

## Lampiran I

### KUESIONER PENELITIAN

#### Daftar pertanyaan responden

**“Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perluasan Merek Dan Loyalitas Merek Pada Produk-Produk Merek Molto ” (Studi Pada Mahasiswa Kost Di Kampung Baru Kec. Kedaton, Bandarlampung)**

#### A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Fak/Jur :

Alamat :

Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda silang (x)

Sudah berapa kali anda melakukan pemakaian untuk merek Molto?

a. <3 kali

b. >3 kali

Kuesioner ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Persepsi Kualitas Terhadap Perluasan Merek Dan Loyalitas Merek Pada Produk-Produk Merek Molto di Kampung Baru, penilaian dilakukan dengan menilai tanggapan anda yang diwakili oleh setiap pernyataan di bawah ini dengan cara memberikan tanda *checklist* (✓).

Penilaian dilakukan dengan angka 1-5. Jika anda sangat setuju dengan jawabannya maka nilainya 5 sebaliknya jika anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut maka nilainya 1. Jika anda ragu-ragu maka anda dapat memberikan nilai 3. Tidak ada jawaban yang bernilai benar dan salah.

Pernyataan –pernyataan berikut berkaitan dengan kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, perluasan merek, dan loyalitas merek. Berikan opini anda dengan cara memberikan tanda (✓) yang dianggap paling tepat dengan menggunakan skala sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

## B. KHUSUS

Berilah tanda (✓) pada kolom yang menurut anda menunjukkan pendapat anda dari pernyataan berikut.

**STS** = Sangat Tidak Setuju  
**N** = Netral  
**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju  
**TS** = Tidak Setuju

### I. Kesadaran merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Merek Molto mudah diingat					
2.	Merek Molto terkenal di masyarakat					
3.	Molto merupakan merek pertama yang saya beli ketika membeli pewangi					
4.	Molto merupakan merek <i>pioneer</i> pewangi pakaian					
5.	Molto tetap jadi pilihan pewangi saya dibanding merek lain					

### II. Asosiasi Merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Iklan kartun Molto sangat unik					
2.	Iklan kartun bentuk dongeng mencerminkan kerukunan berkeluarga					
3.	Dengan memakai Molto saya merasa percaya diri karena Molto memiliki aroma yang wangi					
4.	Pewangi Molto mempunyai banyak pilihan aroma					
5.	Molto dapat dibeli dimana saja					

---

### III. Persepsi Kualitas

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Wangi Molto tahan lama walaupun setelah dipakai					
2.	Molto memberikan wangi yang menyegarkan					
3.	Molto pewangi sekaligus menjadi pelembut pakaian					
4.	Pewangi Molto menjadikan pakaian mudah disetrika					
5.	Memakai Molto tidak perlu memakai parfum lagi					

### IV. Perluasan Merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui produk-produk Molto					
2.	Menurut saya molto Trika merupakan perluasan dari Molto pewangi					
3.	Dengan adanya molto Trika, saya ragu untuk memilih merek lain untuk kategori pelicin pakaian					
4.	Saya tidak akan mencari merek baru untuk kategori pelicin pakaian					
5.	Wangi Molto Trika seragam dengan Molto pewangi untuk mencuci					

### V. Loyalitas Merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya akan merekomendasikan Molto kepada orang lain					
2.	Saya tetap membeli molto walau harga naik					
3.	Saya tidak akan tergiur dengan pewangi yang lebih murah					
4.	Molto menjadi pilihan utama saya sebagai pewangi pakaian					
5.	Saya akan memberikan informasi tentang Molto kepada orang lain					

