

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN KUESIONER

Perbandingan Persepsi Konsumen Terhadap *Parent Brand* dan *Brand Extension* antara Pepsodent White Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal

(Study Kasus Pada Segmentasi Konsumen yang Berbelanja di Giant Ekspres Jember).

Hal : Pengisian Kuesoiner

Lampiran :

Yth/Bapak/Ibu/Saudara Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Eva Nurhadi

NIM : 1610411130

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Mahasiswa : Universitas Muhammadiyah jember

Mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara Responden untuk bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket yang terlampir. Pengisian Kuisoner ini akan digunakan untuk menyusun tugas akhir skripsi saya yang berjudul “ Perbandingan Persepsi Konsumen Terhadap *Parent Brand* dan *Brand Extension* Antara Pepsodent White Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal“

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara Responden untuk mengisi angket dengan sejujur-jujurnya saya ucapkan terimakasih

- I. Pendidikan :
Jenis Kelamin :
Umur :

- II. Petunjuk Pengisian
- Baca setiap pertanyaan dengan teliti
 - Jawablah semua pertanyaan yang tersedia dengan jujur
 - Beri tanda Check (\checkmark) pada jawaban anda

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

PRODUK PEPSODENT *WHITE* PENCEGAH GIGI BERLUBANG

1. Merek Induk (*Parent Brand*)

No.	Pertanyaan/Pernyataan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pepsodent <i>White</i> pencegah Gigi Berlubang yang muncul dalam benak saya					
2	Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang adalah produk yang sudah terkenal dikalangan masyarakat					
3	Tidak akan terpengaruh dengan Pasta Gigi merek lain					

2. Perluasan Merek (*Brand extension*)

No.	Pertanyaan/Pernyataan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang, Pasta Gigi yang berkualitas					
2	Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang adalah Pasta Gigi yang paling nyaman di gunakan dikalangan masyarakat					
3	Sudah menjadi rutinitas dalam menggunakan Pepsodent					

	<i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang.					
4	Sudah merasa puas dengan Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang					

3. Persepsi Konsumen

No	Pertanyaan/Pernyataan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang memberikan hasil yang maksimal dibanding dengan merek Pasta Gigi lain					
2	Harga Pepsodent Pencegah Gigi Berlubang sesuai dengan kualitas yang dihasilkan					

PRODUK PEPSODENT HERBAL

1. Merek Induk (*Parent Brand*)

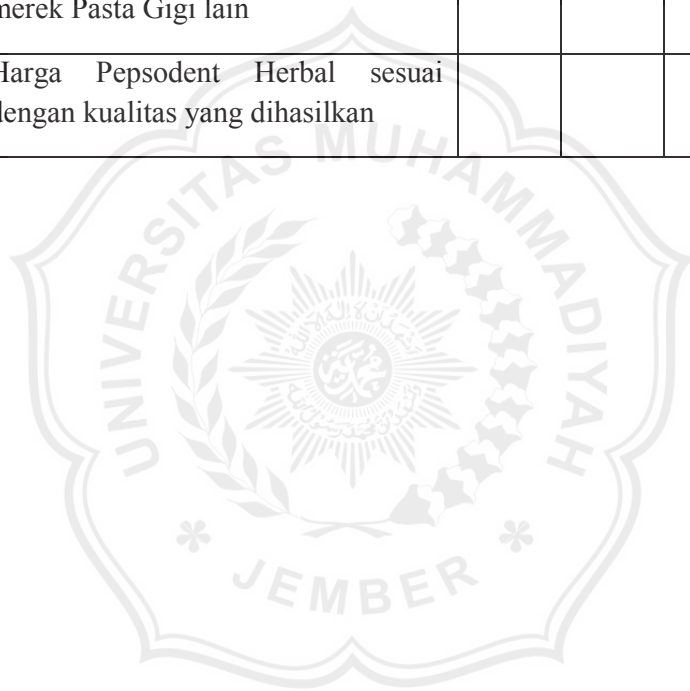
No.	Pertanyaan/Pernyataan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pepsodent Herbal yang muncul dalam benak saya					
2	Pepsodent Herbal adalah produk merek yang sudah terkenal dikalangan masyarakat					
3	Tidak akan terpengaruh dengan Pasta Gigi merek lain					

2. Perluasan merek (*Brand extension*)

No	Pertanyaan/Pernyataan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pepsodent Herbal , Pasta Gigi yang berkualitas					
2	Pepsodent Herbal adalah Pasta Gigi yang paling nyaman di gunakan dikalangan masyarakat					
3	Sudah menjadi rutinitas dalam menggunakan Pepsodent Herbal					
4	Sudah merasa puas dengan Pepsodent Herbal					

3. Persepsi Konsumen

No.	Pertanyaan/Pernyataan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pepsodent Herbal memberikan hasil yang maksimal dibanding dengan merek Pasta Gigi lain					
2	Harga Pepsodent Herbal sesuai dengan kualitas yang dihasilkan					



Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner Pepesodent *White* Pencegah Gigi Berlubang

MEREK INDUK (PARENT BRAND)				PERLUASAN MEREK (BRAND EXTENSION)					PERSEPSI KONSUMEN		
X1. 1	X1. 2	X1. 3	X 1	X1. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2	Y3. 1	Y3. 2	Y 3
3	4	5	12	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	8
3	4	4	11	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	8
3	4	2	9	5	5	5	3	18	5	3	8
2	4	3	9	5	4	4	5	18	4	5	9
2	5	5	12	2	2	3	5	12	4	3	7
1	3	5	8	4	3	5	3	15	5	4	9
4	5	1	10	1	5	4	5	15	4	5	9
3	5	4	12	5	4	3	5	17	3	5	8
5	4	5	14	1	3	5	4	13	2	5	7
2	3	5	10	5	2	4	2	13	5	4	9
2	3	5	10	5	2	4	5	17	4	5	9
5	4	1	10	5	3	4	5	17	5	5	10
4	5	3	12	4	3	4	5	16	5	4	9
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	3	12	4	5	5	4	18	4	4	8
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	3	12	4	5	5	4	18	4	4	8
4	5	4	13	4	5	5	4	18	4	4	8
4	5	4	13	4	5	5	4	18	5	4	9
4	5	4	13	4	5	5	4	18	5	4	9
4	5	4	13	4	5	4	4	17	5	4	9
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	4	4	12	4	5	4	3	16	3	4	7

4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	5	5	4	4	18	5	4	9
4	5	4	13	4	5	4	4	14	3	4	7
3	4	3	10	4	5	4	3	16	3	4	7
1	5	4	10	1	5	5	2	13	4	5	9
4	5	3	12	3	5	5	4	14	5	5	5
3	4	5	12	4	4	5	3	16	4	4	8
4	2	3	9	3	3	5	4	15	4	4	8
4	3	4	11	3	2	4	2	11	4	3	7
4	4	4	12	3	4	4	3	16	4	4	8
4	2	3	9	2	3	3	4	12	3	4	7
3	4	3	10	4	3	4	1	12	5	4	9
1	3	2	6	3	2	2	5	12	2	3	5
2	3	2	7	4	1	3	2	10	1	2	3
5	4	3	12	4	2	5	5	16	3	4	7
5	4	2	11	2	4	3	2	11	2	3	5
4	3	1	8	4	2	3	2	11	4	2	6
3	4	2	9	3	4	3	1	11	2	3	5
1	3	5	9	2	3	1	2	8	5	3	8
4	4	3	11	4	3	3	2	12	2	4	6
4	3	4	11	4	4	3	4	15	4	4	8
4	3	2	9	4	4	3	4	15	4	4	8
4	3	4	11	3	4	4	4	15	4	3	7
4	5	4	13	5	4	3	4	16	4	5	9
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	4	4	3	4	15	4	4	8
4	5	4	13	5	4	4	4	17	4	4	8
3	4	4	11	5	5	4	4	18	4	4	8
3	4	4	11	5	4	4	4	17	4	4	8
4	4	4	12	4	4	4	4	16	2	2	4
4	4	3	11	4	3	2	3	12	4	2	6
2	3	3	8	2	5	3	4	14	2	2	4

2	2	3	7	2	4	2	3	11	2	3	5
4	4	2	10	4	4	3	2	13	4	4	8
2	4	2	8	2	3	4	2	11	2	2	4
4	4	4	12	4	3	2	4	13	4	5	9
2	3	2	7	2	3	2	4	11	2	1	3
2	3	2	7	2	3	2	4	11	3	2	5
4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	3	7
3	2	4	9	3	2	4	2	11	3	2	5
4	3	4	11	4	4	4	4	16	5	5	10
2	4	4	10	4	3	4	4	15	3	4	7
3	2	4	9	3	2	2	4	11	2	3	5
4	3	4	11	2	3	4	4	13	4	4	8
2	3	4	9	4	3	4	3	14	2	3	5
3	4	3	10	2	4	4	4	14	4	4	8
4	3	4	11	2	3	4	4	13	3	4	7
2	3	2	7	4	3	4	4	15	4	4	8
2	2	3	7	2	4	2	3	11	2	4	6
4	4	4	12	2	3	4	5	14	2	2	4
2	4	3	9	4	2	4	2	12	2	4	6
4	4	3	11	2	3	4	4	13	4	5	9
2	3	2	7	2	3	4	4	13	2	2	4
4	4	3	11	2	3	2	4	11	2	2	4
2	2	3	7	2	4	2	2	10	2	5	7
3	2	4	9	2	4	4	4	14	2	5	7
2	3	4	9	2	4	2	4	12	2	2	4
4	3	4	11	2	4	2	4	12	2	4	6
4	5	4	13	3	4	3	4	14	4	4	8
3	4	3	10	4	2	3	4	13	3	4	7
4	4	4	12	4	4	4	3	15	2	4	6
4	5	4	13	4	5	5	5	19	4	4	8
4	5	4	13	4	5	4	4	17	5	5	10
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8

Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Pepsodent Herbal

MEREK INDUK (PARENT BRAND)				PERLUASAN MEREK (BRAND EXTENSION)					PERSEPSI KONSUMEN		
X1. 1	X1. 2	X1. 3	X 1	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X 2	Y3. 1	Y3. 2	Y 3
3	4	4	11	4	4	4	4	16	4	4	8
4	5	4	13	5	4	4	4	17	4	4	8
3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	4	8
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	8
2	3	4	9	1	2	4	5	12	4	5	9
2	4	5	11	4	5	4	3	16	4	5	9
4	3	5	13	5	4	4	3	16	5	4	9
5	4	5	14	5	4	4	5	18	5	4	9
5	5	4	14	3	4	5	4	16	1	5	6
3	2	5	10	5	3	5	4	17	4	5	9
2	4	5	11	5	4	2	5	16	5	4	9
2	4	3	9	5	4	1	5	15	5	4	9
4	4	3	11	4	4	5	5	18	5	5	10
1	4	5	10	5	4	4	5	18	1	5	6
4	5	2	11	5	4	4	5	18	4	5	9
4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	8
4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	8
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	8
4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	8
4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	8
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	3	7
4	5	4	13	4	5	4	2	15	4	2	6
4	3	4	11	4	5	5	4	18	3	2	5
4	3	4	11	4	3	5	4	16	4	4	8

4	5	4	13	4	2	5	4	15	4	1	5
3	5	4	12	4	5	4	2	15	3	3	6
1	5	3	9	5	5	4	3	17	5	5	10
1	5	4	10	3	5	5	4	17	5	5	10
4	3	4	11	3	4	3	2	12	3	4	7
5	4	3	12	4	3	4	5	16	4	3	7
3	3	3	9	4	3	2	2	11	3	4	7
4	3	4	11	2	3	4	3	12	4	3	7
5	4	4	13	4	4	4	4	16	3	3	6
4	2	3	9	3	4	4	4	15	5	4	9
3	4	5	12	4	3	2	5	14	3	5	8
2	3	3	8	3	2	2	4	11	3	4	7
4	4	5	13	4	3	4	3	14	2	3	5
3	4	4	11	4	4	3	5	16	3	3	6
2	4	4	10	3	3	3	2	11	2	4	6
5	4	5	14	2	3	4	4	13	3	4	7
4	5	3	12	4	4	3	1	13	5	3	8
5	4	3	12	4	3	2	4	13	4	2	6
2	4	2	8	5	2	3	2	12	2	4	6
4	5	3	12	4	4	2	4	14	4	4	8
4	4	4	12	4	3	4	5	16	4	5	9
4	3	3	10	4	4	3	3	14	4	5	9
4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	5	9
4	4	3	11	5	4	4	4	17	4	5	9
4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	4	8
5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	8
4	5	4	13	5	5	4	4	18	4	4	8
4	4	4	12	5	4	4	4	17	4	4	8
5	4	2	11	4	4	5	4	17	2	2	4
4	3	2	9	2	4	2	2	10	2	3	5
5	5	4	14	3	2	4	2	11	2	3	5
2	3	2	7	5	3	3	4	15	2	3	5
4	4	4	12	4	3	4	5	16	4	4	8

2	4	3	9	2	3	4	5	14	2	3	5
4	4	4	12	2	3	4	5	14	1	2	3
4	3	4	11	2	3	5	5	15	3	4	7
3	5	3	11	4	5	4	5	18	5	5	10
4	3	4	11	4	3	4	4	15	3	3	6
5	4	3	12	5	4	3	5	17	4	4	8
3	2	3	8	4	4	3	4	15	4	4	8
3	4	3	10	2	4	2	4	12	3	2	5
4	5	5	14	3	5	3	5	16	4	5	9
4	3	2	9	4	4	3	2	13	2	2	4
4	3	5	12	3	3	5	5	16	3	5	8
2	2	2	6	3	5	5	5	18	4	3	7
4	3	4	11	4	4	3	2	13	2	4	6
4	3	2	9	4	4	3	4	15	4	4	8
4	5	4	13	5	3	4	4	16	5	5	10
4	4	4	12	3	3	4	4	14	3	4	7
4	3	4	11	2	4	4	4	14	2	4	6
4	4	4	12	3	1	3	5	12	1	2	3
4	4	3	11	4	5	5	5	19	4	4	8
4	3	2	9	4	3	4	3	14	4	3	7
4	2	2	8	5	5	2	2	14	2	3	5
4	4	2	10	4	2	4	2	12	3	3	6
1	2	4	7	4	4	3	4	15	4	4	8
4	3	4	11	2	2	3	4	11	2	2	4
4	3	2	9	2	2	4	3	11	2	2	4
4	3	5	12	4	5	3	4	16	4	4	8
2	4	3	9	5	4	3	3	15	3	4	7
4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	8
4	5	4	13	4	5	5	4	18	4	4	8
4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	8

Lampiran 4. Hasil Pengujian Produk Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal

➤ **Analisis Deskriptif**

1. Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang

x1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	18	20,0	20,0	24,4
	N	15	16,7	16,7	41,1
	S	49	54,4	54,4	95,6
	SS	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,9	8,9	8,9
	N	23	25,6	25,6	34,4
	S	31	34,4	34,4	68,9
	SS	28	31,1	31,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,3	3,3	3,3
	TS	12	13,3	13,3	16,7
	N	21	23,3	23,3	40,0
	S	46	51,1	51,1	91,1
	SS	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,3	3,3	3,3
	TS	21	23,3	23,3	26,7
	N	10	11,1	11,1	37,8
	S	45	50,0	50,0	87,8
	SS	11	12,2	12,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	11	12,2	12,2	13,3
	N	23	25,6	25,6	38,9
	S	28	31,1	31,1	70,0
	SS	27	30,0	30,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	12	13,3	13,3	14,4
	N	16	17,8	17,8	32,2
	S	47	52,2	52,2	84,4
	SS	14	15,6	15,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,2	2,2	3,3
	TS	13	14,4	14,4	16,7
	N	11	12,2	12,2	37,8
	S	53	58,8	58,8	86,6
	SS	11	12,2	12,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	22	24,4	24,4	25,6
	N	11	12,2	12,2	37,8
	S	42	46,7	46,7	84,4
	SS	14	15,6	15,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	12	13,3	13,3	14,4
	N	12	13,3	13,3	27,8
	S	50	55,6	55,6	83,3
	SS	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

2. Pepsodent Herbal

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	11	12,2	12,2	16,7
	N	10	11,1	11,1	27,8
	S	55	61,1	61,1	88,9
	SS	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,7	6,7	6,7
	N	22	24,4	24,4	31,1
	S	38	42,2	42,2	73,3
	SS	24	26,7	26,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	12	13,3	13,3	13,3
	N	19	21,1	21,1	34,4
	S	47	52,2	52,2	86,7
	SS	12	13,3	13,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	10	11,1	11,1	12,2
	N	13	14,4	14,4	26,7
	S	48	53,3	53,3	80,0
	SS	18	20,0	20,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	8	8,9	8,9	10,0
	N	21	23,3	23,3	33,3
	S	38	42,2	42,2	75,6
	SS	22	24,4	24,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	9	10,0	10,0	11,1
	N	18	20,0	20,0	31,1
	S	49	54,4	54,4	85,6
	SS	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	12	13,3	13,3	14,4
	N	9	10,0	10,0	24,4
	S	45	50,0	50,0	74,4
	SS	23	25,6	25,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	14	15,6	15,6	20,0
	N	16	17,8	17,8	37,8
	S	45	50,0	50,0	87,8
	SS	11	12,2	12,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	10	11,1	11,1	12,2
	N	17	18,9	18,9	31,1
	S	44	48,9	48,9	80,0
	SS	18	20,0	20,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2	Pearson Correlation	,385**	,581**	,275**	,606**	,640**	,632**	,668**	,541**	1	,539**	,456**	,598**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,009	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Y.1	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,246*	,426**	,228*	,432**	,455**	,320**	,417**	0,171	,539**	1	,445**	,829**
Y.2	Sig. (2-tailed)	0,020	0,000	0,031	0,000	0,000	0,002	0,000	0,108	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y	Pearson Correlation	,257*	,315**	,262*	,406**	,263*	,326**	,364**	,233*	,456**	,445**	1	,788**
	Sig. (2-tailed)	0,015	0,003	0,012	0,000	0,012	0,002	0,000	0,027	0,000	0,000	0,000	0,000
Y	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,275**	,403**	,306**	,474**	,445**	,342**	,417**	,224*	,598**	,829**	,788**	1
Y	Sig. (2-tailed)	0,009	0,000	0,003	0,000	0,000	0,001	0,000	0,034	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Pepsodent Herbal

Correlations												
	x1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	Y.1	Y.2	Y
x1.1	Pearson Correlation	1	0,145	0,043	,650**	-	,209*	-	0,049	-	-	-
	Sig. (2-tailed)		0,173	0,690	0,000	0,047	0,033	0,010	0,649	0,022	,245*	0,153
X1.2	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	0,145	1	0,198	,664**	,228*	0,162	0,085	,307**	0,196	0,103	0,182
X1.3	Sig. (2-tailed)	0,173		0,062	0,000	0,051	0,128	0,428	0,003	0,064	0,336	0,086
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1	Pearson Correlation	0,043	0,198	1	,622**	-	,220*	,253*	,234*	0,117	,292**	,240*
	Sig. (2-tailed)	0,690	0,062		0,000	0,390	0,037	0,016	0,027	0,272	0,005	0,023
X1	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,650**	,664**	,622**	1	0,069	,306**	0,155	,296**	0,151	0,060	0,129

X2	Pearson Correlation	0,049	,307**	,234*	,296**	,541**	,650**	,537**	,539**	1	,495**	,384**	,531**
	Sig. (2-tailed)	0,649	0,003	0,027	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y.1	Pearson Correlation	-0,022	0,196	0,117	0,151	,361**	,409**	0,111	,213*	,495**	1	,390**	,852**
	Sig. (2-tailed)	0,838	0,064	0,272	0,155	0,000	0,000	0,299	0,044	0,000		0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y.2	Pearson Correlation	-0,245*	0,103	,292**	0,060	,240*	,272**	0,104	,252*	,384**	,390**	1	,815**
	Sig. (2-tailed)	0,020	0,336	0,005	0,576	0,023	0,010	0,329	0,017	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y	Pearson Correlation	-0,153	0,182	,240*	0,129	,364**	,412**	0,129	,277**	,531**	,852**	,815**	1
	Sig. (2-tailed)	0,149	0,086	0,023	0,225	0,000	0,000	0,226	0,008	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

1. Uji Reliabilitas

1. Pepsodent White Pencegah Gigi Berlubang

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
,600	3	

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	21,69	14,374	,616	,711
X2	17,89	9,943	,701	,638
Y	25,20	16,409	,605	,741

2. Pepsodent Herbal

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	56,0444	52,762	,476	0,8101
X2	52,0444	43,032	,750	0,6988
Y	59,9667	51,156	,609	0,7753

3. Uji Normalitas

1. Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,59250959
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,051
	Negative	-,089
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,075 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Pepsodent Herbal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		X1	X2	Y
N		90	90	90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	11,18	3,86	7,26
	Std. Deviation	1,784	0,989	1,653
Most Extreme Differences	Absolute	0,171	0,314	0,229
	Positive	0,100	0,186	0,115
	Negative	-0,171	-0,314	-0,229

Test Statistic	0,171	0,314	0,229
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Lampiran 5. Hasil Uji Independent T-Test antara Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal.

1. Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang

One-Sample Test							
Test Value = 0							
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
					Lower	Upper	
X1	51,268	89	0,000	10,700	10,29	11,11	
X2	36,326	89	0,000	3,644	3,45	3,84	
Y	40,387	89	0,000	7,189	6,84	7,54	

2. Pepsodent Herbal

One-Sample Test							
Test Value = 0							
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
					Lower	Upper	
X1	59,451	89	0,000	11,178	10,80	11,55	
X2	36,969	89	0,000	3,856	3,65	4,06	
Y	41,646	89	0,000	7,256	6,91	7,60	


Lampiran 6. R-Table Uji Validitas dan T-Table Uji Independent T-Test

1. R-Table Uji Validitas

df = (n-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10 ↓	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

88	0.1745	0.2072		0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375


2. T-Table Uji Independet T-Test


Df = (n-2)	t_{0.10}	t_{0.05}	t_{0.025}	t_{0.01}	t_{0.005}
1	3.078	6.314	1.271	3.182	6.366
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.553	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.335
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10 	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642

88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640



Lampiran 7. Surat Izin Penelitian

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dan IAIN Jember
Jl. KH. Shiddiq Kel. Jember Kidul Kec. Kaliwates
Kabupaten Jember 66132
Telp. (0341) 831000 Fax. (0341) 831001
Email: info@umjember.ac.id



Nomor : 1/18/AU/ET/1/2019
Lampiran : Ijin Penelitian
Perihal : Yth. Bpk/Ibu Pimpinan Giant Ekspres Jember
Kepada : Di Tempat

Revisi : 17
16 : 04 Oktober 2019 SM

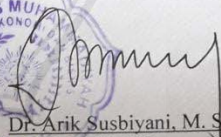
Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka penyelesaian tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, maka dengan ini Pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu agar mahasiswa tersebut dibawah ini diberikan ijin untuk melaksanakan penelitian pada,

Instansi Tujuan : **Giant Ekspres Jember**
Nama Mahasiswa : Amalia Eva Nurhadi
Nim : 1610411130
Jurusan / Prodi : Manajemen
Alamat : Jl. KH, Shiddiq Kel. Jember Kidul Kec. Kaliwates
Kabupaten Jember
Judul Penelitian : Perbandingan Persepsi Konsumen Terhadap Parent Brand Dan Brand Extention Giant Ekspres Jember

Demikian atas bantuan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

Wasalammu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani, M. Si
NPK. 01 09 289

Lampiran 8. Dokumentasi







UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI - PROGRAM STUDY MANAJEMEN

Jl. Karimata No. 49 – Jember
Telp. (0331) 336728, FAX (0331) 337958
Website : www.manajemen.unmuhjember.ac.id

FORMULIR REVISI UJIAN SKRIPSI DAN KOMPREHENSIF

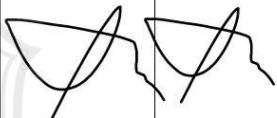


No. Dok : FM-00401 20003-08.

Judul : Perbandingan Persepsi Konsumen Terhadap Parent Brand dan Brand Extension (Studi kasus pada segmentasi konsumen yang berbelanja di Giant Ekspres Jember).....

Peneliti : Amalia Eva Nurhadi

HARI/TGL: 17 Juni 2020

N I M : 1610411130.....

No.	Penguji	Hal	Bagian yang direvisi (jika ada)	Tanda tangan awal	Tanda tangan akhir
1.	Ketua Penguji Drs. Akhmad Suharto, MP		latar belakang hrs sinkron dg judul dan tujuan analisis data dan indikator hrs menggunakan rata2		
2.	Anggota (Pembimbing 1) Dr. Toni Herlambang, MM Bayu Wijayantini, SE., MM		Latar Belakang - dasar emlihan Giant Metode pemilihan sampel Pembahasan lebih dipekaya dg kondisi real di lokasi, dan komparasi dengan empirisnya		
3.	Anggota (Pembimbing 2) Ira Puspitadewi S, SE, MM		Latar belakang: keputusan pemilihan produk yg diteliti yaitu Pepsodent, berdasarkan apa?	