

Lampiran 2. Skor Kuesioner

**Saya pernah melihat atau mendengar tentang resto dimsum
"Taigersprung".**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	8	8.0	8.0	11.0
	Setuju	47	47.0	47.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya Mengenali Koh Tiger sebagai Maskot Tiger Sprung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	7.0
	Netral	11	11.0	11.0	18.0
	Setuju	42	42.0	42.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya mengenali logo dan nama "Taigersprung" ketika melihatnya di
media sosial.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	8.0
	Netral	14	14.0	14.0	22.0
	Setuju	42	42.0	42.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya mudah mengingat warna atau colour pallete pink, hitam, dan hijau khas dari merek “Taigersprung”.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	8.0
	Netral	7	7.0	7.0	15.0
	Setuju	52	52.0	52.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ketika memikirkan "restoran dimsum" di Yogyakarta, “Taigersprung” termasuk yang pertama muncul dalam pikiran saya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	7.0
	Netral	14	14.0	14.0	21.0
	Setuju	46	46.0	46.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya akan mengingat nama “Taigersprung” jika melihat sesuatu yang identik seperti gaya desain chinese food di media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
	Netral	12	12.0	12.0	18.0
	Setuju	42	42.0	42.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya dapat mengingat merek “Taigersprung” meskipun tidak sedang melihat promosi atau iklannya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	7.0
	Netral	11	11.0	11.0	18.0
	Setuju	44	44.0	44.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tigersprung adalah “resto dimsum” pertama yang saya ingat ketika ingin membeli makanan jenis dimsum.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Netral	7	7.0	7.0	12.0
	Setuju	52	52.0	52.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Taigersprung adalah restoran dimsum pertama yang saya ingat jika ada yang meminta rekomendasi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	9.0
	Netral	13	13.0	13.0	22.0
	Setuju	41	41.0	41.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Branding seperti menu yang ditampilkan pada sosial media, menjadi yang pertama saya pikirkan jika menginginkan dimsum.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	7.0
	Netral	12	12.0	12.0	19.0
	Setuju	40	40.0	40.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya mudah mengenali jika Taigersprung membuat sebuah konten promosi media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	8.0
	Netral	12	12.0	12.0	20.0
	Setuju	39	39.0	39.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa sudah cukup mengenal karakter dan gaya komunikasi merek Taigersprung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
	Netral	11	11.0	11.0	17.0
	Setuju	52	52.0	52.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya sering melihat konten yang dibuat oleh Taigersprung di media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	5.0
	Netral	13	13.0	13.0	18.0
	Setuju	44	44.0	44.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya mudah mengenali gaya foto produk dari Tiger Sprung jika melihatnya di sosial media.

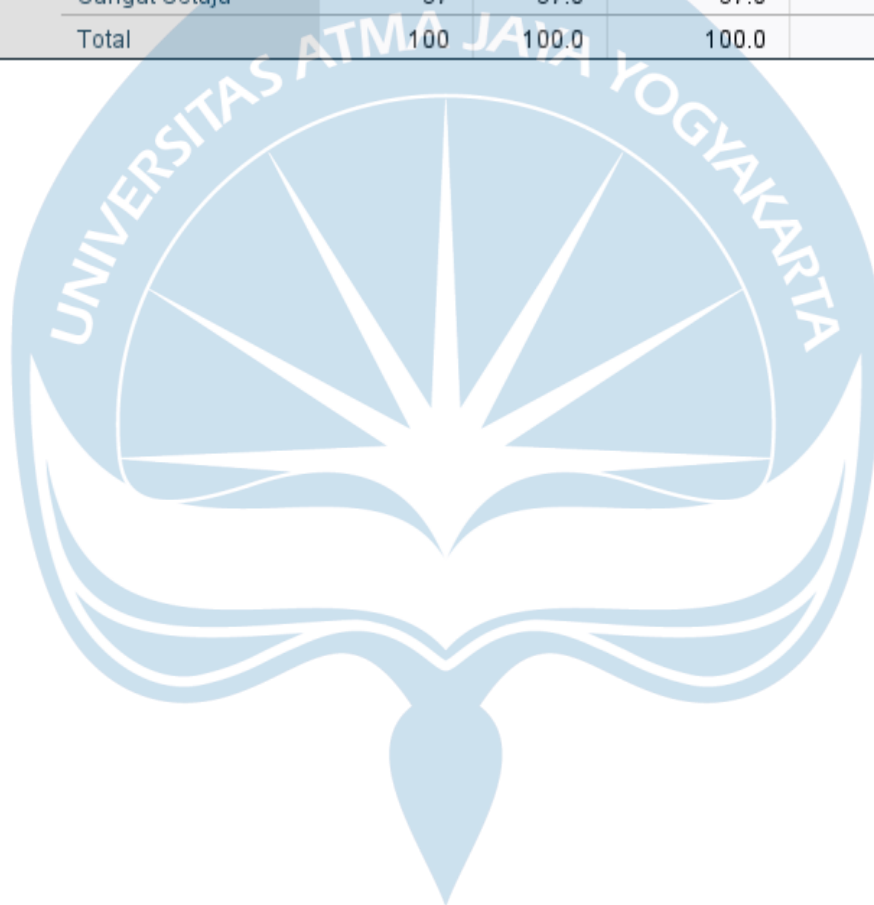
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	7.0
	Netral	7	7.0	7.0	14.0
	Setuju	40	40.0	40.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya pernah membeli atau mencoba produk dari Taigersprung setelah melihat promosi di media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Netral	17	17.0	17.0	23.0
	Setuju	44	44.0	44.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya lebih tertarik mencoba Taigersprung dibanding “resto dimsum” lain karena sudah mengenal merek ini.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	4.0
	Netral	18	18.0	18.0	22.0
	Setuju	41	41.0	41.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 61. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Correlations																			
		Saya pernah melihat atau mendengar tentang resto dimsum "Taigersprung"	Saya mengalami kohn Tiger sebagai Maskot Tiger Sprung	Saya mengalami logo dan nama "Taigersprung" jika melihatnya di media sosial	Saya mudah mengingat warna atau color palette pink, hitam, dan hijau dari merek "Taigersprung"	Kedua makanan "restoran dimsum" di Yogyakarta, "Taigersprung" termasuk yang pertama muncul dalam pikiran saya	Saya akan mengingat nama "Taigersprung" jika melihat sesuatu yang identik seperti gula-dekadan chesnee food di media sosial	Saya dapat mengingat merek "Taigersprung" meskipun tidak sedang melihat promosi atau iklan	Tigersprung adalah restoran pertama yang saya ingat jika ada yang meminta rekomendasi	Taigersprung adalah restoran pertama yang saya ingat jika ada yang meminta rekomendasi	Branding seperti menu yang ditampilkan pada media sosial	Saya mudah mengenali jika Taigersprung membuat sebuah konten promosi media sosial	Saya merasa sudah cukup mengenali karakter dan gaya komunikasi merek Taigersprung	Saya sering melihat konten yang dibuat oleh Taigersprung di media sosial	Saya mudah mengenali gambar produk dari Tiger Sprung jika melihatnya di media sosial	Saya pernah membeli atau mencoba produk dari Taigersprung sebelum melihat promosi di media sosial	Saya lebih tertarik mencoba Taigersprung dibanding resto dimsum lain karena sudah mengenal merek ini	TOTAL	
Saya pernah melihat atau mendengar tentang resto dimsum "Taigersprung"	Pearson Correlation	1	301 ^{**}	456 ^{**}	268 ^{**}	401 ^{**}	342 ^{**}	312 ^{**}	133	248 ^{**}	255 ^{**}	322 ^{**}	317 ^{**}	290 ^{**}	154	278 ^{**}	265 ^{**}	431 ^{**}	
Sig. (2-tailed)			.002	<.001	.007	<.001	<.001	.002	.187	.013	.011	.001	.001	.003	.125	.005	.008	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya mengalami kohn Tiger sebagai Maskot Tiger Sprung	Pearson Correlation	301 ^{**}	1	625 ^{**}	467 ^{**}	567 ^{**}	678 ^{**}	537 ^{**}	463 ^{**}	667 ^{**}	850 ^{**}	581 ^{**}	504 ^{**}	524 ^{**}	546 ^{**}	586 ^{**}	486 ^{**}	776 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.002		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya mengalami logo dan nama "Taigersprung" jika melihatnya di media sosial	Pearson Correlation	456 ^{**}	625 ^{**}	1	644 ^{**}	616 ^{**}	631 ^{**}	537 ^{**}	561 ^{**}	622 ^{**}	812 ^{**}	730 ^{**}	597 ^{**}	586 ^{**}	674 ^{**}	593 ^{**}	836 ^{**}	836 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya mudah mengingat warna atau color palette pink, hitam, dan hijau dari merek "Taigersprung"	Pearson Correlation	268 ^{**}	467 ^{**}	644 ^{**}	1	493 ^{**}	524 ^{**}	569 ^{**}	635 ^{**}	598 ^{**}	625 ^{**}	658 ^{**}	437 ^{**}	541 ^{**}	489 ^{**}	494 ^{**}	760 ^{**}	760 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.007	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Kedua makanan "restoran dimsum" di Yogyakarta, "Taigersprung" termasuk yang pertama muncul dalam pikiran saya	Pearson Correlation	401 ^{**}	567 ^{**}	616 ^{**}	493 ^{**}	1	504 ^{**}	491 ^{**}	496 ^{**}	653 ^{**}	853 ^{**}	631 ^{**}	597 ^{**}	621 ^{**}	527 ^{**}	549 ^{**}	866 ^{**}	784 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya akan mengingat nama "Taigersprung" jika melihat sesuatu yang identik seperti gula-dekadan chesnee food di media sosial	Pearson Correlation	342 ^{**}	678 ^{**}	631 ^{**}	524 ^{**}	504 ^{**}	1	599 ^{**}	494 ^{**}	716 ^{**}	845 ^{**}	645 ^{**}	529 ^{**}	526 ^{**}	673 ^{**}	572 ^{**}	869 ^{**}	807 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya dapat mengingat merek "Taigersprung" meskipun tidak sedang melihat promosi atau iklan	Pearson Correlation	312 ^{**}	537 ^{**}	537 ^{**}	569 ^{**}	491 ^{**}	599 ^{**}	1	430 ^{**}	507 ^{**}	476 ^{**}	544 ^{**}	542 ^{**}	419 ^{**}	518 ^{**}	572 ^{**}	594 ^{**}	724 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Tigersprung adalah "resto dimsum" pertama yang saya ingat ketika ingin membeli makanan resto dimsum	Pearson Correlation	133	463 ^{**}	561 ^{**}	635 ^{**}	486 ^{**}	494 ^{**}	496 ^{**}	1	577 ^{**}	564 ^{**}	597 ^{**}	523 ^{**}	508 ^{**}	564 ^{**}	492 ^{**}	575 ^{**}	728 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.187	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Taigersprung adalah restoran pertama yang saya ingat jika ada yang meminta rekomendasi	Pearson Correlation	248 ^{**}	667 ^{**}	622 ^{**}	586 ^{**}	653 ^{**}	718 ^{**}	507 ^{**}	577 ^{**}	1	724 ^{**}	710 ^{**}	596 ^{**}	572 ^{**}	665 ^{**}	562 ^{**}	555 ^{**}	837 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.013	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Branding seperti menu yang ditampilkan pada media sosial, mengadopsi warna, mengadopsi karakter, dan gaya komunikasi merek Taigersprung	Pearson Correlation	255 ^{**}	650 ^{**}	612 ^{**}	625 ^{**}	653 ^{**}	645 ^{**}	476 ^{**}	564 ^{**}	724 ^{**}	1	836 ^{**}	543 ^{**}	486 ^{**}	601 ^{**}	491 ^{**}	557 ^{**}	802 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.011	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya mudah mengenali jika Taigersprung membuat sebuah konten promosi media sosial	Pearson Correlation	322 ^{**}	581 ^{**}	730 ^{**}	622 ^{**}	631 ^{**}	645 ^{**}	544 ^{**}	597 ^{**}	710 ^{**}	836 ^{**}	1	610 ^{**}	416 ^{**}	583 ^{**}	622 ^{**}	559 ^{**}	826 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya merasa sudah cukup mengenali karakter dan gaya komunikasi merek Taigersprung	Pearson Correlation	317 ^{**}	504 ^{**}	522 ^{**}	658 ^{**}	597 ^{**}	529 ^{**}	542 ^{**}	523 ^{**}	596 ^{**}	543 ^{**}	610 ^{**}	1	341 ^{**}	550 ^{**}	477 ^{**}	507 ^{**}	735 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya sering melihat konten yang dibuat oleh Taigersprung di media sosial	Pearson Correlation	290 ^{**}	524 ^{**}	597 ^{**}	437 ^{**}	421 ^{**}	526 ^{**}	419 ^{**}	506 ^{**}	572 ^{**}	486 ^{**}	416 ^{**}	341 ^{**}	1	494 ^{**}	559 ^{**}	509 ^{**}	675 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya mudah mengenali gambar produk dari Tiger Sprung jika melihatnya di media sosial	Pearson Correlation	154	546 ^{**}	586 ^{**}	541 ^{**}	527 ^{**}	673 ^{**}	518 ^{**}	564 ^{**}	665 ^{**}	801 ^{**}	583 ^{**}	550 ^{**}	494 ^{**}	1	523 ^{**}	527 ^{**}	760 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.125	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya pernah membeli atau mencoba produk dari Taigersprung sebelum melihat promosi di media sosial	Pearson Correlation	278 ^{**}	586 ^{**}	674 ^{**}	489 ^{**}	549 ^{**}	572 ^{**}	572 ^{**}	492 ^{**}	562 ^{**}	491 ^{**}	622 ^{**}	477 ^{**}	559 ^{**}	523 ^{**}	1	562 ^{**}	752 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.005	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Saya lebih tertarik mencoba Taigersprung dibanding resto dimsum lain karena sudah mengenal merek ini	Pearson Correlation	265 ^{**}	486 ^{**}	593 ^{**}	494 ^{**}	566 ^{**}	569 ^{**}	584 ^{**}	575 ^{**}	555 ^{**}	557 ^{**}	556 ^{**}	507 ^{**}	509 ^{**}	527 ^{**}	562 ^{**}	1	742 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.008	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
TOTAL	Pearson Correlation	431 ^{**}	770 ^{**}	838 ^{**}	760 ^{**}	784 ^{**}	807 ^{**}	724 ^{**}	728 ^{**}	837 ^{**}	802 ^{**}	826 ^{**}	736 ^{**}	676 ^{**}	760 ^{**}	752 ^{**}	742 ^{**}	1	
Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	16

Lampiran 62. Skor Dimensi Varibel

Brand recognition

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	15	15.0	15.0	15.0
	Sedang	62	62.0	62.0	77.0
	Tinggi	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Brand Recall

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	14	14.0	14.0	14.0
	Sedang	79	79.0	79.0	93.0
	Tinggi	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Top Of Mind

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	11	11.0	11.0	11.0
	Sedang	79	79.0	79.0	90.0
	Tinggi	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Brand Famillarity

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	13	13.0	13.0	13.0
	Sedang	84	84.0	84.0	97.0
	Tinggi	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Purchase Considaration

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	18	18.0	18.0	18.0
	Sedang	68	68.0	68.0	86.0
	Tinggi	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

