

**KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *BRAND IDENTITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND TRUST***

(STUDI KASUS PEMBELI MIE INSTANT MEREK MIE SEDAAP DI INDONESIA)

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata 1 Universitas
Esa Unggul Jakarta, saya :

Nama : Indi Masdika Rani

NIM : 201311003

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Identity dan Brand Image terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust (Studi Kasus Pembeli Mie Instan Merek Mie Sedaap di Indonesia)”. Berhubungan dengan hal tersebut dan demi tercapainya tujuan penelitian ini, saya mengharapkan kesediaan para saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini. Saya berharap saudara/i menjawab dengan leluasa, sesuai dengan persepsi dan perasaan, lengkap dan benar, dan atas pengalaman saudara/i. Atas kesediaan waktu dari saudara/i sekalian, saya ucapkan terima kasih.

I. No. Responden

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pernyataan berikut ini dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda ceklis (✓) pertanyaan dibawah ini:

1. Jenis kelamin anda
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia anda saat ini
 - a. 17-20 tahun
 - b. 20-25 tahun
 - c. 25-30 tahun
 - d. >30 tahun
3. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa(i)
 - b. Wiraswasta
 - c. Pegawai swasta
 - d. Lainnya
4. Jumlah pembelian
 - a. 3 kali dalam sebulan
 - b. 4 kali dalam sebulan
 - c. 5 kali dalam sebulan
 - d. >5 kali dalam sebulan

II. Pernyataan Penelitian

Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab. Anda hanya dapat menjawab satu jawaban di setiap pertanyaan. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Berikut ini merupakan penilaian jawaban atas setiap pernyataan.

No.	Keterangan	Bobot (skor)
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

No	PERNYATAAN	KETERANGAN				
		STS	TS	N	S	SS
A. Brand Identity						
1.	Merek Mie Sedaap yang sudah dikenal banyak orang					
2.	Merek Mie Sedaap mudah di ingat					
3.	Merek Mie Sedaap mempunyai reputasi yang baik					
4.	Merek Mie Sedaap sulit di tiru oleh pesaing					
5.	Tersedia beberapa jenis varian rasa dari produk Mie Sedaap					
6.	Produk Mie Sedaap dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi					
7.	Ada kesamaan merek Mie Sedaap dengan selera konsumen					
8.	Merek Mie Sedaap memiliki slogan yang mudah di ingat					
9.	Merek Mie Sedaap memiliki logo					
B. Brand Image						
10.	Produk mie instan merek Mie Sedaap memiliki kualitas tinggi					
11.	Produk mie instan merek Mie Sedaap memiliki karakteristik yang lebih baik dibandingkan pesaingnya					
12.	Harga mie sedaap yang lebih mahal dibandingkan pesaingnya					
13.	Produk mie instan merek Mie Sedaap memiliki tekstur yang halus dan kenyal serta memberikan rasa yang lezat dan nikmat					
14.	Produk Mie Sedaap mempunyai ciri khas yang membedakan dari pesaing					
15.	Produk Mie Sedaap selalu melakukan inovasi yang baru					

16.	Produk Mie Sedaap satu-satunya mie instan yang memiliki sertifikat ISO 22000					
17.	Produk Mie Sedaap tidak hanya dipasarkan di Indonesia saja akan tetapi juga di pasarkan di luar negeri					
C. Brand Trust		STS	TS	N	S	SS
18.	Saya mempercayai produk mie instan merek Mie Sedaap					
19.	Saya mengandalkan produk mie instan merek Mie Sedaap					
20.	Mie Sedaap memiliki Sertifikat halal					
21.	Saya percaya bahwa produk Mie Sedaap aman untuk di konsumsi					
D. Brand Loyalty		STS	TS	N	S	SS
22.	Saya akan melakukan pembelian ulang terhadap produk mie instan merek Mie Sedaap					
23.	Saya akan tetap membeli merek Mie Sedaap meski banyak produk mie instan lainnya					
24.	Saya akan tetap membeli merek Mie Sedaap ketika saya membeli produk mie instan					
25.	Walaupun harga merek Mie Sedaap lebih mahal dibandingkan pesaingnya saya akan tetap membelinya					