

LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket/Kuisisioner

ANGKET

No.Responden :

(diisi oleh Penulis)

Petunjuk Pengisian:

1. Bacalah secara cermat setiap pernyataan dan seluruh pilihan jawaban.
2. Beri tanda silang (X) di dalam kotak yang tertera pada setiap pilihan jawaban dan jawaban tidak lebih dari satu.
3. Kami mohon dengan sangat agar Bapak/Ibu/Saudara/I bersedia menjawab semua pertanyaan yang tersedia.

Terimakasih atas kerja samanya.

Data Responden

1. Jenis Kelamin Anda:
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia Anda:
 - a. <17 tahun
 - b. 18-28 tahun
 - c. 29-39 tahun
 - d. 40-59 tahun
 - e. >60 tahun
3. Pekerjaan:
 - a. Pelajar/mahasiswa
 - b. Pegawai swasta
 - c. Pegawai negeri
 - d. Wiraswasta
 - e. Lain-lain
4. Tingkat pendapatan:
 - a. <Rp.1.000.000
 - b. Rp.1.000.000-Rp.2.000.000
 - c. Rp.3.000.000-Rp.4.000.000
 - d. Rp.5.000.000-Rp.6.000.000
 - e. >Rp.6.000.000

5. Mengetahui produk Screamous Clothing melalui?
- Teman
 - Keluarga
 - Instagram
 - Lain-lain

Data Penelitian

CARA PENGISIAN

Dari skala 5 sampai dengan 1, berilah nilai terhadap pernyataan di bawah ini

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Ragu Ragu (RR)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

Berilah tanda (X) sesuai dengan penilaian anda.

1. Brand Awareness (Kesadaran Merek)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Screamous merupakan alternatif pertama ketika akan membeli baju.					
2	Saya langsung mengenali produk merek Screamous hanya dengan melihat dari gambar/artikel nya.					
3	Screamous adalah merek baju yg pertama kali muncul dalam benak Saya.					
4	Saya dengan cepat mengingat logo atau simbol sebuah merek tertentu.					

2. Brand Association (Asosiasi Merek)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya tidak akan tertarik merek lain walaupun dengan harga lebih murah.					
2	Desain produk Screamous bervariasi.					
3	Produk Screamous memiliki citra yang lebih baik dibandingkan merek lain					
4	Produk Screamous menggunakan bahan yang berkualitas					

3. *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Model baju merek <i>Screamous up to date</i> dan bervariasi.					
2	Produk <i>Screamous</i> kuat dan tahan lama.					
3	Baju merek <i>Screamous</i> adalah produk yang berkualitas.					
4	Produk <i>Screamous</i> nyaman saat dipakai.					

4. *Brand Loyalty* (Loyalitas Merek)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya tidak akan berpindah ke merek lain, meskipun ada tawaran/promosi menarik dari merek tersebut					
2	Saya selalu memakai produk <i>Screamous</i> .					
3	Saya akan merekomendasikan produk <i>Screamous</i> kepada orang lain.					
4	Saya akan membeli lagi ketika <i>Screamous</i> mengeluarkan produk terbaru.					

Terima kasih atas kerja sama yang diberikan

Seluruh data dijamin kerahasiaannya

Data hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian semata

Dina Juliana Bekti.

Lampiran 2. Coding Book

DATA RESPONDEN

6. Jenis Kelamin Anda:

c. Pria =0

d. Wanita=1

7. Usia Anda:

f. <17 tahun =0

g. 18-28 tahun =1

h. 29-39 tahun =2

i. 40-59 tahun =3

j. >60 tahun =4

8. Pekerjaan:

f. Pelajar/mahasiswa =0

g. Pegawai swasta =1

h. Pegawai negeri =2

i. Wiraswasta =3

j. Lain-lain =4

9. Tingkat pendapatan:

f. <Rp.1.000.000 =0

g. Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 =1

h. Rp.3.000.000-Rp.4.000.000 =2

i. Rp.5.000.000-Rp.6.000.000 =3

j. >Rp.6.000.000 =4

10. Mengetahui produk Screamous Clothing melalui?

- e. Teman =0
- f. Keluarga =1
- g. Instagram =2
- h. Lain-lain =3

DATA PENELITIAN**1. Brand Awareness (Kesadaran Merek)**

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Screamous merupakan alternatif pertama ketika akan membeli baju.	5	4	3	2	1
2	Saya langsung mengenali produk merek Screamous hanya dengan melihat dari gambar/artikel nya.	5	4	3	2	1
3	Screamous adalah merek baju yg pertama kali muncul dalam benak Saya.	5	4	3	2	1
4	Saya dengan cepat mengingat logo atau simbol sebuah merek tertentu.	5	4	3	2	1

2. Brand Association (Asosiasi Merek)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya tidak akan tertarik merek lain walaupun dengan harga lebih murah.	5	4	3	2	1
2	Desain produk Screamous bervariasi.	5	4	3	2	1
3	Produk Screamous memiliki citra yang lebih baik dibandingkan merek lain	5	4	3	2	1
4	Produk Screamous menggunakan bahan yang berkualitas	5	4	3	2	1

3. *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Model baju merek Screamous <i>up to date</i> dan bervariasi.	5	4	3	2	1
2	Produk Screamous kuat dan tahan lama.	5	4	3	2	1
3	Baju merek Screamous adalah produk yang berkualitas.	5	4	3	2	1
4	Produk Screamous nyaman saat dipakai.	5	4	3	2	1

4. *Brand Loyalty* (Loyalitas Merek)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya tidak akan berpindah ke merek lain, meskipun ada tawaran/promosi menarik dari merek tersebut	5	4	3	2	1
2	Saya selalu memakai produk Screamous.	5	4	3	2	1
3	Saya akan merekomendasikan produk Screamous kepada orang lain.	5	4	3	2	1
4	Saya akan membeli lagi ketika Screamous mengeluarkan produk terbaru.	5	4	3	2	1

Lampiran 3. Coding Sheet

No.	Data Responden					Brand Awareness (Kesadaran Merek)				Brand Association (Asosiasi Merek)				Percieved Quality (Persepsi Kualitas)				Brand Loyalty (Loyalitas Merek)			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	0	0	0	0	0	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
2	1	1	0	1	0	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
3	0	1	0	1	2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
4	0	1	0	1	2	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
5	1	1	0	1	0	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3
6	1	1	1	1	0	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3
7	1	1	0	1	0	3	3	3	5	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
8	1	1	0	1	2	4	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3
9	1	1	0	1	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3
10	1	1	0	1	2	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
11	1	0	0	0	0	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
12	1	1	0	1	1	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
13	1	1	0	1	2	3	3	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
14	1	1	0	1	0	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
15	0	1	3	2	1	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
16	0	1	0	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
17	0	2	1	2	0	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
18	0	1	0	1	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3
19	1	1	0	2	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
20	0	3	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
21	0	1	0	1	2	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
22	0	1	0	1	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
23	0	0	0	2	0	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
24	0	1	0	1	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	2
25	1	0	0	0	0	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3
26	0	1	0	1	2	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
27	0	1	0	1	0	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
28	0	1	0	1	2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
29	0	2	2	3	2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4
30	1	0	0	0	0	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
31	0	3	2	3	1	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
32	0	0	0	0	0	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
33	0	1	1	2	2	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
34	0	1	0	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
35	0	0	0	0	0	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
36	0	1	0	1	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
37	0	1	0	2	0	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3
38	1	1	0	1	0	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4

No.	Data Responden					Brand Awareness (Kesadaran Merek)				Brand Association (Asosiasi Merek)				Percieved Quality (Persepsi Kualitas)				Brand Loyalty (Loyalitas Merek)			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
39	0	1	0	1	0	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
40	0	1	0	2	0	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
41	0	0	0	0	0	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
42	0	1	2	3	0	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
43	0	1	0	2	0	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
44	1	1	1	2	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
45	0	1	3	2	2	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
46	0	1	2	2	0	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
47	1	2	2	3	2	3	4	3	5	2	3	3	4	3	4	4	4	2	3	5	3
48	0	0	1	2	2	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
49	0	1	1	1	1	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
50	0	1	0	1	1	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
51	1	0	0	0	0	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
52	0	1	0	1	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
53	0	0	0	0	2	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
54	0	0	0	0	2	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
55	0	1	1	2	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4
56	0	1	2	2	1	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
57	0	1	0	1	2	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
58	1	1	0	1	0	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
59	0	1	1	2	0	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5
60	1	1	0	1	0	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
61	0	3	3	3	2	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
62	0	0	0	1	2	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
63	1	1	1	2	0	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
64	1	2	2	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
65	0	1	0	2	0	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
66	0	3	3	1	1	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
67	0	0	0	0	0	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3
68	0	2	1	2	0	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
69	0	0	0	1	0	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4
70	0	2	2	3	0	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
71	0	1	0	1	2	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
72	0	0	0	0	0	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
73	1	1	1	2	0	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
74	0	1	0	0	0	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
75	0	1	0	1	2	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
76	0	2	3	3	0	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
77	0	0	0	0	0	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
78	0	2	2	2	1	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5

No.	Data Responden					Brand Awareness (Kesadaran Merek)				Brand Association (Asosiasi Merek)				Percieved Quality (Persepsi Kualitas)				Brand Loyalty (Loyalitas Merek)			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
79	1	0	0	0	0	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	2
80	0	0	0	0	0	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5
81	0	0	0	1	2	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
82	0	2	2	2	0	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
83	0	0	0	1	0	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
84	1	1	0	2	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
85	0	0	2	2	1	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
86	1	0	0	0	0	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
87	1	0	1	2	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
88	0	0	0	1	2	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
89	0	0	0	0	0	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
90	1	1	1	1	2	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
91	0	0	0	0	1	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
92	0	1	0	1	0	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
93	0	1	2	2	2	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4
94	0	1	2	2	0	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
95	0	0	0	0	0	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
96	0	1	1	2	0	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4
97	0	0	0	0	0	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
98	0	2	3	3	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
99	0	1	1	2	0	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
100	0	0	0	0	0	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5

PERPUSTAKAAN

Lampiran 4 Uji Penghitungan Statistik

Uji Penghitungan *Descriptive Statistics* Menggunakan Aplikasi *IBM SPSS STATISTICS* Versi 23

	Statistics								
	N		Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
	Valid	Missing					25	50	75
Q1	100	0	3.8900	.51040	2.00	5.00	4.0000	4.0000	4.0000
Q2	100	0	4.1800	.67240	3.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q3	100	0	4.1300	.87219	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q4	100	0	4.2400	.60503	3.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q5	100	0	4.0900	.76667	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q6	100	0	4.2200	.70467	1.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q7	100	0	4.1900	.76138	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q8	100	0	4.2400	.58810	3.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q9	100	0	4.1900	.72048	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q10	100	0	4.2300	.69420	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q11	100	0	4.1000	.65905	2.00	5.00	4.0000	4.0000	4.0000
Q12	100	0	4.2900	.71485	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q13	100	0	4.2100	.76930	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q14	100	0	4.3100	.82505	2.00	5.00	4.0000	5.0000	5.0000
Q15	100	0	4.3200	.72307	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000
Q16	100	0	4.1500	.78335	2.00	5.00	4.0000	4.0000	5.0000

Lampiran 5 Uji Validitas

Uji Validitas menggunakan aplikasi *Microsoft Excel 2010*

Variabel X	Subvariabel	Item Pertanyaan	R Hitung	Nilai Batas	Keterangan
Ekuitas Merek	<i>Brand Awareness</i>	Q6	0,726	0,165	Valid
		Q7	0,678	0,165	Valid
		Q8	0,793	0,165	Valid
		Q9	0,509	0,165	Valid
	<i>Brand Association</i>	Q10	0,750	0,165	Valid
		Q11	0,693	0,165	Valid
		Q12	0,768	0,165	Valid
		Q13	0,587	0,165	Valid
	<i>Perceived Quality</i>	Q14	0,762	0,165	Valid
		Q15	0,714	0,165	Valid
		Q16	0,644	0,165	Valid
		Q17	0,707	0,165	Valid
	<i>Brand Loyalty</i>	Q18	0,749	0,165	Valid
		Q19	0,804	0,165	Valid
Q20		0,655	0,165	Valid	
Q21		0,788	0,165	Valid	

Lampiran 6. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Menggunakan Aplikasi *IBM SPSS STATISTICS* Versi 23

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	16



Lampiran 7 Foto dengan Beberapa Responden

