

LAMPIRAN A
OUTPUT SPSS

Rekapitulasi Variabel *Brand Image*

Dimensi	Item Pertanyaan	Skor										Skor Total	Mean	Mean Dimensi
		1		2		3		4		5				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Friendly	X1.1.1	0	0	1	1	3	2.9	53	51	47	45.2	458	4.4	4.2
	X1.1.2	0	0	1	1	6	5.8	76	73.1	21	20.2	429	4.1	
	X1.1.3	0	0	0	0	10	9.6	56	53.8	38	36.5	444	4.3	
	X1.1.4	0	0	0	0	32	30.8	52	50	20	19.2	404	3.9	
	X1.1.5	0	0	2	1.9	3	2.9	60	57.7	41	39.4	454	4.4	
Modern	X1.2.1	0	0	2	1.9	7	6.7	71	68.3	24	23.1	429	4.1	4.2
	X1.2.1	0	0	2	1.9	7	6.7	60	57.7	35	33.7	440	4.2	
	X1.2.1	0	0	2	1.9	11	10.6	70	67.3	21	20.2	422	4.1	
	X1.2.4	0	0	2	1.9	4	3.8	65	62.5	33	31.7	441	4.2	
	X1.2.5	0	0	0	0	10	9.6	69	66.3	25	24.0	431	4.1	
Useful	X1.3.1	0	0	3	2.9	7	6.7	69	66.3	25	24.0	428	4.1	4.2
	X1.3.2	0	0	1	1	9	8.7	53	51.0	41	39.4	446	4.3	
	X1.3.3	0	0	3	2.9	10	9.6	60	57.7	31	59.8	431	4.1	
	X1.3.4	0	0	0	0	3	2.9	67	64.4	34	32.7	447	4.3	
	X1.3.5	0	0	7	6.7	11	10.6	55	52.9	31	29.8	422	4.1	
Popular	X1.4.1	6	5.8	29	27.9	8	7.7	41	39.4	20	19.2	352	3.4	3,7
	X1.4.2	7	6.7	14	13.5	13	12.5	46	44.2	24	23.1	378	3.6	
	X1.4.3	6	.8	17	16.3	10	9.6	50	48.1	21	20.2	375	3.6	
	X1.4.4	1	1	8	7.7	7	6.7	51	49	37	35.6	427	4.1	
	X1.4.5	0	0	4	3.8	10	9.6	72	69.2	18	17.3	416	4	
Mean Skor Variabel											424	4.1		

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Distribusi Kategorisasi Brand Image

No	Kategorisasi	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Bagus	53	51
2	Bagus	40	38.5
3	Cukup Bagus	11	10.5

4	Tidak Bagus	0	0
5	Sangat Tidak Bagus	0	0
Jumlah		104	100

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Rekapitulasi Variabel *Customer Experience*

Dimensi	Item Pertanyaan	Skor										Skor Total	Mean	Mean Dimensi
		1		2		3		4		5				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Sense	X2.1.1	0	0	0	0	4	3.8	78	75	22	21.2	434	4.2	4.3
	X2.1.2	0	0	3	2.9	0	0	46	44.2	55	52.9	465	4.5	
	X2.1.3	0	0	0	0	1	1	53	51	50	48.1	465	4.5	
	X2.1.4	0	0	1	1	21	20.2	54	51.9	28	26.9	421	4.0	
	X2.1.5	0	0	0	0	1	1	55	52.9	48	46.2	463	4.5	
Feel	X2.2.1	0	0	0	0	5	4.8	78	75	21	20.2	432	4.2	4.0
	X2.2.2	3	2.9	4	3.8	17	16.3	59	56.7	21	20.2	403	3.9	
Think	X2.3.1	0	0	8	7.7	13	12.5	48	46.2	35	33.7	422	4.1	3.9
	X2.3.2	1	1	10	9.6	24	23.1	50	48.1	19	18.3	388	3.7	
Act	X2.4.1	1	1	0	0	10	3.6	65	62.5	28	26.9	431	4.1	4.2
	X2.4.2	0	0	0	0	3	2.9	69	66.3	32	30.8	445	4.3	
Relate	X2.5.1	0	0	8	7.7	24	23.1	62	59.6	10	9.6	386	3.7	3.7
	X2.5.2	1	1	9	8.7	36	34.6	39	37.5	19	18.3	378	3.6	
Mean Skor Variabel											425.6	4.1		

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Distribusi Kategorisasi *Customer Experience*

No	Kategorisasi	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Bagus	54	51.9
2	Bagus	43	41.4
3	Cukup Bagus	7	6.7

4	Tidak Bagus	0	0
5	Sangat Tidak Bagus	0	0
Jumlah		104	100

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Rekapitulasi Variabel *Brand Trust*

Dimensi	Item Pertanyaan	Skor										Skor Total	Mean	Mean Dimensi
		1		2		3		4		5				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Brand Characteristic	X3.1.1	0	0	0	0	2	1.9	68	65.4	34	32.7	448	4.3	4.1
	X3.1.2	4	3.8	17	16.3	18	17.3	50	48.1	15	14.4	367	3.5	
	X3.1.3	0	0	0	0	3	2.9	64	61.5	37	35.6	450	4.3	
	X3.1.4	0	0	0	0	1	1	81	77.9	22	21.2	437	4.2	
	X3.1.5	0	0	0	0	6	5.8	74	71.2	24	23.1	434	4.2	
	X3.1.6	0	0	0	0	2	1.9	74	71.2	28	26.9	442	4.3	
Company Characteristic	X3.2.1	5	4.8	10	9.6	1	1	62	59.6	26	25	406	3.9	4
	X3.2.2	6	5.8	20	19.2	13	12.5	55	52.9	10	9.6	355	3.4	
	X3.2.3	0	0	1	1	12	11.5	62	59.6	29	27.9	431	4.1	
	X3.2.4	0	0	1	1	9	8.7	70	67.3	24	23.1	429	4.1	
	X3.2.5	0	0	0	0	15	14.4	68	65.4	21	20.2	422	4.1	
	X3.2.6	0	0	0	0	14	13.5	57	54.8	33	31.7	435	4.2	
Consumer-brand Characteristic	X3.3.1	0	0	0	0	6	5.8	67	64.4	31	29.8	441	4.2	4.2
	X3.3.2	0	0	0	0	1	1	81	77.9	22	21.2	437	4.2	
	X3.3.3	0	0	3	2.9	11	10.6	58	55.8	32	30.8	431	4.1	
	X3.3.4	0	0	1	1	2	1.9	69	66.3	32	30.8	444	4.3	
	X3.3.5	0	0	0	0	1	1	80	76.9	23	22.1	438	4.2	
	X3.3.6	0	0	0	0	1	1	72	69.2	31	29.8	446	4.3	
Mean Skor Variabel											427.4	4.1		

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Distribusi Kategorisasi *Brand Trust*

No	Kategorisasi	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Bagus	53	51

2	Bagus	44	42.3
3	Cukup Bagus	7	6.7
4	Tidak Bagus	0	0
5	Sangat Tidak Bagus	0	0
Jumlah		104	100,0

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Rekapitulasi Variabel *Repurchase Intention*

Dimensi	Item Pertanyaan	Skor										Skor Total	Mean
		1		2		3		4		5			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Kecenderungan individu untuk membeli kembali produk	Y1.1	0	0	0	0	5	4.8	65	62.5	34	32.7	445	4.3
Mencari informasi tentang produk yang diminatinya	Y1.2	3	2.9	6	5.8	13	12.5	57	54.8	25	24	407	3.9
Preferensi utama tentang produk Mengacu pada orang lain membeli kembali produk di masa yang akan datang	Y1.3	0	0	7	6.7	8	7.7	50	48.1	39	37.5	433	4.2
	Y1.4	0	0	2	1.9	6	5.8	71	68.3	25	24	431	4.1
Mean Skor Variabel											429	4.1	

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Distribusi Kategorisasi *Repurchase Intention*

No	Kategorisasi	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Bagus	58	55.8
2	Bagus	38	36.6
3	Cukup Bagus	4	3.8
4	Tidak Bagus	4	3.8
5	Sangat Tidak Bagus	0	0
Jumlah		104	100,0

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Tabulasi Silang Variabel Brand Image Terhadap Brand Trust

Brand Trust	Brand Image					Total
	Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Sangat Lemah	0	0	0	0	0	0
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lemah	0	0	0	0	0	0
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Cukup Kuat	0	0	3	4	0	7
	0,0%	0,0%	2,9%	3,8%	0,0%	6.7%
Kuat	0	0	7	33	4	44
	0,0%	0,0%	5,7%	31,7%	3,8%	42.3%
Sangat Kuat	0	0	1	3	49	53
	0,0%	0,0%	1,0%	2,9%	47,1%	51%
Total	0	0	11	40	53	104
	0,0%	0,0%	10,5%	38,5%	51%	100,0%

Sumber : Data primer yang diolah 2020

**Tabulasi Silang Variabel Customer Experience Terhadap
Brand Trust**

Brand Trust	Customer Experience					Total
	Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Sangat Lemah	0	0	0	0	0	0
Lemah	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lemah	0	0	0	0	0	0
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Cukup Kuat	0	0	4	3	0	7
Kuat	0,0%	0,0%	3,8%	2,9%	0,0%	6,7%
Kuat	0	0	3	39	2	44
	0,0%	0,0%	2,9%	37,5%	1,9%	42,3%
Sangat Kuat	0	0	0	1	52	53
Kuat	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	50%	51%
Total	0	0	7	43	54	104
	0,0%	0,0%	6,7%	41,4%	51,9%	100,0%

Sumber : Data primer yang diolah 2020

**Tabulasi Silang Variabel Brand Trust Terhadap
Repurchase Intention**

Repurchase Intention	Brand Trust					Total
	Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Sangat Lemah	0	0	0	0	0	0
Lemah	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lemah	0	0	3	1	0	4
	0,0%	0,0%	2,9%	1%	0,0%	3,8%
Cukup Kuat	0	0	0	4	0	4
Kuat	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%	0,0%	3,8%
Kuat	0	0	4	34	0	38
	0,0%	0,0%	3,8%	3,7%	0,0%	36,6%
Sangat Kuat	0	0	0	5	53	58
Kuat	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	51%	55,8%
Total	0	0	7	44	53	104
	0,0%	0,0%	5,7%	42,3%	51%	100,0%

Sumber : Data primer yang diolah 2020

- Hasil Uji Validitas

- *Brand Image*

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Friendly (Mudah Digunakan)	0,867	0,1927	Valid
Modern(Model Terbaru)	0,875	0,1927	Valid
Useful (Bermanfaat)	0,874	0,1927	Valid
Popular (Terkenal)	0,950	0,1927	Valid

- *Customer Experience*

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Sense (Panca Indra)	0,828	0,1927	Valid
Feel (Perasaan)	0,818	0,1927	Valid
Think (Keadaan Berpikir)	0,871	0,1927	Valid
Act (Tindakan)	0,806	0,1927	Valid
Relate (Kesamaan)	0,840	0,1927	Valid

- *Brand Trust*

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Brand Characteristic (Karakteristik Merk)	0,930	0,1927	Valid
Company Characteristic (Karakteristik perusahaan)	0,936	0,1927	Valid
Consumer-Brand Characteristic (Karakteristik merk terhadap konsumen)	0,896	0,1927	Valid

- *Repurchase Intention*

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Transaksional	0,653	0,1927	Valid
Minat Referensial	0,844	0,1927	Valid
Minat Preferensial	0,857	0,1927	Valid
Minat Eksploratif	0,748	0,1927	Valid

- Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbrach Alpha	Alpha	Keterangan
<i>Brand Image</i>	0,876	0,60	Reliabel
<i>Customer Experience</i>	0.862	0,60	Reliabel
<i>Brand Trust</i>	0.880	0,60	Reliabel
<i>Repurchase Intention</i>	0.778	0,60	Reliabel

- Uji Regresi Linier

- X1 terhadap Y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.505	.098		5.139	.000
	Brand Image	.721	.050	.821	14.535	.000

a. Dependent Variable: Brand Trust

- X2 terhadap Y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.475	.081		5.870	.000
	Customer Experience	.718	.040	.873	18.076	.000

a. Dependent Variable: Brand Trust

- X1 dan X2 terhadap Y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.371	.081		4.577	.000
	Brand Image	.270	.072	.307	3.740	.000
	Customer Experience	.508	.068	.617	7.508	.000

a. Dependent Variable: Brand Trust

- Y1 terhadap Y2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.387	.146		-2.644	.009
	Brand Trust	1.205	.076	.845	15.948	.000

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

- Koefisien Korelasi dan Determinasi

- X1 terhadap Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.821 ^a	.674	.671	.23405	1.729

a. Predictors: (Constant), Brand Image

b. Dependent Variable: Brand Trust

- X2 terhadap Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.873 ^a	.762	.760	.20007	1.570

a. Predictors: (Constant), Customer Experience

b. Dependent Variable: Brand Trust

- X1 dan X2 terhadap Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 ^a	.791	.787	.18843	1.641

a. Predictors: (Constant), Customer Experience, Brand Image

b. Dependent Variable: Brand Trust

- Y1 terhadap Y2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.845 ^a	.714	.711	.31290	1.625

a. Predictors: (Constant), Brand Trust

b. Dependent Variable: Repurchase Intention

LAMPIRAN B

KUESIONER PENELITIAN

DATA RESPONDEN

Petunjuk Umum Pengisian Kuesioner

- a. Isilah identitas (data diri responden) Bapak / Ibu / Saudara dengan benar dan lengkap ada tempat yang telah disediakan.
- b. Bacalah pertanyaan dengan teliti sebelum menjawab.
- c. Jawablah pertanyaan dalam kuesioner ini sesuai dengan apa yang Bapak / Ibu / Saudara rasakan selama ini
- d. Beri tanda silang (X) pada jawaban yang Bapak / Ibu / Saudara pilih.

A. Identifikasi Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. No. Tlp/Hp :
4. Usia :
5. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
6. Pekerjaan :
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. PNS
 - d. Pegawai swasta
 - e. TNI/POLRI
 - f. Lainnya

7. Pengeluaran konsumsi perbulan :
- < Rp 2.000.000,00
 - > Rp 1.000.000,00 - Rp. 2.500.000,00
 - > Rp 2.500.000,00 – Rp. 5.000.000,00
 - > Rp 5.000.000,00
8. Apakah Saudara pernah membeli produk J.Co Donuts and Coffee Semarang?
- Pernah
 - Belum Pernah
9. Pembelian J.Co Donuts and Coffee dalam 6 bulan terakhir?
- 2-3 kali
 - 4-6 kali
 - 6-8 kali
 - > 8 kali

Lampiran C

Jumlah Konsumen J.CO & COFFEE Cabang Java Mall dan Paragon Semarang Tahun 2020

No	Jenis Kelamin	Cabang Java Mall Semarang	Cabang Paragon Mall Semarang	Jumlah
1	Laki-Laki	45.604	51.838	97.442
2	Perempuan	68.406	76.816	145.222
Jumlah Total		114.010	128.024	282.034

Sumber :J.co Donuts & Coffee Cabang Java Mall dan Paragon Semarang

Lampiran D

DAFTAR PERTANYAAN

BRAND IMAGE (CITRA MERK)

Friendly (Mudah Digunakan)

1. Apakah menu produk pada J.Co Donuts and Coffee Semarang mudah dipahami?
 - a. Sangat Mudah
 - b. Mudah
 - c. Cukup Mudah
 - d. Sulit
 - e. Sangat Sulit

Alasan :

.....
2. Apakah promo pada J.Co Donuts and Coffee Semarang mudah dipahami?
 - a. Sangat Mudah
 - b. Mudah
 - c. Cukup Mudah
 - d. Sulit
 - e. Sangat Sulit

Alasan :

.....
3. Apakah fitur pemesanan pada J.Co Donuts and Coffee Semarang mudah digunakan?
 - a. Sangat Mudah
 - b. Mudah
 - c. Cukup Mudah
 - d. Sulit
 - e. Sangat Sulit

Alasan :

.....
4. Apakah prosedur complain pada J.Co Donuts and Coffee Semarang mudah dilakukan?
 - a. Sangat Mudah
 - b. Mudah
 - c. Cukup Mudah
 - d. Sulit
 - e. Sangat Sulit

Alasan :

.....

5. Apakah produk J.Co Donuts and Coffee Semarang mudah digunakan?
- | | |
|-----------------|-----------------|
| a. Sangat Mudah | d. Sulit |
| b. Mudah | e. Sangat Sulit |
| c. Cukup Mudah | |

Alasan :

.....

Modern (model terbaru)

6. Apakah anda setuju bahwa desain produk J.Co Donuts and Coffee Semarang sudah modern?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

.....

7. Apakah anda setuju bahwa desain Interior J.Co Donuts and Coffee Semarang sudah modern?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

.....

8. Apakah anda setuju bahwa desain logo J.Co Donuts and Coffee Semarang sudah modern?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

.....

9. Apakah anda setuju bahwa sistem pelayanan J.Co Donuts and Coffee Semarang sudah modern?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

.....

10. Apakah anda setuju bahwa produk-produk yang ditawarkan J.Co Donuts and Coffee Semarang sudah modern?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

.....

Useful (Bermanfaat)

11. Apakah produk J.Co Donuts and Coffee Semarang bermanfaat bagi anda?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| a. Sangat Bermanfaat | d. Bermanfaat |
| b. Bermanfaat | e. Sangat tidak Bermanfaat |
| c. Cukup Bermanfaat | |

Alasan :

.....

12. Apakah promo yang dilakukan J.Co Donuts and Coffee Semarang bermanfaat bagi anda?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| a. Sangat Bermanfaat | d. Bermanfaat |
| b. Bermanfaat | e. Sangat tidak Bermanfaat |
| c. Cukup Bermanfaat | |

Alasan :

.....

13. Apakah suasana toko J.Co Donuts and Coffee Semarang bermanfaat bagi anda?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| a. Sangat Bermanfaat | d. Bermanfaat |
| b. Bermanfaat | e. Sangat tidak Bermanfaat |
| c. Cukup Bermanfaat | |

Alasan :

.....

14. Apakah kehadiran J.Co Donuts and Coffee Semarang bermanfaat bagi anda?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| a. Sangat Bermanfaat | d. Bermanfaat |
| b. Bermanfaat | e. Sangat tidak Bermanfaat |
| c. Cukup Bermanfaat | |

Alasan :

.....

15. Apakah kemasan J.Co Donuts and Coffee Semarang bermanfaat bagi anda?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| a. Sangat Bermanfaat | d. Bermanfaat |
| b. Bermanfaat | e. Sangat tidak Bermanfaat |
| c. Cukup Bermanfaat | |

Alasan :

.....

Popular (Terkenal)

16. Apakah anda sering membicarakan tentang J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------|
| a. Sangat Sering | d. Jarang |
| b. Sering | e. Sangat Jarang |
| c. Cukup Sering | |

Alasan :

.....

17. Apakah and sering mendengar orang-orang membicarakan tentang J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------|
| a. Sangat Sering | d. Jarang |
| b. Sering | e. Sangat Jarang |
| c. Cukup Sering | |

Alasan :

.....

18. Apakah anda sering melihat iklan tentang J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------|
| a. Sangat Sering | d. Jarang |
| b. Sering | e. Sangat Jarang |
| c. Cukup Sering | |

Alasan :

.....

19. Apakah anda setuju J.Co Donuts and Coffee Semarang menjadi merk pertama yang muncul dipikiran anda saat memikirkan tentang donat atau kopi?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

.....

20. Apakah saat anda mengunjungi J.Co Donuts and Coffee Semarang sering terdapat banyak orang yang mengunjungi?

- | | |
|------------------|------------------|
| a. Sangat Sering | d. Jarang |
| b. Sering | e. Sangat Jarang |
| c. Cukup Sering | |

Alasan :

.....

CUSTOMER EXPERIENCE (PENGALAMAN KONSUMEN)*Sense***Penglihatan**

21. Bagaimanakah desain Kemasan J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| a. Sangat Bagus | d. Buruk |
| b. Bagus | e. Sangat Buruk |
| c. Cukup Bagus | |

Alasan :

.....

Penciuman

22. Bagaimanakah aroma produk J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat Harum | d. Tidak Harum |
| b. Harum | e. Sangat Tidak Harum |
| c. Cukup Harum | |

Alasan :

.....

Perasa

23. Bagaimanakah rasa dari produk J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|----------------|----------------------|
| a. Sangat Enak | d. Tidak Enak |
| b. Enak | e. Sangat Tidak Enak |
| c. Cukup Enak | |

Alasan :

.....

Pendengaran

24. Apakah anda merasa nyaman dengan alunan musik yang diputar di J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Nyaman | d. Tidak Nyaman |
| b. Nyaman | e. Sangat Tidak Nyaman |
| c. Cukup Nyaman | |

Alasan :

.....

Peraba dan Setuhan

25. Apakah tekstur produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang terasa lembut?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Lembut | d. Tidak Lembut |
| b. Lembut | e. Sangat Tidak Lembut |
| c. Cukup Lembut | |

Alasan :

.....

Feel

26. Apakah Anda merasa senang saat menggunakan produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Nyaman | d. Tidak Nyaman |
| b. Nyaman | e. Sangat Tidak Nyaman |
| c. Cukup Nyaman | |

Alasan :

.....

27. Apakah anda merasa bangga jika menggunakan produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|-----------------------|
| a. Sangat Bangga | d. Bangga |
| b. Bangga | e. Sangat TidakBangga |
| c. Cukup Bangga | |

Alasan :

.....

Think

28. Apakah anda merasa fokus saat berada di J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|-----------------------|
| a. Sangat Bangga | d. Bangga |
| b. Bangga | e. Sangat TidakBangga |
| c. Cukup Bangga | |

Alasan :

29. Apakah anda mendapatkan ide baru saat menggunakan produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|-----------------------|
| a. Sangat Bangga | d. Bangga |
| b. Bangga | e. Sangat TidakBangga |
| c. Cukup Bangga | |

Alasan :

Act

30. Apakah Anda merasa nyaman saat melakukan aktifitas di J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Nyaman | d. Tidak Nyaman |
| b. Nyaman | e. Sangat Tidak Nyaman |
| c. Cukup Nyaman | |

Alasan :

31. Apakah Anda merasa aman saat melakukan aktifitas di J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

Relate

32. Apakah anda merasa bahwa produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang sesuai dengan jati diri anda?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

33. Apakah anda merasa bahwa konsumen di J.Co Donuts and Coffee Semarang sesuai dengan jati diri anda?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan:

BRAND TRUST (KEPERCAYAAN MERK)

Brand Characteristic

34. Apakah Anda setuju bahwa anda mengetahui tentang merk J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

35. Apakah Anda setuju bahwa anda mengetahui tentang nilai-nilai merk J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

36. Apakah Anda setuju bahwa J.Co Donuts and Coffee Semarang memiliki reputasi yang baik?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

37. Apakah Anda setuju bahwa J.Co Donuts and Coffee Semarang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

38. Apakah Anda setuju bahwa J.Co Donuts and Coffee Semarang Telah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

39. Apakah Anda setuju bahwa J.Co Donuts and Coffee Semarang Telah memberikan pelayanan sesuai dengan reputasinya?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

Company Characteristic

40. Apakah Anda setuju bahwa anda mengetahui tentang perusahaan yang memiliki merk J.Co Donuts and Coffee Semarang (Jhonny Andrean Group)?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

41. Apakah Anda setuju bahwa anda mengetahui tentang nilai-nilai perusahaan yang memiliki merk J.Co Donuts and Coffee Semarang (Jhonny Andrean Group)?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

42. Apakah Anda setuju bahwa perusahaan yang memiliki merk J.Co Donuts and Coffee Semarang (Jhonny Andrean Group) memiliki reputasi yang baik?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | d. Tidak Setuju |
| b. Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| c. Cukup Setuju | |

Alasan :

43. Apakah Anda setuju bahwa perusahaan yang memiliki merk J.Co Donuts and Coffee Semarang (Jhonny Andrean Group) dapat memberikan kepuasan bagi konsumen?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

44. Apakah Anda setuju bahwa perusahaan yang memiliki merk J.Co Donuts and Coffee Semarang (Jhonny Andrean Group) Telah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

45. Apakah Anda setuju bahwa perusahaan yang memiliki merk J.Co Donuts and Coffee Semarang (Jhonny Andrean Group) Telah memberikan pelayanan sesuai dengan yang reputasinya?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

Consumer-brand Characteristic

46. Apakah Anda setuju bahwa J.Co Donuts and Coffee Semarang merupakan merek yang tidak akan mengecewakan Anda?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

47. Apakah Anda setuju bahwa merk J.Co Donuts and Coffee Semarang merupakan merk yang sesuai dengan harapan Anda?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

48. Apakah Anda setuju bahwa merk J.Co Donuts and Coffee Semarang jujur dan tulus dalam memperhatikan kebutuhan anda?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

49. Apakah Anda yakin dapat mengandalkan merek J.Co Donuts and Coffee Semarang dalam memenuhi keinginan anda?

- a. Sangat Yakin
- b. Yakin
- c. Cukup Yakin
- d. Tidak Yakin
- e. Sangat Tidak Yakin

Alasan :

50. Apakah Anda percaya terhadap produk-produk yang disediakan oleh merk J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

51. Apakah Anda merasa aman menggunakan produk-produk yang disediakan oleh merk J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|----------------|----------------------|
| a. Sangat Aman | d. Tidak Aman |
| b. Aman | e. Sangat Tidak Aman |
| c. Cukup Aman | |

Alasan :

REPURCHASE INTENTION (KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG)

52. Apakah Anda berminat untuk membeli kembali produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Sangat Berminat | d. Tidak Berminat |
| b. Berminat | e. Sangat Tidak Berminat |
| c. Cukup Berminat | |

Alasan :

53. Apakah Anda berminat untuk mencari informasi terkait produk J.Co Donuts and Coffee Semarang?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Sangat Berminat | d. Tidak Berminat |
| b. Berminat | e. Sangat Tidak Berminat |
| c. Cukup Berminat | |

Alasan :

54. Apakah Anda berminat untuk menjadikan produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang sebagai pilihan utama ?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Sangat Berminat | d. Tidak Berminat |
| b. Berminat | e. Sangat Tidak Berminat |
| c. Cukup Berminat | |

Alasan :

55. Apakah Anda berminat untuk merekomendasikan produk dari J.Co Donuts and Coffee Semarang kepada orang lain?

- a. Sangat Berminat
- b. Berminat
- c. Cukup Berminat
- d. Tidak Berminat
- e. Sangat Tidak Berminat

Alasan :

TERIMAKASIH ATAS BANTUAN ANDA