

DATA IDENTITAS

	Nama	JK	Usia	Fakultas	Pelanggan	Restoran	Orang	Alasan
res_01	MC	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_02	J	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_03	WL	P	19	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_04	WB	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Tempatnya nyaman untuk kumpul-kumpul
res_05	C	P	20	Psikologi	Ya	Tidak	Tidak	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_06	PC	P	18	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_07	BN	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Mudah didapat
res_08	N	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_09	KL	P	19	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Pelayannya cantik-cantik
res_10	GO	L	19	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Tempatnya nyaman untuk kumpul-kumpul

res_11	F	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_12	NDJ	L	20	Kedokteran	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_13	HD	L	19	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Mudah didapat
res_14	M	P	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_15	NP	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Tidak	Harganya murah
res_16	P	P	20	Sastra	Ya	Ya	Ya	Ramah-ramah pelayannya
res_17	MO	L	20	Sastra	Ya	Tidak	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_18	ER	L	19	Sastra	Ya	Tidak	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_19	UJ	L	19	Sastra	Ya	Tidak	Ya	Ramah-ramah pelayannya
res_20	Y	L	18	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Pelayannya cantik-cantik
res_21	N	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Mudah didapat
res_22	VNA	L	19	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Tempatnya nyaman untuk kumpul-kumpul

res_23	N	L	20	Sastra	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_24	D	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_25	BT	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Bisa deliveri service
res_26	JU	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_27	D	L	18	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_28	BTM	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_29	EST	P	20	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Harganya murah
res_30	G	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_31	HR	P	21	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Bisa deliveri service
res_32	IT	P	20	Sastra	Ya	Tidak	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_33	J	L	20	Ekonomi	Ya	Ya	Ya	Bisa deliveri service
res_34	RS	P	18	Sastra	Ya	Ya	Ya	Bisa deliveri service
res_35	ASJ	P	20	Teknik	Ya	Ya	Tidak	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_36	MAR	L	21	Teknik	Ya	Ya	Ya	Lebih enak

								dari Pizza yang lain
res_37	F	L	19	Ekonomi	Ya	Ya	Ya	Ramah-ramah pelayannya
res_38	H	L	21	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_39	O	L	20	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Ramah-ramah pelayannya
res_40	E	L	20	Ekonomi	Ya	Ya	Ya	Ramah-ramah pelayannya
res_41	Y	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Bisa deliveri service
res_42	AI	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Tidak	Bisa deliveri service
res_43	BLI	L	21	Teknik	Ya	Tidak	Tidak	Harganya murah
res_44	J	L	20	Teknik	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_45	W	L	20	Sastra	Ya	Ya	Ya	Harganya murah
res_46	ST	L	19	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Harganya murah
res_47	AM	L	19	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Harganya murah
res_48	CFH	L	20	Ekonomi	Ya	Ya	Ya	Bisa deliveri service
res_49	M	L	18	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Sudah biasa makan

								Pizza Hut
res_50	BLI	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Tidak	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_51	NT	L	21	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_52	LM	P	20	Psikologi	Ya	Tidak	Tidak	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_53	TM	L	18	Teknik	Ya	Tidak	Tidak	Ramah-ramah pelayannya
res_54	MR	L	20	Teknik	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_55	B	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Ramah-ramah pelayannya
res_56	J	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_57	STS	L	20	Sastra	Ya	Tidak	Tidak	Harganya murah
res_58	E	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Tidak	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_59	G	P	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Tidak	Ramah-ramah pelayannya
res_60	F	L	19	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Pelayannya cantik-cantik
res_61	M	P	20	Sastra	Ya	Tidak	Tidak	Harganya murah

res_62	Y	L	21	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Pelayannya cantik-cantik
res_63	IT	P	20	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_64	O	L	20	Teknik	Ya	Ya	Tidak	Pelayannya cantik-cantik
res_65	T	P	20	Teknik	Ya	Ya	Tidak	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_66	IN	L	18	Ekonomi	Ya	Ya	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_67	GB	P	19	Ekonomi	Ya	Tidak	Tidak	Harganya murah
res_68	B	L	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Pelayannya cantik-cantik
res_69	P	P	20	Psikologi	Ya	Tidak	Tidak	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_70	N	L	20	Psikologi	Ya	Ya	Tidak	Ramah-ramah pelayannya
res_71	EJ	L	20	Sastra	Ya	Ya	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_72	BN	L	20	Psikologi	Ya	Ya	Tidak	Bisa deliveri service

res_73	E	P	20	Teknik	Ya	Tidak	Ya	Pelayannya cantik-cantik
res_74	LSC	L	20	Sastra	Ya	Ya	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_75	T	P	20	Ekonomi	Ya	Ya	Tidak	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_76	H	L	21	Ekonomi	Ya	Ya	Ya	Bisa deliveri service
res_77	WEI	P	20	Ekonomi	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_78	MR	P	21	Ekonomi	Ya	Ya	Tidak	Pelayannya cantik-cantik
res_79	H	P	18	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Sudah biasa makan Pizza Hut
res_80	JT	L	20	Ekonomi	Ya	Ya	Tidak	Bisa deliveri service
res_81	M,	P	21	Teknik	Ya	Tidak	Ya	Bisa deliveri service
res_82	NN	P	20	Kedokteran	Ya	Ya	Ya	Harganya murah
res_83	GSD	P	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Harganya murah
res_84	AE	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain

res_85	F	L	20	Psikologi	Ya	Tidak	Ya	Bisa deliveri service
res_86	RD	L	20	Sastra	Ya	Tidak	Tidak	Bisa deliveri service
res_87	PH	L	20	Kedokteran	Ya	Tidak	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_88	N	L	20	Psikologi	Ya	Ya	Tidak	Bisa deliveri service
res_89	C	L	20	Psikologi	Ya	Ya	Ya	Lebih enak dari Pizza yang lain
res_90	A	P	18	Psikologi	Ya	Ya	Ya	Bisa deliveri service

DATA BRAND IMAGE

	item 01	item 02	item 03	item 04	item 05	item 06	item 07	item 08	item 09	item 10	item 11	item 12	
res_01	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
res_02	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
res_03	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	
res_04	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
res_05	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	
res_06	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	
res_07	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	
res_08	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
res_09	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
res_10	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	
res_11	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	
res_12	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	

res_13	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
res_14	4	2	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4
res_15	4	3	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4
res_16	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
res_17	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
res_18	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
res_19	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
res_20	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
res_21	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
res_22	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
res_23	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2
res_24	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2
res_25	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
res_26	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
res_27	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
res_28	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4
res_29	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
res_30	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3
res_31	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
res_32	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2
res_33	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
res_34	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
res_35	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4
res_36	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
res_37	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3
res_38	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3
res_39	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
res_40	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
res_41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
res_42	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3
res_43	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3
res_44	2	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4

res_45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
res_46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
res_47	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	
res_48	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	2	2	
res_49	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	
res_50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
res_51	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	
res_52	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
res_53	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	
res_54	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	
res_55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	
res_56	3	3	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	
res_57	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	
res_58	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	
res_59	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	
res_60	3	3	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	
res_61	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	
res_62	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
res_63	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
res_64	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
res_65	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	
res_66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
res_67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
res_68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
res_69	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	
res_70	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
res_71	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
res_72	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
res_73	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
res_74	3	3	3	4	3	3	1	4	4	4	3	4	
res_75	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	
res_76	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	

res_77	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
res_78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
res_79	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4
res_80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
res_81	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4
res_82	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
res_83	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
res_84	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
res_85	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
res_86	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
res_87	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
res_88	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3
res_89	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3
res_90	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

DATA KEPUTUSAN MEMBELI

	item 01	item 02	item 03	item 04	item 05	item 06	item 07	item 08	item 09	item 10	item 11	item 12
res_01	3	4	2	3	3	3	3	2	4	3	4	4
res_02	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
res_03	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
res_04	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	3
res_05	2	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3	3
res_06	2	3	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3
res_07	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3
res_08	2	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3
res_09	3	2	1	2	3	3	4	2	3	3	3	3
res_10	3	3	1	3	3	3	1	3	4	3	3	2
res_11	2	4	2	4	4	4	2	3	4	3	4	2
res_12	3	3	1	3	3	3	3	1	3	4	4	3
res_13	2	3	1	2	2	3	2	2	3	3	3	4

res_14	3	3	2	3	3	2	4	2	2	3	3	2
res_15	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3
res_16	3	4	2	3	3	3	2	3	4	4	4	2
res_17	2	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2
res_18	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4
res_19	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4
res_20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
res_21	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3
res_22	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
res_23	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
res_24	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
res_25	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3
res_26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
res_27	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
res_28	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
res_29	2	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3	3
res_30	3	4	2	3	4	3	3	2	4	4	3	2
res_31	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
res_32	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
res_33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
res_34	4	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4
res_35	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2
res_36	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2
res_37	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
res_38	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
res_39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
res_40	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
res_41	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	2
res_42	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
res_43	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2
res_44	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
res_45	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3

res_46	3	3	4	3	3	2	4	4	2	3	2	3
res_47	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
res_48	3	3	2	3	4	2	1	3	3	3	3	2
res_49	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
res_50	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3
res_51	2	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3
res_52	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3
res_53	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
res_54	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
res_55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
res_56	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
res_57	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3
res_58	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
res_59	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4
res_60	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3
res_61	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
res_62	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
res_63	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3
res_64	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
res_65	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3
res_66	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3
res_67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
res_68	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
res_69	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3
res_70	2	2	2	3	4	4	2	2	4	2	4	2
res_71	2	4	1	3	3	2	2	1	2	2	3	2
res_72	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
res_73	3	3	2	4	3	3	2	2	4	3	3	3
res_74	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3
res_75	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4
res_76	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3
res_77	3	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3

res_78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
res_79	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
res_80	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	
res_81	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
res_82	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	
res_83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
res_84	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
res_85	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	
res_86	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	
res_87	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
res_88	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	
res_89	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	
res_90	2	4	2	3	4	3	2	3	2	4	3	2	

DATA PENUNJANG RESPONDEN

	item_01	item_02	item_03	item_04	item_05	item_06	item_07	item_08	item_09	item_10	item_11	item_12	
res_01	b							c	b	b	b	c	
res_02	c	a	b	b	b	c	c	b	b	b	b	b	
res_03	a	c	b	b	b	b	c						
res_04	c	b	b	b	c	c	c	a	b	b	b	b	
res_05	c	c	b	b	b	b	b	a	a	a	a	a	
res_06	b							a	b	b	a	a	
res_07	b	b	b	b	b	c	b						
res_08	b							a	a	a	a	a	
res_09	a	b	b	a	b	b	b						
res_10	c	b	b	b	b	b	a	a	a	a	a	c	
res_11	c	c	b	b	b	b	b	b	b	b	b	c	
res_12	a	b	b	b	b	c	c						
res_13	c	b	b	b	a	b	b	a	a	b	b	b	
res_14	b							b	b	b	b	b	
res_15	b							b	b	b	a	b	

res_16	a	a	b	b	b	b	b						
res_17	a	b	b	b	b	b	b						
res_18	c	b	b	b	b	b	c	b	b	b	b	c	
res_19	b							b	b	b	b	c	
res_20	a	b	b	b	b	b	b						
res_21	a	b	b	b	b	c	b						
res_22	a	c	b	b	b	b	c	b	b	b	b	b	
res_23	c	c	b	b	b	c	b	c	b	b	b	b	
res_24	a	b	b	b	b	b	b						
res_25	c	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	c	
res_26	a	a	a	a	a	b	b						
res_27	b							a	a	a	a	a	
res_28	b							a	a	a	a	a	
res_29	b							b	b	b	b	c	
res_30	b							b	a	b	a	b	
res_31	a	b	a	b	b	c	c						
res_32	b							b	a	a	a	b	
res_33	b							b	a	b	b	b	
res_34	a	a	a	a	a	a	a						
res_35	c	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	
res_36	c	b	c	c	b	b	b	b	b	a	a	c	
res_37	c	c	c	c	b	c	c	b	b	b	c	c	
res_38	b							b	b	b	b	b	
res_39	b							c	b	c	b	b	
res_40	b							b	b	a	b	b	
res_41	c	a	b	b	b	c	b	b	b	b	b	b	
res_42	b							b	b	b	b	b	
res_43	c	c	b	b	b	c	c	a	a	a	a	b	
res_44	a	c	c	b	b	b	b						
res_45	c	c	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	
res_46	a	b	b	b	b	b	a						
res_47	b							b	b	b	b	c	

res_48	b							b	b	b	b	b	
res_49	a	c	c	c	c	b	a						
res_50	b	c	c	b	b	b	b						
res_51	b							a	a	a	a	b	
res_52	b							a	a	b	a	b	
res_53	b							a	b	b	b	c	
res_54	a	a	a	a	b	b	b						
res_55	b							b	b	b	b	b	
res_56	c	b	b	a	b	b	b	b	a	a	b	b	
res_57	b							a	a	a	a	a	
res_58	c	c	c	b	b	b	b	c	c	c	c	b	
res_59	b							b	b	b	a	b	
res_60	a	c	b	b	c	b	b						
res_61	b							b	b	a	a	b	
res_62	a	b	b	a	a	b	a						
res_63	b							a	a	a	a	b	
res_64	a	a	a	a	a	a	b						
res_65	b							b	a	b	b	b	
res_66	c	c	b	c	b	c	b	c	b	b	b	c	
res_67	c	b	b	b	b	c	a	b	b	a	c	b	
res_68	a	b	b	b	b	c	b						
res_69	a	c	c	c	b	b	c						
res_70	b							c	c	b	c	c	
res_71	a	b	c	b	b	c	b						
res_72	b							c	c	b	c	c	
res_73	c	a	b	b	b	b	b	c	c	c	c	b	
res_74	b							b	b	b	b	b	
res_75	a	b	b	a	a	b	a						
res_76	b							c	b	b	b	c	
res_77	a	a	a	b	a	b	a						
res_78	c	b	b	b	b	c	c	b	b	b	b	b	
res_79	b							a	b	a	a	c	

res_80	b							b	b	a	b	c	
res_81	b							b	b	b	b	c	
res_82	b							b	b	b	a	a	
res_83	a	b	b	b	c	c	b						
res_84	a	b	b	a	a	c	b						
res_85	c	b	b	b	b	c	b	b	a	b	b	c	
res_86	b							b	b	a	a	b	
res_87	c	b	b	b	b	a	a	a	b	b	a	b	
res_88	b							b	b	b	c	c	
res_89	b							a	a	a	a	c	
res_90	b							c	c	c	c	c	

DATA VALIDITAS DAN RELIBILITAS ALAT UKUR BRAND IMAGE

no. item	validitas	ket.
1	0,699	diterima
2	0,698	diterima
3	0,738	diterima
4	0,695	diterima
5	0,542	diterima
6	0,585	diterima
7	0,586	diterima
8	0,454	diterima
9	0,599	diterima
10	0,73	diterima
11	0,718	diterima
12	0,598	diterima
13	0,698	diterima
14	0,546	diterima
15	0,469	diterima
16	0,454	diterima
17	0,695	diterima
18	0,699	diterima

19	0,586	diterima
20	0,693	diterima
21	0,642	diterima
22	0,542	diterima
23	0,698	diterima
24	0,73	diterima
25	0,546	diterima
26	0,642	diterima
27	0,542	diterima
28	0,598	diterima
29	0,454	diterima
30	0,718	diterima
31	0,585	diterima
32	0,592	diterima
33	0,517	diterima

cronbach's alpha N
0,954 33

DATA VALIDITAS DAN RELIBILITAS ALAT UKUR BRAND IMAGE

no. item	validitas	ket.
1	0,692	diterima
2	0,513	diterima
3	0,512	diterima
4	0,663	diterima
5	0,736	diterima
6	0,531	diterima
7	0,444	diterima
8	0,618	diterima
9	0,448	diterima
10	0,5	diterima
11	0,481	diterima

12	0,481	diterima
13	0,513	diterima
14	0,512	diterima
15	0,575	diterima
16	0,713	diterima
17	0,456	diterima
18	0,444	diterima
19	0,531	diterima
20	0,413	diterima
21	0,575	diterima
22	0,736	diterima
23	0,5	diterima
24	0,614	diterima
25	0,456	diterima
26	0,481	diterima
27	0,692	diterima
28	0,397	diterima
29	0,575	diterima
30	0,445	diterima

cronbach's alpha	N
0,93	30

data korelasi brand image dan keputusan membeli

			keputusan membeli	brand image
spearman's rho	keputusan	korelasi koefisien signifikan (2 tailed)	1	0,21
		n	90	90
	brand	korelasi	0,21	1

	koefisien signifikan (2 tailed)	0,047	
	n	90	90

tabulasi silang tiap aspek

		frekuensi	percent	valid percent	cumulatif percent
valid	negatif	38	42,2	42,2	42,2
	positif	52	57,8	57,8	100
	total	90	100	100	

		frekuensi	percent	valid percent	cumulatif percent
valid	beli	45	50	50	50
	tidak	45	50	50	100
	total	90	100	100	

			brand image		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	18	27	45
		total %	20%	30%	50%
	tidak	jumlah	20	25	45
		total %	22,20%	27,80%	50%
total		jumlah	38	52	90
		total %	42,20%	57,80%	100%

			produk		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	13	32	45
		total %	14%	36%	50%
	tidak	jumlah	16	29	45
		total %	17,80%	32,20%	50%
total		jumlah	29	61	90
		total %	32,20%	67,80%	100%

			brand-harga		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	15	30	45
		total %	17%	33%	50%
	tidak	jumlah	22	23	45
		total %	24,40%	25,60%	50%
total		jumlah	29	61	90
		total %	41,10%	58,90%	100%

			brand_promotion		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	16	29	45
		total %	18%	32%	50%
	tidak	jumlah	24	21	45
		total %	26,70%	23,30%	50%
total		jumlah	40	50	90
		total %	44,40%	55,60%	100%

			brand_place		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	21	24	45
		total %	23%	27%	50%
	tidak	jumlah	22	23	45
		total %	24,40%	25,60%	50%
total		jumlah	43	47	90
		total %	47,80%	52,20%	100%

			brand_logo		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	11	34	45
		total %	12%	38%	50%
	tidak	jumlah	10	35	45
		total %	11,10%	38,90%	50%
total		jumlah	21	69	90
		total %	23,30%	76,70%	100%

			brand_kualitas		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	11	34	45
		total %	12%	38%	50%
	tidak	jumlah	15	30	45
		total %	16,70%	33,30%	50%
total		jumlah	26	64	90
		total %	28,90%	71,10%	100%

			brand kemasan		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	10	35	45
		total %	11%	39%	50%
	tidak	jumlah	9	36	45
		total %	10,00%	40,00%	50%
total		jumlah	19	71	90
		total %	21,10%	78,90%	100%

			brand-pilihan-ukuran		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	14	31	45
		total %	16%	34%	50%
	tidak	jumlah	13	32	45
		total %	14,40%	35,60%	50%
total		jumlah	27	63	90
		total %	30,00%	70,00%	100%

			brand-harga		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	15	30	45
		total %	17%	33%	50%
	tidak	jumlah	22	23	45
		total %	24,40%	25,60%	50%
total		jumlah	37	53	90
		total %	41,10%	58,90%	100%

			brand-harga-kualitas		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	17	28	45
		total %	19%	31%	50%
	tidak	jumlah	29	16	45
		total %	32,20%	17,80%	50%
total		jumlah	46	44	90
		total %	51,10%	48,90%	100%

			brand-harga-isi		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	24	21	45
		total %	27%	23%	50%
	tidak	jumlah	24	21	45
		total %	26,70%	23,30%	50%
total		jumlah	48	42	90
		total %	53,30%	46,70%	100%

			brand-iklan		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	15	30	45
		total %	17%	33%	50%
	tidak	jumlah	16	29	45
		total %	17,80%	32,20%	50%

total	jumlah	31	59	90
	total %	34,40%	65,60%	100%

			brand-promosi		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	18	27	45
		total %	20%	30%	50%
	tidak	jumlah	23	22	45
		total %	25,60%	24,40%	50%
total		jumlah	41	49	90
		total %	45,60%	54,40%	100%

			brand-potongan harga		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	9	36	45
		total %	10%	40%	50%
	tidak	jumlah	11	34	45
		total %	12,20%	37,80%	50%
total		jumlah	20	70	90
		total %	22,20%	77,80%	100%

			brand-undian		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	24	21	45
		total %	27%	23%	50%

	tidak	jumlah	30	15	45
		total %	33,30%	16,70%	50%
total		jumlah	54	36	90
		total %	60,00%	40,00%	100%

			brand-area penjualan		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	18	27	45
		total %	20%	30%	50%
	tidak	jumlah	26	19	45
		total %	28,90%	21,10%	50%
total		jumlah	44	46	90
		total %	48,90%	51,10%	100%

			brand-ketersediaan barang		total
			negatif	positif	
keputusan	beli	jumlah	18	27	45
		total %	20%	30%	50%
	tidak	jumlah	14	31	45
		total %	15,60%	34,40%	50%
total		jumlah	32	58	90
		total %	35,60%	64,40%	100%

			sikap			total
			keluarga	teman	keduanya	
keputusan	beli	jumlah	11	25	9	45

		total %	12,20%	27,80%	10%	50%
	tidak	jumlah	15	16	14	45
		total %	16,70%	17,80%	15,60%	50%
total		jumlah	28	41	23	90
		total %	28,90%	45,60%	25,6	100%
		item 14				
		a	b	total		
keputusan	beli	jumlah	36	9	45	
		total %	40%	10%	50%	
	tidak	jumlah	30	15	45	
		total %	33,30%	16,70%	50%	
total		jumlah	66	24	90	
		total %	73,30%	26,70%	100%	

		item 15				
		a	b	total		
keputusan	beli	jumlah	7	38	45	
		total %	8%	42%	50%	
	tidak	jumlah	14	31	45	
		total %	15,60%	34,40%	50%	
total		jumlah	21	69	90	
		total %	23,30%	76,70%	100%	

		item 16				
		a	b	total		
keputusan	beli	jumlah	7	38	45	
		total %	8%	42%	50%	
	tidak	jumlah	16	29	45	
		total %	17,80%	32,20%	50%	
total		jumlah	23	67	90	
		total %	25,60%	74,40%	100%	

			item 17		total
			a	b	
keputusan	beli	jumlah	5	40	45
		total %	6%	44%	50%
	tidak	jumlah	14	31	45
		total %	15,60%	34,40%	50%
total		jumlah	19	71	90
		total %	21,10%	78,90%	100%

		frekuensi	percent	valid percent	cumulatif percent
valid	L	64	71,10%	71,10%	71,10%
	P	26	28,90%	28,90%	100%
	total	90	100%	100%	

		frekuensi	percent	valid percent	cumulatif percent
valid	18	9	10,00%	10,00%	10,00%
	19	12	13,00%	13,00%	23%
	20	60	67%	67%	90%
	21	9	10%	10%	100%
total		90	100%	100%	

		frequensi	percent	valid percent	cumulatif percent
valid	psikologi	29	32,22%	32,22%	32,22%
	ekonomi	26	28,88%	28,88%	61%
	sastra	13	14,44%	14,44%	75,54%
	teknik	10	11,11%	11,11%	86,65%
	kedokteran	12	13,33%	13,33%	100%

cat=99,98%

		frequensi	percent	valid percent	cumulatif percent
valid	ya	90	100	100	100

Kata Pengantar

Saya mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha Bandung, sedang melakukan penelitian mengenai hubungan antara Brand Image Pizza Hut dengan tindakan Membeli produk Pizza Hut pada Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Kristen Maranatha.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan anda sekalian untuk mengisi kuesioner ini. Data yang anda berikan akan sangat bermanfaat bagi penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu saya harapkan, agar anda mengisi daftar pertanyaan ini dengan sungguh-sungguh, sejujur-jujurnya, dan juga hendaknya benar-benar menggambarkan keadaan diri anda yang sebenarnya. Semua hasil data bersifat rahasia dan akan dipergunakan hanya untuk keperluan penelitian saja.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas partisipasi anda.

Bandung, Maret 2006

Penulis

No. Responden :

Petunjuk Pengisian

Isilah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini secara singkat dan jelas dengan cara melingkari pilihan yang telah tersedia atau mengisi titik-titik dengan jawaban yang sesuai dengan keadaan anda secara singkat dan jelas :

- 1) Nama/inisial :
- 2) Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
- 3) Usia : ... tahun
- 4) Fakultas/semester :
- 5) Apakah anda merupakan pelanggan setia Pizza Hut ?
a. ya b. tidak
- 6) Apakah anda sering ke restoran Pizza lain selain Pizza Hut ?
a. ya b. tidak
- 7) Apakah pendapat orang lain mengenai Pizza Hut mempengaruhi keputusan anda untuk membeli Pizza Hut ?

a. ya

b. tidak

8) Apa yang membuat anda mengkonsumsi produk makanan Pizza Hut ?

Alasan

.....

Petunjuk Pengisian :

Silahkan anda memberikan tanda silang (X) pada pilihan yang sesuai dengan pengalaman dan keadaan diri anda.

1. Dibawah ini terdapat orang-orang yang penting dan signifikan yang membuat saya mengkonsumsi produk makanan Pizza Hut

:

- a. Keluarga (orang tua, saudara)
- b. Teman
- c. a dan b

Catatan :

- Bila nomor 1, anda hanya memilih **(a)** maka silakan **isi nomor 2 sampai dengan 7** dan **lewati nomor 8 sampai dengan 13.**
- Bila nomor 1, saudara hanya memilih **(b)** maka **lewati nomor 2 samapai dengan 7** dan silakan saudara **mengisi nomor 8 sampai dengan 13.**
- Bila nomor 1 saudara memilih **(c)** maka silakan saudara **isi nomor 2 dan seterusnya.**

2) Seberapa yakin keluarga anda pada kualitas makanan dan citra Pizza Hut sebagai produk makanan yang akrab (*familiar*)?

- a. sangat yakin
- b. cukup yakin
- c. biasa saja
- d. kurang yakin
- e. tidak yakin

3) Seberapa positif pandangan keluarga terhadap Pizza Hut, sebagai produk makanan yang mereka konsumsi ?

- a. sangat positif
- b. cukup positif
- c. biasa saja

- d. cukup negative
 - e. sangat negative
- 4) Seberapa suka keluarga anda terhadap produk makanan Pizza Hut ?
- a. sangat suka
 - b. cukup suka
 - c. biasa saja
 - d. kurang menyukai
 - e. tidak menyukai sama sekali
- 5) Seberapa tertarik keluarga anda untuk membeli dan mengkonsumsi Pizza Hut
- a. sangat tertarik
 - b. cukup tertarik
 - c. biasa saja
 - d. kurang tertarik
 - e. tidak tertarik sama sekali
- 6) Keluarga ... kepada anda untuk mengkonsumsi Pizza Hut
- a. sangat menyarankan
 - b. menyarankan
 - c. cenderung menyarankan
 - d. sangat tidak menyarankan
 - e. melarang
- 7) Seberapa kuat pengaruh keluarga untuk mempengaruhi niat anda untuk membeli produk Pizza Hut

- a. sangat berpengaruh
 - b. berpengaruh
 - c. cenderung berpengaruh
 - d. tidak berpengaruh
 - e. sangat tidak berpengaruh
- 8) Seberapa yakin teman anda pada kualitas makanan dan citra Pizza Hut sebagai produk makanan yang akrab (*familiar*)?
- a. sangat yakin
 - b. cukup yakin
 - c. biasa saja
 - d. kurang yakin
 - e. tidak yakin sama sekali
- 9) Seberapa positif pandangan teman terhadap Pizza Hut, sebagai produk makanan yang mereka konsumsi ?
- a. sangat positif
 - b. cukup positif
 - c. biasa saja
 - d. cukup negative
 - e. sangat negative
- 10) Seberapa suka teman anda terhadap produk makanan Pizza Hut ?
- a. sangat suka
 - b. cukup suka
 - c. biasa saja

- d. kurang menyukai
- e. tidak menyukai sama sekali

11) Seberapa tertarik teman anda untuk membeli dan mengkonsumsi Pizza Hut

- a. sangat tertarik
- b. cukup tertarik
- c. biasa saja
- d. kurang tertarik
- e. tidak tertarik sama sekali

12) Teman ... kepada anda untuk mengkonsumsi Pizza Hut

- a. sangat menyarankan
- b. menyarankan
- c. cenderung menyarankan
- d. sangat tidak menyarankan
- e. melarang

13) Seberapa kuat pengaruh teman untuk mempengaruhi niat anda untuk membeli produk Pizza Hut

- a. sangat berpengaruh
- b. berpengaruh
- c. cenderung berpengaruh
- d. tidak berpengaruh
- e. sangat tidak berpengaruh

Catatan untuk nomot berikutnya :

Pertanyaan-pertanyaan dibawah ini akan diberikan kepada anda, dalam bentuk situasi tertentu yang mungkin terjadi saat anda berniat membeli Pizza Hut

- silakan memilih **a**, bila hal itu **mempengaruhi niat anda untuk membeli**
- silakan memilih **b**, bila hal tersebut **tidak mempengaruhi niat anda untuk membeli.**

14) Saat saya akan membeli Pizza Hut ternyata restorannya penuh (*waiting list*), maka saya ...

- a. tidak jadi membeli
- b. pergi ke restoran Pizza lain.

15) Jika, restoran Pizza lain sedang mengadakan promosi pada produk makanannya, maka saya...

- a. tertarik untuk membeli
- b. tetap membeli produk Pizza Hut

16) Ketika saya bermaksud membeli Produk Pizza Hut, ternyata di restoran yang lain menawarkan produk Pizza yang lebih menarik, maka saya ...

- a. tertarik membeli produk Pizza merek lain
- b. tetap membeli Pizza Hut

17) Jika ada tawaran potongan harga dari restoran Pizza merek lain, maka saya...

- a. tertarik untuk membeli
- b. tetap membeli Pizza Hut

Kuesioner Brand Image Pizza Hut

Petunjuk pengisian :

Dibawah ini terdapat pertanyaan dengan serangkaian skala yang masing-masing memiliki 2 (dua) buah kutub kata sikap yang saling bertentangan. Setiap skala terdiri dari 4 (empat) pilihan jawaban yang derajatnya berbeda-beda. Jawablah dengan memilih salah satu dari 4 (empat) kemungkinan jawaban yang paling sesuai dengan diri anda, kemudian berilah tanda silang (X) pada kolom yang sesuai.

Contoh :

Jumlah counter Pizza Hut dibandingkan dengan Pizza lain

Sangat banyak	banyak	sedikit	Sangat sedikit
4	3	2	1
X			

Apabila anda memilih untuk memberikan tanda silang pada :

Angka 4 (empat), berarti anda menganggap *counter* Pizza Hut sangat banyak

Angka 3 (tiga), berarti anda menganggap *counter* Pizza Hut banyak

Angka 2 (dua), berarti anda menganggap *counter* Pizza Hut sedikit

Angka 1 (satu), berarti anda menganggap *counter* Pizza Hut sangat sedikit.

4 3 2 1

Menurut saya tampilan logo dari Pizza Hut

1. Menarik perhatian Membosankan
2. Mudah diingat mudah dilupakan

Menurut saya warna logo Pizza Hut

3. Kusam Cerah
4. Monoton Penuh warna

Menurut saya rasa Pizza Hut

5. Gurih Hambar
6. Tidak enak Enak
7. Berlemak Tidak berlemak

Menurut saya bentuk pilihan menu dan ukuran Pizza Hut

8. Monoton Variasi
9. Banyak pilihan Tidak banyak
10. Memuaskan Tidak memuaskan

Menurut saya kualitas makanan Pizza Hut

11. Cepat basi Awet
12. Tidak matang Matang

Menurut saya harga Pizza Hut dibandingkan dengan merek Pizza lain

13. Murah Mahal

Menurut saya perbandingan harga dengan kualitas rasa Pizza Hut

14. Sesuai Tidak sesuai

Menurut saya perbandingan harga dengan rasa setiap ukuran Pizza Hut

15. Tidak sesuai Sesuai

Menurut saya potongan harga yang ditawarkan Pizza Hut

16. Mengecewakan Memuaskan

17. Jarang Sering

18. Besar Kecil

Menurut saya iklan Pizza Hut di televisi

19. Sering tayang Jarang

20. Tidak menarik Menarik

Menurut saya bintang iklan Pizza Hut

21. Membosankan Menarik

22. Sesuai dng produk

tidak sesuai

Menurut saya musik yang mengiringi iklan (*Jingle*) Pizza Hut

23. Menarik Membosankan

24. Membosankan enak didengar

Menurut saya macam cara promosi yang dilakukan Pizza Hut (iklan di TV, radio, majalah) terhadap produk makanannya

25. beragam terbatas

Menurut saya promosi yang dilakukan Pizza Hut

26. sering jarang

Menurut saya acara yang diadakan Pizza Hut (cth : meet and greet dengan Delon)

27. Jarang Sering

28. Variatif Monoton

Menurut saya letak/lokasi restoran Pizza Hut

29. Mudah di jangkau Sulit dijangkau

30. Dipusat kota Dipinggir kota

Menurut saya suasana di restoran Pizza Hut

31. Tidak Nyaman Nyaman

Menurut saya dekorasi ruangan restoran Pizza Hut

32. Mewah Sederhana

33. Sempel Rumit

Kuesioner tindakan membeli

Petunjuk pengisian :

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan yang dilengkapi dengan kemungkinan-kemungkinan jawabannya. Anda diminta untuk menjawab setiap pertanyaan dengan pengalaman ataupun keadaan yang dirasakan anda. Caranya adalah dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu dari 4 (empat) kemungkinan jawaban yang dirasakan oleh anda. Lima kemungkinan jawaban tersebut adalah :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Untuk lebih jelasnya, perhatikan contoh berikut ini

No.	pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya sering membeli produk A saat saya lapar	X			

Dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom SS (Sangat Setuju), berarti saat anda lapar, anda sangat setuju membeli produk A.

Bacalah setiap pertanyaan dengan teliti dan usahakan jangan terlewat dalam mengisi jawabannya. Dalam hal ini, tidak ada jawaban yang salah, sepanjang jawaban tersebut merupakan pengalaman ataupun keadaan yang anda rasakan.

Keterangan : SS : Sangat setuju S : Setuju

TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

No.	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena bentuk kemasannya menarik.				

- 2 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena rasanya enak.
- 3 Saya tertarik untuk membeli produk Pizza Hut karena tersedia berbagai pilihan ukuran Pizza.
- 4 Saya tertarik membeli Pizza Hut karena harganya sesuai dengan kualitas rasa Pizza Hut.
- 5 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena harganya sesuai dengan ukuran Pizza. (personal, sedang, besar).
- 6 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut Karena bintang iklannya cantik/tampan.
- 7 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena ukurannya sesuai dengan kebutuhan saya.

- 8 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena slogan produknya memiliki citra yang positif. (Good friend, Great Pizza).
- 9 Saya mudah mendapatkan produk Pizza Hut.
- 10 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena sering melihat iklannya di media masa.
- 11 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena harganya sesuai dengan paket yang diberikan. (Paket ber-2, ber-4, ber-8).
- 12 Saya tertarik dengan Pizza Hut karena restorannya memisahkan area smoking dengan non smoking
- 13 Saya tertarik membeli Pizza Hut karena Pizza sering memberikan brosur gratis ke rumah saya.
- 14 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena

logonya yang khas dan mudah dikenali.

- 15 Menurut saya rasa Pizza Hut enak.
- 16 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena harganya terjangkau.
- 17 Saya tertarik membeli Pizza Hut karena memiliki slogan yang mudah di ingat.
- 18 Saya tertarik membeli Pizza Hut karena iklannya selalu memberikan harga pada produk barunya.
- 19 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena logonya mudah diingat.
- 20 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena rasanya sesuai dengan selera saya.

- 21 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena ukuran dan kemasannya sesuai dengan harga yang ditawarkan.
- 22 Saya tertarik membeli Pizza Hut slogannya yang khas.
- 23 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena ruangan di restoran Pizza Hut memiliki pencahayaan yang cukup.
- 24 Saya memilih Pizza Hut karena kemasannya ramah lingkungan.
- 25 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena selalu mengeluarkan produk rasa Pizza baru. (inovatif).
- 26 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena

tertarik dengan desain iklan di media masa.

- 27 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena rasa Pizza Hut bisa di simpan lebih dari satu hari (tidak cepat basi).
- 28 Saya tertarik untuk membeli Pizza Hut karena ukurannya sesuai dengan kebutuhan.
- 29 Saya tertarik membeli Pizza Hut karena iklannya sudah saya kenal sejak lama.
- 30 Saya tertarik membeli Pizza Hut karena warna logonya yang cerah.

