

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing activities* terhadap kesadaran merek, citra merek, dan loyalitas merek di media sosial TikTok Mixue. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa hasil penelitian ini dapat dikatakan telah valid dan reliabel. Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel *social media marketing activities* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kesadaran merek. Maka, hipotesis 1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *social media marketing activities* yang semakin baik mampu meningkatkan kesadaran akan suatu merek.
2. Variabel *social media marketing activities* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel citra merek. Maka, hipotesis 2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *social media marketing activities* akan diikuti dengan semakin baiknya citra merek pada perusahaan.
3. Variabel *social media marketing activities* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas merek. Maka, hipotesis 3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *social media marketing activities* dapat mempengaruhi terciptanya loyalitas pada merek.
4. Variabel kesadaran merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap citra merek. Maka, hipotesis 4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran merek tidak mempengaruhi citra merek.
5. Variabel kesadaran merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Maka, hipotesis 5 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran merek yang tinggi, maka tidak akan mempengaruhi loyalitas merek pada suatu bisnis atau perusahaan.
6. Variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Maka, hipotesis 6 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek akan memberikan dampak positif pada loyalitas merek.

## 5.2. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memberikan beberapa informasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan oleh Mixue. Penelitian ini ditemukan bahwa *social media marketing activities* memberikan pengaruh signifikan terhadap kesadaran merek, citra merek, dan loyalitas merek. Oleh sebab itu, perusahaan perlu meningkatkan *social media marketing activities* pada TikTok yang menjadi kekuatan bagi bisnis untuk menumbuhkan kesadaran merek, citra merek, dan loyalitas merek yang berdampak baik dan positif bagi perusahaan. Selain itu, variabel citra merek berpengaruh terhadap loyalitas merek. Dalam hal ini, manajer harus menciptakan citra merek yang kuat dari perusahaan agar mendapatkan loyalitas merek di benak pelanggan mereka. Pada variabel kesadaran merek tidak berpengaruh pada citra merek dan loyalitas merek, yang artinya manajer perlu mengetahui bahwa kesadaran merek tidak meningkatkan citra merek dan loyalitas merek. Hal tersebut dapat terjadi karena diduga konsumen bisa saja hanya sekedar mengetahui merek Mixue sehingga tidak ada pengaruh terhadap citra merek dan loyalitas merek.

## 5.3. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan penelitian yang telah dilakukan yaitu:

1. *Platform* media sosial yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada media sosial TikTok saja diantara banyak media sosial yang lainnya sehingga menyebabkan kurangnya variasi dari karakteristik responden yang diteliti.
2. Objek penelitian yang digunakan sangat luas dan tidak spesifik

## 5.4. Saran Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan beberapa *platform* media sosial selain TikTok untuk mengetahui media sosial mana yang efektif dalam melakukan aktivitas pemasaran.
2. Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menentukan objek penelitian yang lebih spesifik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhaddad, A. (2015). Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 3(4), 1–08. [www.questjournals.org](http://www.questjournals.org)
- Almohaimmed, B. M. A. (2019). The Effects of Social Media Marketing Antecedents on Social Media Marketing, Brand Loyalty and Purchase Intention: A Customer Perspective. *Journal of Business & Retail Management Research*, 13(04).  
<https://doi.org/10.24052/JBRMR/V13IS04/ART-13>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. In *Badan Pusat Statistik*. Badan Pusat Statistik.  
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.
- Bernarto, I., Meilani, Y., Berlianto, M. P., Suryawan, I. N., & Masman, R. R. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412.  
<https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148.  
<https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods for Business* (8th ed.). Willey.
- Breitsohl, J., Kunz, W. H., & Dowell, D. (2015). Does The Host Match The Content? A Taxonomical Update on Online Consumption Communities. *Journal of Marketing Management*, 31(9–10), 1040–1064.
- Cakmak, I. (2016). The Role of Brand Awareness on Brand Image, Perceived Quality and Effect on Risk in Create Brand Trust. *Global Journal on Humanities and Social Sciences*, 4, 174–183.  
<https://doi.org/10.18844/gjhss.v0i0.441>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing* (Sobirin (ed.); 1st ed.).

Celebes Media Perkasa.

- Chandra, P. (2023). *Memiliki 300 Gerai Di Seluruh Indonesia, Berikut Sejarah Mixue Indonesia*. Akurat.Co. [https://akurat.co/mixue-indonesia#:~:text=Hingga kini%2C di tahun 2023,gerai di berbagai wilayah Indonesia](https://akurat.co/mixue-indonesia#:~:text=Hingga%20kini%20di%20tahun%202023,gerai%20di%20berbagai%20wilayah%20Indonesia)
- Databoks. (2023). *Survei KIC-Kominfo: Pengguna TikTok di Indonesia Meroket Tajam Semenjak Pandemi Covid-19*. Daraboks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/01/survei-kic-kominfo-pengguna-tiktok-di-indonesia-meroket-tajam-semenjak-pandemi-covid-19>
- Dib, H., & Alhaddad, A. A. (2015). Determinants of Brand Image in Social Media. *International Journal of E-Education, e-Business, e-Management and e-Learning, November*, 180–190. <https://doi.org/10.17706/ijeeee.2015.5.4.180-190>
- Ding, Y., & Keh, H. T. (2016). A Re-Examination of Service Standardization Versus Customization from the Consumer's Perspective. *Journal of Service Marketing*, 30(1), 16–28.
- Dülek, B., & Saydan, R. (2019). The Impact Of Social Media Advertisement Awareness On Brand Awareness, Brand Image, Brand Attitude And Brand Loyalty: A Research on University Students. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 2, 470–494. <https://doi.org/10.5281/zenodo.Companies>
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand Awareness, Brand Image and Purchase Intention in The Millennial Generation. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787733>
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginee. (2021). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar!* Ginee.Com. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., JoonasRokka, Aiello, G., Donvito, R., & R., S. (2016). Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833–5841.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. In *Sage* (2nd ed.). Sage.  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EBR-11-2018-0203/full/html>
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Notoadmojo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Saleem, S., Rahman, S. U., & Omar, R. M. (2015). Conceptualizing and Measuring Perceived Quality, Brand Awareness, and Brand Image Composition of Brand Loyalty. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 66–77. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p66>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sehar, R., Ashraf, S., & Azam, F. (2019). The Influence of Social Media's Marketing Efforts on Brand Equity and Consumer Response. *The IUP Journal of Marketing Management*, XVIII (2)(Agustus), 31–53.
- Seo, E. J., & Park, J. W. (2018). A Study on The Effects of Social Media Marketing Activities on Brand Equity and Customer Response in The Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, 66(September 2017), 36–41. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.014>
- Shabbir, M. Q., Khan, A. A., & Khan, S. R. (2017). Brand Loyalty, Brand Image, and Brand Equity: The Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 19(2), 416–423.

<http://www.ijias.issr-journals.org/>

- Siahaan, H. D., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung ). *E-Proceeding of Management*, 3(1), 497–505.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3193>
- So, K. K. F., Wu, L., Xiong, L., & King, C. (2018). Brand Management in the Era of Social Media: Social Visibility of Consumption and Customer Brand Identification. *Journal of Travel Research*, 57(6), 727–742.  
<https://doi.org/10.1177/0047287517718354>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Tsimonis, G., & Dimitriadis, S. (2014). Brand Strategies in Social Media. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 328–344.  
<https://doi.org/10.1108/MIP-04-2013-0056>
- Wijaya, B. M. A., & Junaedi, S. (2021). *Pengaruh Social media marketing activities Terhadap Loyalitas Merek: Kesadaran Merek Dan Citra Merek Sebagai Mediasi*. 2019, 52–63.  
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PSNCFEB/article/view/5154/3193>
- Zia, A., Younus, S., & Mirza, F. (2021). Investigating The Impact of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity: The Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *Www.Ijicc.Net*, 15(2), 1091–1106. [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net)

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

1. Apakah anda pernah melakukan pembelian terhadap produk Mixue?	
<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
2. Apakah anda merupakan generasi Z (usia 11-26 tahun)?	
<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
3. Apakah pernah melihat konten Mixue di TikTok?	
<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
4. Jenis Kelamin	
<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
5. Usia	
<input type="checkbox"/> 11-15 tahun	
<input type="checkbox"/> 16-20 tahun	
<input type="checkbox"/> 21-26 tahun	
6. Pekerjaan	
<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/> Karyawan
<input type="checkbox"/> Wiraswasta	<input type="checkbox"/> Lainnya
7. Rata-rata pengeluaran per bulan	
<input type="checkbox"/> <Rp 1.000.000	<input type="checkbox"/> Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
<input type="checkbox"/> Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	<input type="checkbox"/> >Rp 5.000.000
8. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk bermain sosial media TikTok	
<input type="checkbox"/> <3 jam	<input type="checkbox"/> 6-9 jam
<input type="checkbox"/> 3-5 jam	<input type="checkbox"/> >9 jam

**Keterangan:**

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

KUESIONER	SKOR				
	1	2	3	4	5
<i>Social Media Marketing Activities</i>					
Akun media sosial Tiktok Mixue menyenangkan					
Konten yang dibagikan oleh media sosial Tiktok Mixue menyenangkan					
Konten yang dibagikan Mixue di media sosial TikTok menarik					
Informasi dapat dibagikan melalui media sosial TikTok Mixue					
Diskusi dan pertukaran pendapat dapat dilakukan di halaman media sosial TikTok Mixue					
Mengekspresikan pendapat mudah di media sosial TikTok Mixue					
Informasi yang dibagikan di media sosial Tiktok Mixue selalu <i>up to date</i>					
Penggunaan media sosial TikTok yang dilakukan Mixue sesuai tren masa kini					
Saya menyukai iklan yang ditayangkan Mixue di media sosial TikTok					
Iklan yang dirilis Mixue di media sosial TikTok menarik					
Iklan media sosial TikTok Mixue secara positif mempengaruhi perhatian saya terhadap merek tersebut					



Informasi yang saya butuhkan dapat ditemukan di akun media sosial TikTok Mixue					
Media sosial TikTok Mixue memberikan informasi yang saya butuhkan					
Saya dapat dengan mudah memperoleh informasi yang saya butuhkan berkat petunjuk di akun media sosial TikTok Mixue					
<b>Kesadaran Merek</b>					
Saya selalu menyadari merek Mixue					
Saya menyadari karakteristik Mixue					
Saya selalu ingat logo dari Mixue					
<b>Citra Merek</b>					
Mixue adalah pemimpin pada sektor F&B					
Saya memiliki kenangan indah tentang Mixue					
Mixue berpusat pada pelanggan					
<b>Loyalitas Merek</b>					
Saya puas dengan merek Mixue yang muncul di media sosial TikTok					
Saya biasanya menggunakan Mixue sebagai pilihan pertama saya dibandingkan dengan merek lain					
Saya akan merekomendasikan Mixue kepada orang lain melalui media sosial TikTok					

## Lampiran 2 Tanggapan Responden

### Indikator Penelitian Variabel *Social Media Marketing Activities*

E1	E2	E3	I1	I2	I3	T1	T2	A1	A2	A3	C1	C2	C3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
3	4	5	3	3	4	5	5	5	5	5	1	1	2
2	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3
3	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5
3	4	2	3	2	2	3	2	4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
1	1	2	5	4	5	3	4	1	1	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5
3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
3	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	2	2	3	4	4	3	3	2	2	3	
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	3	3	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	2	2	4	2	2	2	3	3	1	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	2	2	5
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4
3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3

3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
1	2	4	4	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5

4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4
4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	2	2	5
4	5	4	5	3	5	3	5	4	5	3	5	3	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4

3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	2	3	4	4	3	5	4	2	2	3
3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	3	3	5	5	5	4	3	4	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4
3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	2
3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	5	4
4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5



4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4
5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3
4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	3	5	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	5
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4

5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
2	3	4	2	2	4	3	5	4	3	3	4	3	4
4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	5	5
3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
3	4	4	5	2	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	2	3	2
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	5
4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5

4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4
4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	3	2	3	5	4	3	1	3	4	4	1	1
1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5
3	3	4	1	1	1	5	2	3	4	2	4	1	2
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4

2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	2	5	2	1	2	5	4	5	1	3	2	1
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	3	3	3

4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
3	4	5	4	4	4	5	5	4	2	5	4	3	5
3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4
4	4	4	5	5	3	5	5	3	4	4	3	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3

**Indikator Penelitian Variabel Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Loyalitas Merek**

BA1	BA2	BA3	BI1	BI2	BI3	BL1	BL2	BL3
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	5	5	2	2	5	5	5	5
4	4	5	3	3	4	3	3	2
4	4	4	5	4	4	4	2	4
5	4	4	2	4	3	3	3	2
5	5	3	1	3	4	3	1	3
5	5	5	3	3	2	3	4	5
4	5	5	3	3	4	3	3	4
5	4	4	5	3	5	4	4	4
5	5	5	3	1	4	4	5	3
5	5	5	4	4	4	3	2	2



5	5	5	2	3	2	3	3	3
5	4	5	1	3	4	4	4	3
5	5	5	3	1	1	3	2	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	3	5	2	3	4	4	4	4
4	4	4	2	1	3	3	3	3
5	4	5	3	3	4	3	4	3
4	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	3	5	3	3	3
5	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	1	3	3	1	1
3	1	2	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	1	1

3	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	3	3	3	3	4	3
5	5	5	3	3	4	3	4	2
4	4	5	3	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	3	2	3	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	2	4	3	3	3
4	5	5	3	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	3	4	3
2	2	4	2	2	3	3	2	3
4	3	5	3	4	4	4	4	4

5	5	5	2	4	5	5	2	5
4	2	4	2	3	4	4	2	3
5	5	5	4	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	4	3	3	4	3	3	4
2	4	2	2	3	2	2	5	4
4	3	4	4	4	4	3	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	3	4	5	4	5	4	4
5	5	5	3	3	3	4	3	3
5	5	5	4	5	4	5	4	4
5	5	5	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4
5	5	5	3	3	5	3	3	3

4	4	4	4	3	3	3	2	2
4	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	4
5	5	5	2	3	4	3	3	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	2	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	3	4
5	5	5	4	4	4	5	4	4
4	4	5	3	3	3	3	4	5
4	3	5	3	3	4	4	3	3
5	4	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	2	2	2	2	1	2
5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	3	3	5	4	3	4

5	4	5	3	4	4	4	5	5
4	3	5	3	2	3	4	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5	5	5
3	5	5	2	4	4	3	5	5
4	4	4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	4	4	3	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	1	3	4	4	2	4
5	4	5	5	3	5	4	4	4

5	5	5	4	5	5	5	3	4
4	2	5	3	4	5	3	2	4
5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	3	5	5	3	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	5	5	4
4	4	5	3	2	4	4	2	4
4	5	4	3	4	5	4	4	5
4	4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	5	4	4	3	4	4	3
4	5	5	5	3	5	4	3	3
5	4	4	2	3	3	4	2	2
5	5	4	2	4	5	5	4	4
5	5	5	3	3	4	4	4	4

4	5	5	3	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4	3
4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	4	5	3	4	4	4	3	3
3	4	4	2	2	3	3	4	2
5	5	5	3	2	4	4	4	5
4	5	5	2	3	4	3	4	3
5	5	5	4	5	5	4	4	2
4	4	5	3	3	4	3	3	3
4	4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	4	2	4
4	5	4	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	4	5	4	4	5	5	4	3
5	4	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	2	3	3	4	3	2
4	4	5	5	4	5	4	3	3
4	5	5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4	3	4
4	5	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	3	3	4	4	5	3
4	4	5	4	4	4	4	4	5



5	5	5	3	4	3	5	4	5
4	4	4	3	3	4	4	3	2
5	5	5	5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	2	3	3	2	3	3
4	4	4	2	3	3	4	3	4
4	4	4	4	5	4	3	4	5
5	5	5	4	2	3	3	3	3
5	5	5	2	4	5	4	2	4
4	5	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	3	4	4	5	4	5
4	4	5	4	3	3	5	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	3	5

4	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	5	3	2	4	4	2	2
5	5	4	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4
5	4	5	2	4	4	3	4	5
3	3	4	3	3	4	4	3	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	3	3	4	2	4
4	5	4	3	5	4	5	4	5
5	5	5	3	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	4	4	2	3	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	3	4	2	3
4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	3	3	2	3	4	4	3	3
4	4	4	3	4	3	4	3	3
2	3	3	4	2	4	4	4	2
2	2	3	3	2	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	3	3	2
5	5	5	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	4	3	4	4	3
5	2	5	4	1	3	3	2	1
3	3	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

3	3	4	2	2	2	3	3	3
5	5	5	1	1	5	3	1	1
5	4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	5	3	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	3	4	3	4	4	3
4	5	5	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5
4	4	5	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	3	3	3	4	4	4
4	5	4	3	3	3	4	3	3

5	5	5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4	3
4	5	5	3	3	3	3	3	4
5	5	5	4	3	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	2	2	4	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3	3