



**PENGARUH PERUBAHAN MEREK (*REBRANDING*) PRODUK
LARUTAN PENYEGAR CAP KAKI TIGA MENJADI CAP BADAK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Perubahan Merek (*Rebranding*) Produk Larutan Penyegar Cap Kaki Tiga menjadi Cap Badak Terhadap Loyalitas Pelanggan, saya mohon anda bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Jawaban serta identitas Anda merupakan rahasia dan hasilnya akan dipergunakan untuk keperluan skripsi ini.

Daftar pertanyaan ini dibuat untuk membantu Anda menyampaikan pendapat dengan cepat dan mudah. **Tidak ada jawaban yang benar atau salah, yang saya inginkan adalah pendapat yang jujur dan mohon Anda menjawab seluruh pertanyaan yang ada.**

Akhir kata saya mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan waktu yang anda berikan. Semoga apa yang Anda berikan dapat bermanfaat.

Hormat Saya

Ajie Bayu Anggoro

A. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk penggunaan :

Berilah tanda () pada jawaban yang sesuai dengan identitas diri anda.

CONTOH :

Apakah kriteria pasangan idaman anda?

Baik Cakap

Pintar Kaya

1. Usia :

15 – 20 tahun 25 – 30 tahun

21 – 25 tahun >30 tahun

2. Jenis Kelamin :

Pria Wanita

3. Status Pekerjaan :

Mahasiswa / Mahasiswi Wirausaha

Pegawai Negeri Lain-lain

4. Apakah anda mengetahui perubahan merek (*rebranding*) produk larutan penyegar cap kaki tiga menjadi cap badak?

Ya Tidak

Jika “Tidak” anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner.

5. Jika “Ya”, darimanakah Anda mengetahui perubahan merek (*rebranding*) produk larutan penyegar cap kaki tiga menjadi cap badak?

Koran Radio

Majalah Keluarga

Televisi Lainnya.....

6. Apakah anda pernah mengkonsumsi larutan penyegar cap kaki tiga dan larutan penyegar cap badak?

Ya Tidak

Jika “Tidak” anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner.

7. Pengeluaran rutin per bulan :

Rp 250.000 – Rp 500.000

Rp 500.000 – Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

> Rp 3.000.000

B. PERUBAHAN MEREK (*REBRANDING*) PRODUK LARUTAN PENYEGAR CAP KAKI TIGA MENJADI CAP BADAK

Sebelum Perubahan Merek (rebranding)



Larutan Penyegar Cap Kaki Tiga

Sesudah Perubahan Merek (rebranding)



Larutan Penyegar
Cap Badak



Larutan Penyegar
Cap Kaki Tiga

Petunjuk penggunaan :
Contoh :

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
	1 - 20	21 - 40	41 - 60	61 - 80	81-100
Saya sangat tampan					99

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Berilah nilai sesuai dengan kolom – kolom yang telah disediakan.

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
	1 - 20	21 - 40	41 - 60	61 - 80	81-100
Memilih ulang sebuah merek (X_1)					
1. Merek cap badak mengingatkan anda pada larutan penyegar					
2. Merek cap badak memiliki perbedaan dengan merek cap kaki tiga					
3. Merek cap badak mudah diucapkan					
Membuat Ulang Kesadaran Merek (X_2)					
1. Merek cap badak mudah dikenal					
2. Merek cap badak mudah diingat					
3. Logo badak mudah dikenal					
Memposisikan ulang merek (X_3)					
1. Atribut produk menimbulkan keyakinan pada produk					
2. Manfaat produk menimbulkan keyakinan pada produk					
3. Merek baru menimbulkan kepercayaan pada produk					

Menciptakan ulang citra merek (X ₄)					
1. Bahan baku yang digunakan larutan penyegar cap badak berkualitas					
2. Larutan penyegar cap badak memberikan manfaat untuk kesehatan konsumen					
3. Kesan yang baik terhadap produk					
Membuat ulang kepercayaan (X ₅)					
1. Larutan penyegar cap badak lebih baik dibandingkan produk lain					
2. Larutan penyegar cap badak lebih berkhasiat daripada produk lain					
3. Larutan penyegar cap badak lebih berkualitas daripada produk lain					
Loyalitas Konsumen (Y)					
1. Sering membeli larutan penyegar cap badak					
2. Merekomendasikan larutan penyegar cap badak ke orang lain					