

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGI

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

I. Pernyataan Kuesioner

Sehubungan dengan adanya penelitian skripsi, saya Emilia Agustina yang merupakan mahasiswi semester 8 dari Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, meminta kesediaan waktu saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Brand Awareness, Word Of Mouth, dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan di Cooler City Rungkut”. Atas bantuan dan perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

II. Identitas Responden

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
- Perempuan

Usia :

- 15 – 21
- 22 – 37
- 38 – 45

Pekerjaan :

- Pelajar / Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Lainnya

Pendapatan :

- < 1.000.000
- 1.000.000 – 3.000.000
- 3.000.000 – 5.000.000
- > 5.000.000

Berapa kali anda melakukan pembelian di gerai Cooler City?

- 1 kali
- 2 kali atau lebih

III. Keterangan Jawaban

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

KS : Kurang Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Brand Awareness (X1)

Indikator : <i>Recall</i> (Seberapa jauh konsumen dapat mengingat merk)	S S	S	KS	TS	ST S
1. Saya mudah mengingat brand Cooler City melalui logo yang dimiliki					
2. Saya merasa Cooler City adalah brand yang mudah diucapkan					
Indikator : <i>Recognition</i> (Seberapa jauh konsumen dapat mengenali merek)					
3. Saya mudah dalam memahami produk dari Cooler City					
Indikator : <i>Purchase</i> (Menjadi pilihan ketika akan membeli sebuah produk)					
4. Saya lebih memilih membeli Cooler City dibandingkan dengan Brand lain yang serupa					
Indikator : <i>Consumption</i> (Mengenali suatu merek ketika sedang mengonsumsi merk lain)					
5. Saya mengingat brand Cooler City ketika sedang mengonsumsi es krim dan minuman bertopping dari brand pesaing					

Word Of Mouth (X2)

Indikator : <i>Talkers</i> (Pembicara)	SS	S	KS	TS	STS
6. Saya sering mendengar produk Cooler City dari pembicaraan orang lain					
Indikator : <i>Topics</i> (Topik)					
7. Produk es krim dan minuman bertopping yang dimiliki Cooler City sering menjadi topik pembicaraan					
Indikator : <i>Tools</i> (Alat)					

8. Saya mengetahui produk dari Cooler City melalui seseorang yang menyampaikan informasi dengan bantuan media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dll)					
Indikator : <i>Talking Parts</i> (Partisipasi)					
9. Saya akan memberikan info seputar produk yang dimiliki Cooler City ketika ada yang bertanya tentang es krim atau minuman bertopping					
Indikator : <i>Tracking</i> (Pengawasan)					
10. Menurut saya Cooler City juga perlu memantau serta merespon setiap informasi pada layanan konsumen (baik via website maupun media yang disediakan)					

Cita Rasa (X3)

Indikator : Penampakan	SS	S	KS	TS	STS
11. Saya merasa tampilan atau penyajian es krim atau minuman bertopping dari Cooler City sangat menarik					
Indikator : Bau					
12. Saya merasa aroma yang diberikan oleh Cooler City mengundang selera konsumen					
Indikator : Rasa					
13. Saya merasa Cooler City menawarkan cita rasa yang memiliki ciri khas tersendiri					
Indikator : Rangsangan mulut					
14. Saya merasa produk yang disajikan Cooler City terasa enak dan memenuhi selera					

Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator : Membeli kembali	SS	S	KS	TS	STS
15. Saya merasa puas terhadap produk yang disajikan oleh Cooler City, maka saya berminat untuk berkunjung kembali untuk membeli produk tersebut secara berulang-ulang					
Indikator : Menciptakan Word of Mouth					
16. Saya merasa puas terhadap produk yang disajikan oleh Cooler City, maka saya akan merekomendasikan Cooler City kepada orang lain					
Indikator : Menciptakan citra merek					
17. Saya merasa puas dan akan merekomendasikan Cooler City kepada orang lain karena Cooler City berbeda dengan merek lainnya					
Indikator : Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama					
18. Saya merasa puas terhadap produk yang disajikan oleh Cooler City karena sesuai dengan harapan saya					

Lampiran 2. Hasil Pengujian Data

Uji Validitas *Brand Awareness* (X1)

Correlations							
		BA_1	BA_2	BA_3	BA_4	BA_5	BA_To tal
BA_1	Pearson Correlation	1	.360	.463**	.427*	.291	.677**
	Sig. (2-tailed)		.050	.010	.019	.118	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BA_2	Pearson Correlation	.360	1	.218	.486**	.386*	.588**
	Sig. (2-tailed)	.050		.248	.007	.035	.001
	N	30	30	30	30	30	30
BA_3	Pearson Correlation	.463**	.218	1	.623**	.724**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.010	.248		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BA_4	Pearson Correlation	.427*	.486**	.623**	1	.705**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.019	.007	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BA_5	Pearson Correlation	.291	.386*	.724**	.705**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.118	.035	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
BA_To tal	Pearson Correlation	.677**	.588**	.824**	.861**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Uji Validitas *Word Of Mouth* (X2)

		Correlations					
		WOM _1	WOM _2	WOM _3	WOM _4	WOM _5	WOM_T OTAL
WOM_1	Pearson Correlation	1	.474**	.680**	-.089	.137	.787**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.639	.470	.000
	N	30	30	30	30	30	30
WOM_2	Pearson Correlation	.474**	1	.512**	.174	.048	.762**
	Sig. (2-tailed)	.008		.004	.359	.800	.000
	N	30	30	30	30	30	30
WOM_3	Pearson Correlation	.680**	.512**	1	-.145	.138	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.443	.465	.000
	N	30	30	30	30	30	30
WOM_4	Pearson Correlation	-.089	.174	-.145	1	-.020	.241
	Sig. (2-tailed)	.639	.359	.443		.918	.200
	N	30	30	30	30	30	30
WOM_5	Pearson Correlation	.137	.048	.138	-.020	1	.361*
	Sig. (2-tailed)	.470	.800	.465	.918		.050
	N	30	30	30	30	30	30
WOM_T OTAL	Pearson Correlation	.787**	.762**	.796**	.241	.361*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.200	.050	
	N	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Uji Validitas Cita Rasa (X3)

Correlations						
		CR_1	CR_2	CR_3	CR_4	CR_Tota l
CR_1	Pearson Correlation	1	.228	-.222	.277	.563**
	Sig. (2-tailed)		.225	.237	.138	.001
	N	30	30	30	30	30
CR_2	Pearson Correlation	.228	1	-.162	.506**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.225		.391	.004	.000
	N	30	30	30	30	30
CR_3	Pearson Correlation	-.222	-.162	1	-.062	.338
	Sig. (2-tailed)	.237	.391		.746	.068
	N	30	30	30	30	30
CR_4	Pearson Correlation	.277	.506**	-.062	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.138	.004	.746		.000
	N	30	30	30	30	30
CR_Tota l	Pearson Correlation	.563**	.627**	.338	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.068	.000	
	N	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations						
		KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_Tota l
KP_1	Pearson Correlation	1	.402*	.502**	.255	.797**
	Sig. (2-tailed)		.027	.005	.174	.000
	N	30	30	30	30	30
KP_2	Pearson Correlation	.402*	1	.259	.234	.674**
	Sig. (2-tailed)	.027		.167	.214	.000
	N	30	30	30	30	30
KP_3	Pearson Correlation	.502**	.259	1	.226	.745**
	Sig. (2-tailed)	.005	.167		.231	.000
	N	30	30	30	30	30
KP_4	Pearson Correlation	.255	.234	.226	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	.174	.214	.231		.001
	N	30	30	30	30	30
KP_Tota l	Pearson Correlation	.797**	.674**	.745**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Uji Reliabilitas *Brand Awareness* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.712	5

Uji Reliabilitas *Word Of Mouth* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

Uji Reliabilitas Cita Rasa (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.652	4

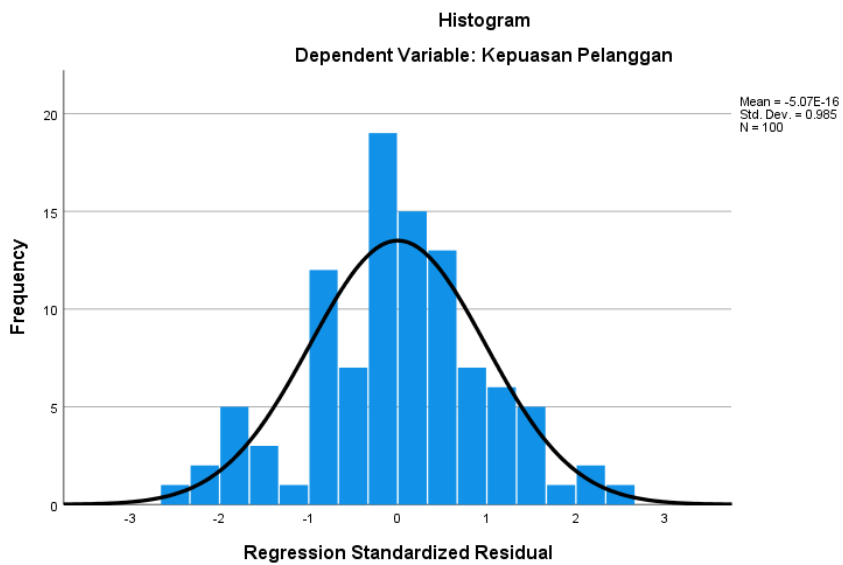
Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.695	4

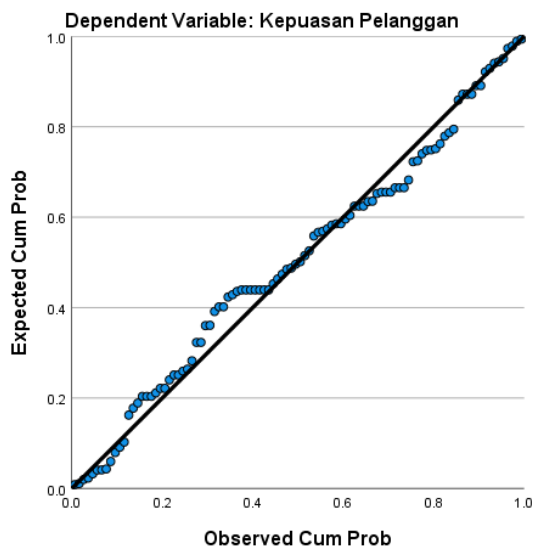
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.80181819	
Most Extreme Differences	Absolute	.082	
	Positive	.072	
	Negative	-.082	
Test Statistic		.082	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.092	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.097	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.089
		Upper Bound	.104
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

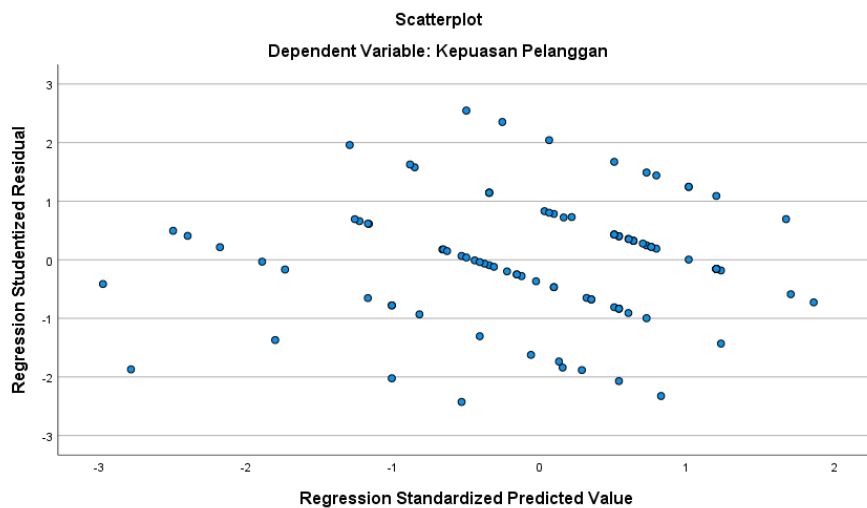


Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.381	1.324		5.573	.000		
	Brand Awareness	.128	.060	.201	2.119	.037	.673	1.487
	Word of Mouth	.322	.062	.505	5.191	.000	.641	1.561
	Cita Rasa	.022	.081	.026	.269	.788	.657	1.522

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Heteroskedastisitas



Uji Linearitas *Brand Awareness* (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Brand Awareness	Between Groups	(Combined)	30.709	8	3.839	4.440	.000
		Linearity	24.237	1	24.237	28.032	.000
		Deviation from Linearity	6.472	7	.925	1.069	.390
	Within Groups		78.681	91	.865		
	Total		109.390	99			

Uji Linearitas *Word Of Mouth* (X2)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Word of Mouth	Between Groups	(Combined)	45.484	9	5.054	7.117	.000
		Linearity	42.154	1	42.154	59.366	.000
		Deviation from Linearity	3.331	8	.416	.586	.787
	Within Groups		63.906	90	.710		
	Total		109.390	99			

Uji Linearitas *Cita Rasa* (X3)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Cita Rasa	Between Groups	(Combined)	23.756	5	4.751	5.215	.000
		Linearity	16.617	1	16.617	18.240	.000
		Deviation from Linearity	7.140	4	1.785	1.959	.107
	Within Groups		85.634	94	.911		

	Total	109.39 0	99			
--	-------	-------------	----	--	--	--

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.381	1.324		5.573	.000		
	Brand Awareness	.128	.060	.201	2.119	.037	.673	1.487
	Word of Mouth	.322	.062	.505	5.191	.000	.641	1.561
	Cita Rasa	.022	.081	.026	.269	.788	.657	1.522
d. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.381	1.324		5.573	.000		
	Brand Awareness	.128	.060	.201	2.119	.037	.673	1.487
	Word of Mouth	.322	.062	.505	5.191	.000	.641	1.561

	Cita Rasa	.022	.081	.026	.269	.788	.657	1.522
e. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								


Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.742	3	15.247	22.997	.000 ^b
	Residual	63.648	96	.663		
	Total	109.390	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Brand Awareness, Word of Mouth						

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.400	.814
a. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Brand Awareness, Word of Mouth				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Lampiran 3. Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931600 psw. 159 email : frisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Emilia Agustina
 NBI : 1122000015
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
 Dosen Pembimbing II : Dra. Awin Mulyati, M.M.
 Judul Skripsi : Pengaruh Brand Awareness, Word of Mouth, dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cooler City Rungkut

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	7/3-24	judul acc		
2	13/3-24 14/3-24	Bab I: ⊕ Bukt. masalah & alasan mengambil judul di LBM Acc. Bab I		
3	19/3-24	Bab I → acc dengan perbaikan = data → 2023, tujuan, dan manfaat.		
4	20/3-24	Bab II, Perbaiki Penul. Teor. Pendahuluan, Perbaiki Temu, perbaiki Pola Hub. s.d.b		
5	27/3-24	Bab II Acc		
6	28/3-24	Bab I acc		
7	23/4-24	Bab II - Acc ds. perbaikan teknik penulisan		
8	24/4-24	Perbaiki Bz& 3 sesuai anguran		
9	25/4-24	Bab III Acc		
	7/5-24	Bab III ACC		



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTA) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
10	6/5 2024	Questioner diperbaiki		
11	8/5 2024	Questini diperbaiki Acc.		
12	14/5 2024	Questioner → Acc ds. perubahan citra merek	/	
13	28/5 2024	Bab IV Perbaiki sesuai anjuran		
14	28/5 2024	Bab IV Perbaiki sesuai anjuran		
15	29/5 2024	Bab IV Acc		
16	29/5 2024	Bab V Perbaiki		
17	30/5 2024	Bab IV → acc, cek kesesuai	/	
18	3/6 2024	Bab V Perbaiki Lagi!!!!		
19	4/6 2024	Bab V Acc		
20	5/6 2024	Bab V → acc ds. perbaikan/ kesempurnaan rekomendasi	/	

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal: 5-6-24

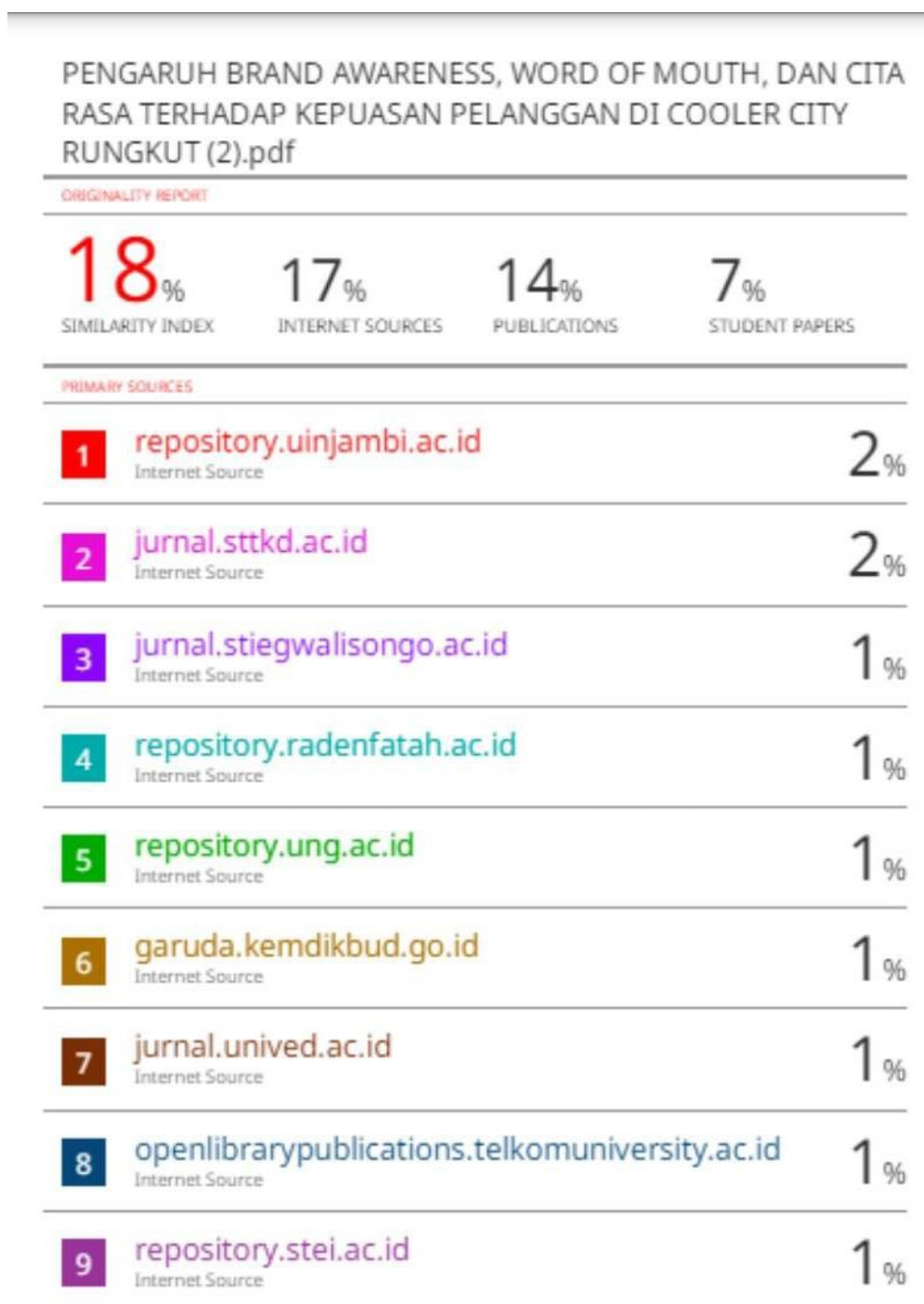
Dosen Pembimbing I,

Diana Aprilia

Dosen Pembimbing II,

Awin M

Lampiran 4. Hasil Turnitin





UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
 Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:770/K/LOD/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Emilia Agustina

NBI : 1122000015

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%. Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 24 Juni 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otda,


 LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
 ADMINISTRASI PUBLIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
 SURABAYA
Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi


Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom