

Schultz, Majken., Antorini, Yun Mi., & Csaba.F, Fabian. (2005). *Corporate Branding: Purpose / People / Process*. Copenhagen Business School Press.

Stobart, Paul.(1994). *Brand Power*. London: Macmillan.



### **DESAIN KUESIONER**

**Responden Yth.**

Saya adalah mahasiswa Magister Manajemen Universitas Indonesia (MMUI) yang sedang mengadakan penelitian karya akhir tentang brand equity yang dibangun melalui personal branding, dengan studi kasus Bp. Rhenald Kasali dengan MMUI dan Bp. Hermawan Kertajaya dengan MarkPlus. Demi tercapainya kredibilitas yang tinggi, mohon kiranya anda bersedia mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima bersifat rahasia. Tidak ada jawaban yang dinilai salah dalam pengisian kuesioner ini. Survei ini terbatas pada lulusan S1 yang memiliki pengalaman kerja maksimal 3 tahun, dan tidak bekerja di bidang marketing. Terima kasih atas partisipasi Anda dalam survey ini.

**Ronald Susanto**

#### **Pertanyaan *Screening***

Nama :

Usia :

Pendidikan :

Pengalaman kerja (tahun) :

Profesi/bidang pekerjaan :

#### **Pertanyaan Utama**

1. Apakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  
2. Apakah anda mengenal sosok Bp. Hermawan Kertajaya?



- c. Seminar
- d. Surat kabar / majalah
- e. Radio
- f. Internet
- g. Lainnya: .....

(lanjutan)

10. Darimanakah anda mengetahui perusahaan konsultan marketing MarkPlus?

- a. Televisi
- b. Buku
- c. Seminar
- d. Surat kabar / majalah
- e. Radio
- f. Internet
- g. Lainnya: .....

11. Apakah yang ada di benak anda jika mendengar nama Bp. Rhenald Kasali?

- a. Dosen
- b. Pakar marketing
- c. Ahli bedah bisnis
- d. Entrepreneur
- e. Host acara televisi
- f. Lainnya: .....

12. Apakah yang ada di benak anda jika mendengar nama Bp. Hermawan Kertajaya?

- a. Dosen
- b. Pakar marketing
- c. Ahli bedah bisnis
- d. Entrepreneur
- e. Host acara televisi
- f. Lainnya: .....

13. Berikan pendapat anda pada pernyataan-pernyataan berikut ini. Tunjukkan tingkat kesetujuan anda tentang pernyataan tersebut, dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu kolom angka 1 sampai 6.

1 = Sangat Tidak Setuju  
 2 = Tidak Setuju  
 3 = Kurang Setuju

4 = Agak Setuju  
 5 = Setuju  
 6 = Sangat Setuju

(lanjutan)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
1	Rhenald Kasali dikenal sebagai ahli bedah bisnis						
2	Rhenald Kasali merupakan pembicara yang terkenal						
3	Kehadiran Rhenald Kasali memberikan warna pada ilmu manajemen di Indonesia						
4	Buku karangan Rhenald Kasali merupakan buku manajemen yang baik						
5	Nama Rhenald Kasali menjadi jaminan bahwa jasa yang diberikan akan baik						
6	Ketika berbicara bisnis anda akan teringat nama Rhenald Kasali						
7	Host acara bisnis identik dengan Rhenald Kasali						
8	Pakar Bisnis yang anda percayai adalah Rhenald Kasali						
9	Jika ingin bertanya tentang bisnis, anda akan bertanya pada Rhenald Kasali						
10	Rhenald Kasali adalah bapak bisnis Indonesia						
11	Hermawan Kertajaya dikenal sebagai marketing guru						
12	Hermawan Kertajaya merupakan pembicara yang terkenal						
13	Kehadiran Hermawan Kertajaya memberikan warna pada ilmu marketing di Indonesia						
14	Buku karangan Hermawan Kertajaya merupakan buku marketing yang baik						
15	Nama Hermawan Kertajaya menjadi jaminan bahwa jasa yang diberikan akan baik						
16	Ketika berbicara marketing anda akan teringat nama Hermawan Kertajaya						
17	Host acara marketing identik dengan Hermawan Kertajaya						
18	Pakar Marketing yang anda percayai adalah Hermawan Kertajaya						

19	Jika ingin bertanya tentang marketing, anda akan bertanya pada Hermawan Kertajaya						
20	Hermawan Kertajaya adalah bapak marketing Indonesia						
21	Image Rhenald Kasali melekat pada MMUI						
22	MMUI tidak bisa dilepaskan dari sosok Rhenald Kasali						
23	MMUI merupakan sekolah bisnis						
24	Jika tanpa Rhenald Kasali, MMUI tetap dikenal sebagai sekolah bisnis						
25	Anda merasa mengenal MMUI karena sosok Rhenald Kasali						
26	Ketika berbicara tentang MMUI anda akan teringat Rhenald Kasali						
27	Daya Jual Rhenald Kasali membuat MMUI lebih dipercaya						
28	Rhenald Kasali lebih dikenal dibanding MMUI						
29	Anda memilih MMUI karena yakin akan mendapat ilmu bisnis						
30	Anda akan tetap memilih kuliah di MMUI, walaupun bukan Rhenald Kasali sebagai ketua program						
31	Image Hermawan Kertajaya melekat pada MarkPlus						
32	MarkPlus merupakan konsultan marketing						
33	MarkPlus tidak bisa dilepaskan dari sosok Hermawan Kertajaya						
34	Jika tanpa Hermawan Kertajaya, MarkPlus tetap dikenal sebagai konsultan marketing yang baik						
35	Anda merasa mengenal MarkPlus karena sosok Hermawan Kertajaya						
36	Ketika berbicara tentang MarkPlus anda akan teringat Hermawan Kertajaya						
37	Daya Jual Hermawan Kertajaya membuat MarkPlus lebih dipercaya						
38	Hermawan Kertajaya lebih dikenal dibanding MarkPlus						
39	Anda memilih MarkPlus karena yakin dengan kemampuan di bidang marketing						
40	Anda akan tetap memakai jasa MarkPlus, walaupun bukan Hermawan Kertajaya sebagai direktornya						

### **Pertanyaan Interview**

1. Apakah nama Rhenald Kasali sebagai ketua program MMUI, menjadi alasan anda untuk memilih studi di MMUI? Mengapa?
2. Menurut anda apakah MMUI lebih berkembang dengan kehadiran Rhenald Kasali sebagai salah satu ikonnya dengan menjadi ketua program?
3. Jika anda ingin memilih jasa konsultan pemasaran, apakah nama Hermawan Kertajaya menjadi alasan anda untuk memilih MarkPlus? Mengapa?
4. Menurut anda apakah keberhasilan MarkPlus sebagai salah satu perusahaan konsultan pemasaran terbaik di Indonesia adalah berkat kehadiran Hermawan Kertajaya? Mengapa?
5. Jika anda ditawari jabatan sebagai asisten dari Rhenald Kasali maupun Hermawan Kertajaya, siapakah yang akan anda pilih? Mengapa?

Lampiran 2. Uji Korelasi Personal Branding dan Brand Equity

**UJI KORELASI PERSONAL BRANDING DAN BRAND EQUITY**

**1. Uji *awereness* dari objek penelitian**

Apakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ya	78	78	78
	Tidak	22	22	22
	Total	100	100	100

Dari manakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Televisi	54	54	61.36
	Buku	8	8	9.09
	Seminar	3	3	3.41
	Surat kabar/majalah	9	9	10.23
	Radio	1	1	1.14
	Internet	4	4	4.55
	Mulut ke mulut	4	4	4.55
	Lainnya	5	5	5.68
	Total	88	88	100.00
Missing	System	12	12	
Total		100	100	

Apakah yang ada di benak anda jika mendengar nama Bp. Rhenald Kasali?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Dosen	11	11	11.96
	Pakar marketing	28	28	30.43
	Ahli bedah bisnis	30	30	32.61
	Entrepreneur	16	16	17.39
	Host acara televisi	3	3	3.26
	Lainnya	2	2	2.17
	entry error	2	2	2.17
	Total	92	92	100.00



Missing	System	8	8	
Total		100	100	

(lanjutan)

Apakah anda mengenal sosok Bp.Hermawan Kertajaya?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ya	65	65	65
	Tidak	35	35	35
	Total	100	100	100

Dari manakah anda mengenal sosok Bp. Hermawan Kertajaya?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Televisi	31	31	38.27
	Buku	14	14	17.28
	Seminar	2	2	2.47
	Surat kabar/majalah	8	8	9.88
	Radio	2	2	2.47
	Internet	9	9	11.11
	Mulut ke mulut	5	5	6.17
	Lainnya	10	10	12.35
	Total	81	81	100.00
Missing	System	19	19	
Total		100	100	

Apakah yang ada di benak anda jika mendengar nama Bp. Hermawan Kertajaya?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Dosen	1	1	1.11
	Pakar marketing	71	71	78.89
	Ahli bedah bisnis	7	7	7.78
	Entrepreneur	6	6	6.67
	Host acara televisi	3	3	3.33
	Entry error	2	2	2.22
	Total	90	90	100.00
Missing	System	10	10	
Total		100	100	

(lanjutan)

Apakah anda mengetahui institusi pendidikan MMUI?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ya	77	77	77
	Tidak	23	23	23
	Total	100	100	100

Apakah terlintas nama Renald Kasali di pikiran anda saat mendengar institusi pendidikan bernama MMUI?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ya	27	27	27
	Tidak	73	73	73
	Total	100	100	100

Dari manakah anda mengetahui institusi pendidikan MMUI?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Televisi	4	4	4.49
	Buku	1	1	1.12
	Seminar	4	4	4.49
	Surat kabar/majalah	37	37	41.57
	Internet	7	7	7.87
	Mulut ke mulut	34	34	38.20
	Lainnya	2	2	2.25
	Total	89	89	100.00
Missing	System	11	11	
Total		100	100	

Apakah anda mengetahui perusahaan MarkPlus?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ya	54	54	54
	Tidak	46	46	46
	Total	100	100	100

Apakah terlintas nama Hermawan Kertajaya di pikiran anda saat mendengar perusahaan bernama MarkPlus?				
		Frequency	Percent	Valid Percent

Valid	Ya	43	43	43
	Tidak	57	57	57
	Total	100	100	100

(lanjutan)

Dari manakah anda mengetahui perusahaan konsultan <i>marketing</i> MarkPlus?				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Televisi	8	8	10.39
	Buku	7	7	9.09
	Seminar	5	5	6.49
	Surat kabar/majalah	28	28	36.36
	Radio	2	2	2.60
	Internet	12	12	15.58
	Mulut ke mulut	15	15	19.48
	Total	77	77	100.00
Missing	System	23	23	
Total		100	100	

## 2. Uji derajat ketinggian *Personal Branding* dan *Brand Equity*

Derajat ketinggian <i>Personal branding</i> Rhenald Kasali				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Rendah	25	25	25.25
	Tinggi	74	74	74.75
	Total	99	99	100.00
Missing	System	1	1	
Total		100	100	

Derajat ketinggian <i>Personal Branding</i> Hermawan Kertajaya				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Rendah	25	25	25
	Tinggi	75	75	75
	Total	100	100	100

Derajat ketinggian <i>Brand Equity</i> MMUI				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Rendah	48	48	48
	Tinggi	52	52	52
	Total	100	100	100

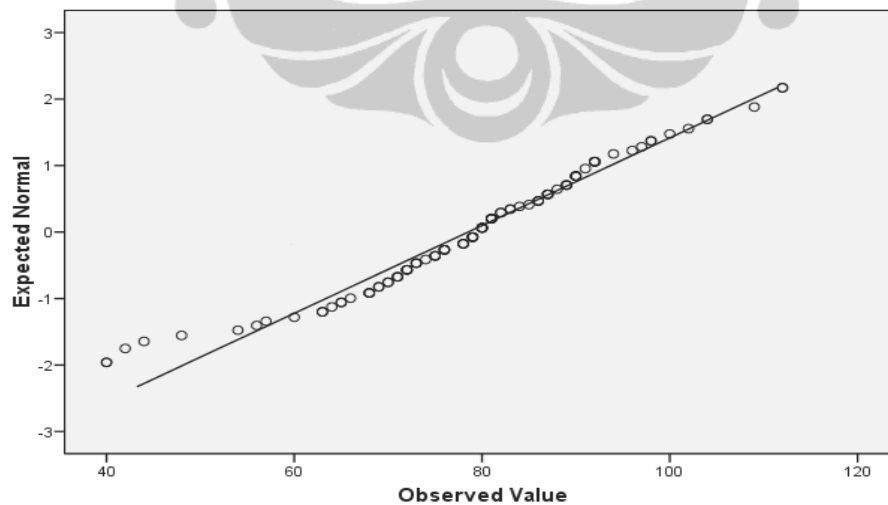
(lanjutan)

Derajat ketinggian <i>Brand Equity</i> MarkPlus				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Rendah	14	14	14
	Tinggi	86	86	86
	Total	100	100	100

### 3. Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Kolmogorov-Smirnov(a)		
	Statistic	df	Sig.
Personal Branding	0.08	99	0.096
Brand Equity	0.09	99	0.059

Normal Q-Q Plot of PBT



(lanjutan)

#### 4. Uji *Personal Branding* dengan *Brand Equity*

Korelasi <i>Personal Branding</i> Renald Kasali dengan <i>Brand Equity</i> MMUI			
		Personal Branding Renald Kasali	Brand Equity MMUI
Personal Branding Renald Kasali	Pearson Correlation	1	0,635**
	Sig. (2-tailed)		0.00
	N	99	99
Brand Equity MMUI	Pearson Correlation	0,635**	1
	Sig. (2-tailed)	0.00	
	N	99	100
**	Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

Korelasi <i>Personal Branding</i> Hermawan Kertajaya dengan <i>Brand Equity</i> MarkPlus			
		Personal Branding Hermawan Kertajaya	Brand Equity Markplus
Personal Branding Hermawan Kertajaya	Pearson Correlation	1	0,764**
	Sig. (2-tailed)		0.00
	N	100	100
Brand Equity Markplus	Pearson Correlation	0,764**	1
	Sig. (2-tailed)	0.00	
	N	100	100
**	Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

(lanjutan)

### 5. Uji t-test

One-Sample Test						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Personal branding Renald Kasali	47.76	98	0,00	38.81	37.20	40.42
Personal branding Hermawan Kertajaya	42.17	99	0,00	39.81	37.94	41.68

One-Sample Test						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Brand Equity MMUI	55.98	99	0,00	35.31	34.06	36.56
Brand Equity Markplus	55.34	99	0,00	41.84	40.34	43.34

(lanjutan)

## 6. Uji Nominal Correlation

Apakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali? * Personal branding RK Koding Crosstabulation					
			Personal branding RK		Total
			Tidak Setuju	Setuju	
apakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali?	Ya	Count	10	67	77
		% within apakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali?	12.99	87.01	100
	Tidak	Count	15	7	22
		% within apakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali?	68.18	31.82	100
Total		Count	25	74	99
		% within apakah anda mengenal sosok Bp. Rhenald Kasali?	25.25	74.75	100

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Cramer's V	0.528			0.00
N of Valid Cases		99			

a

Not assuming the null hypothesis.

b

Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c

Based on normal approximation.

(lanjutan)

Apakah anda mengenal sosok Bp.Hermawan Kertajaya? * Personal Branding HK C Crosstabulation					
			Personal Branding HK		Total
			Tidak Setuju	Setuju	
apakah anda mengenal sosok Bp.Hermawan Kertajaya?	Ya	Count	9	56	65
		% within apakah anda mengenal sosok Bp.Hermawan Kertajaya?	13.85	86.15	100
	Tidak	Count	16	19	35
		% within apakah anda mengenal sosok Bp.Hermawan Kertajaya?	45.71	54.29	100
Total		Count	25	75	100
		% within apakah anda mengenal sosok Bp.Hermawan Kertajaya?	25	75	100

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Cramer's V	0.35			0.00
N of Valid Cases		100			

- a Not assuming the null hypothesis.  
b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.  
c Based on normal approximation.



(lanjutan)

		Brand Equity MMUI		Total	
		Tidak Setuju	Setuju		
apakah anda mengetahui institusi pendidikan MMUI?	Ya	Count	39	38	77
		% within apakah anda mengetahui institusi pendidikan MMUI?	50.65	49.35	100
	Tidak	Count	9	14	23
		% within apakah anda mengetahui institusi pendidikan MMUI?	39.13	60.87	100
Total		Count	48	52	100
		% within apakah anda mengetahui institusi pendidikan MMUI?	48	52	100

Symmetric Measures		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Cramer's V	0.097			0.332
N of Valid Cases		100			

- a Not assuming the null hypothesis.  
b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.  
c Based on normal approximation.

(lanjutan)

			Brand Equity Markplus		Total
			Tidak Setuju	Setuju	
apakah anda mengetahui perusahaan MarkPlus?	Ya	Count	4	50	54
		% within apakah anda mengetahui perusahaan MarkPlus?	7.41	92.59	100
	Tidak	Count	10	36	46
		% within apakah anda mengetahui perusahaan MarkPlus?	21.74	78.26	100
Total		Count	14	86	100
		% within apakah anda mengetahui perusahaan MarkPlus?	14	86	100

Symmetric Measures		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Cramer's V	0.206			0.040
N of Valid Cases		100			

- a Not assuming the null hypothesis.
- b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c Based on normal approximation.