasi merek Rumah Makan Puncak Chicken. Kami sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuisisioner ini. Kami menjamin kerahasiaan anda yang terkait dengan kuisisioner. Hasil survey ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan tujuan komersial.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Usia Responden saat ini :
 - a. 17-23 Tahun
 - b. 24-30 Tahun
 - c. 31-37 Tahun
 - d. 38-44 Tahun
 - e. 45-55 Tahun

2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

3. Pekerjaan :
 - a. Mahasiswa/i
 - b. PNS
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Pengusaha
 - e. Lain-lain

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat saudara/i dengan memberikan centang (v) pada kolom jawaban yang saudara/i anggap paling sesuai.

Keterangan Kolom Jawaban

1 : Ya

0 : Tidak

KESAN RUMAH MAKAN PUNCAK CHICKEN

No	PERTANYAAN	PENILAIAN	
		1 (Ya)	0 (Tidak)
A. Atribut Produk/Product Attributes			
1.	Makanan yang Berkualitas		
2.	Cita Rasa Kekinian		
B. Atribut tidak Berwujud/Intangibles Attributes			
3.	Harga Terjangkau		
4.	Tempat yang Bersih, Rapi dan Nyaman		
C. Manfaat bagi Konsumen/Consumer Benefits			
5.	Memenuhi Keinginan Makan (Rasa Lapar)		
6.	Memenuhi Zat – Zat Gizi yang Diperlukan Tubuh		
7.	Memenuhi Kepuasan Selera		
D. Pengguna/Pelanggan/User Customer			
8.	Diminati Mahasiswa/i pada Khususnya		
9.	Diminati Masyarakat pada Umumnya		
E. Gaya Hidup/Life Style			
10.	Meningkatkan Percaya Diri Pelanggan		

F. Pesaing/<i>Competitors</i>			
11.	Produk Kualitas Internasional dengan Harga yang Terjangkau dan Bersaing		
12.	Tempat Makan dan Lokasi yang Strategis serta Mudah Dijangkau		

**Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel
(Persepsi *Brand Association*) Butir Ganjil dan Butir Genap**

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel (Persepsi *Brand Association*) Untuk Butir Ganjil

No. Responden	Skor Butir Nomor Ganjil (X)						Skor Total
	1	3	5	7	9	11	
1	1	1	1	1	1	0	5
2	1	1	1	1	1	1	6
3	1	1	1	1	1	0	5
4	1	1	1	1	1	1	6
5	1	1	1	1	1	1	6
6	1	1	1	1	1	0	5
7	1	1	1	1	1	1	6
8	1	1	0	0	1	0	3
9	0	1	1	1	1	1	5
10	0	1	1	1	1	1	5
11	1	1	1	0	0	0	3
12	1	1	1	1	1	0	5
13	1	1	1	1	1	1	6
14	1	1	1	1	1	1	6
15	1	1	1	1	1	0	5
16	1	1	1	1	1	1	6
17	1	1	1	1	1	1	6
18	1	1	1	1	0	1	5
19	1	1	1	1	1	1	6
20	1	1	1	1	1	1	6
21	1	1	1	1	1	0	5
22	1	1	1	1	1	1	6
23	1	1	1	1	1	1	6
24	1	1	1	1	0	1	5
25	1	1	1	1	1	1	6
26	1	1	1	1	1	1	6
27	0	0	1	1	1	0	3
28	1	1	1	1	1	1	6
29	1	1	1	1	1	1	6
30	1	1	1	1	1	1	6
31	1	1	1	0	1	0	4
32	1	1	1	1	1	1	6
33	1	1	1	1	0	1	5
34	1	1	1	1	1	1	6
35	1	1	1	1	1	1	6
36	1	1	1	1	1	1	6

37	1	1	1	1	1	1	6
38	1	1	1	1	1	1	6
39	1	1	1	1	1	1	6
40	1	1	1	1	1	1	6
41	1	1	1	1	1	1	6
42	1	1	1	1	1	1	6
Total ($\sum X$)	39	41	41	39	38	32	230

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel (Persepsi *Brand Association*) Untuk Butir Genap

No. Responden	Skor Butir Nomor Genap (Y)						Skor Total
	2	4	6	8	10	12	
1	1	1	1	1	1	0	5
2	1	1	1	1	1	1	6
3	1	1	0	1	1	0	4
4	1	1	1	1	1	1	6
5	1	1	1	1	1	1	6
6	1	1	0	1	0	1	4
7	1	1	1	1	0	1	5
8	1	1	1	1	1	0	5
9	0	1	1	1	1	1	5
10	0	1	1	1	1	1	5
11	1	1	0	1	0	1	4
12	1	1	1	1	1	0	5
13	1	1	1	1	1	1	6
14	1	1	1	1	1	1	6
15	1	1	0	1	0	1	4
16	1	1	1	1	1	1	6
17	1	1	1	1	1	1	6
18	1	1	1	1	1	1	6
19	1	1	1	1	1	1	6
20	1	1	1	1	1	1	6
21	1	1	1	1	1	1	6
22	1	1	1	1	1	1	6
23	1	1	1	1	1	1	6
24	1	1	1	1	1	1	6
25	1	1	1	1	1	1	6
26	1	1	1	1	0	1	5
27	0	1	1	0	0	1	3
28	1	1	1	1	1	1	6
29	1	1	1	1	1	1	6
30	1	1	1	1	1	1	6

31	1	1	1	0	0	1	4
32	1	1	1	1	1	1	6
33	1	1	1	1	1	1	6
34	1	1	1	1	1	1	6
35	1	1	1	1	1	1	6
36	1	1	1	1	1	1	6
37	1	1	1	1	1	1	6
38	1	1	1	1	0	0	4
39	1	1	1	1	1	1	6
40	1	1	1	1	1	1	6
41	1	1	1	1	1	1	6
42	1	1	1	1	1	1	6
Total (ΣY)	39	42	38	40	34	37	230

Korelasi Skor Total Belahan Butir Ganjil dan Genap Persepsi *Brand Association*

Responden (n)	ΣX	ΣY	ΣX^2	ΣY^2	ΣXY
Total n: 1 s/d 42	230	230	1290	1288	1280

Berdasarkan perhitungan uji reliabilitas diperoleh $r_{11} = 0,820$ (reliable)

karena $> 0,304$ ($r_{11} > 0,304$)

Lampiran 3. Hasil Analisis Data

Uji Cochran Tahap I

Test Statistics	
N	42
Cochran's Q	32.021 ^a
Df	11
Asymp. Sig.	.001

Uji Cochran Tahap II

Test Statistics	
N	42
Cochran's Q	18.944 ^a
Df	10
Asymp. Sig.	.041

Matrik Jawaban Responden

	0	1
X1	3	39
X2	3	39
X3	1	41
X4	0	42
X5	1	41
X6	4	38
X7	3	39
X8	2	40
X9	4	38
X10	8	34
X11	10	32
X12	5	37

Uji Cochran Tahap III

Test Statistics

N	42
Cochran's Q	9.980 ^a
Df	9
Asymp. Sig.	.352

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian











RIWAYAT HIDUP



Muhammad Rizal Lahir di Mario pada tanggal 13 November 1998 sebagai anak bungsu dari pasangan Muhammad Yusuf dan Ibu St. Fatimah, jenjang pendidikan formal yang pernah ditempuh adalah TK Asisyah Mario Kec. Kulo Kab. Sidrap lulus tahun 2004, kemudian setelah lulus TK melanjutkan ke jenjang SDN 3 Rijang Panua Kec. Kulo Kab. Sidrap lulus tahun 2010, kemudian setelah lulus SD melanjutkan ke jenjang SMPN dengan pencapaian mengikuti beberapa olimpiade seperti ilmu pengetahuan sosial dan bahasa Inggris, selain itu penulis pernah menjabat sebagai wakil ketua Osis di SMPN 2 Kulo Kec. Kulo Kab. Sidrap Lulus tahun 2013, melanjutkan sekolah menengah atas SMAN 1 SIDRAP, dan lulus tahun 2016, setelah menyelesaikan tingkat SMA, penulis diterima di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin, Makassar. Riwayat organisasi yang pernah ditempuh dan didapatkan yaitu aktif di organisasi daerah IPMI SIDRAP BKPT UNHAS pernah menjabat sebagai kordinator kerohanian dan organisasi internal kampus himpunan nutrisi dan makanan ternak "HUMANIKA", forum studi ilmiah "FOSIL" pernah menjabat sebagai kordinator kesekretariatan, komunitas olahraga mahasiswa peternakan "KOMPAS" pernah mengikuti dan mendapatkan top 8 kejuaraan nasional Futsal Fapet se-Indonesia di UNS Solo tahun 2019. Selain aktif di organisasi penulis juga aktif di bidang akademik, pernah mengikuti Program PKL di Universitas Miyazaki, Jepang tahun 2018, selain itu penulis pernah menjadi kordinator asisten analisis studi kelayakan proyek dan menjadi asisten ilmu pemuliaan ternak dan ilmu ternak unggas. Semoga dengan pengetahuan dan pengalaman yang penulis dapatkan dapat bermanfaat sampai kapanpun.