

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Konsumen Produk Deterjen So Klin

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta mengharapkan kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini, sebagai bahan pengambilan data dalam penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Persepsi Harga dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Pakaian So Klin** (Survei Konsumen So Klin di Tip-Top Rawamangun Jakarta)".

Informasi yang saudara berikan dengan sebenarnya akan sangat membantu kelancaran penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Ghassany Hasyati

Bagian I

Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda (X) pada jawaban yang sesuai dengan Anda.

1. Anda pernah membeli dan menggunakan produk deterjen So Klin:
- | | |
|-----------|-----------------|
| a. Pernah | b. Tidak Pernah |
|-----------|-----------------|

Jika Anda menjawab "Tidak Pernah", maka Anda boleh berhenti mengisi kuesioner ini dan saya ucapkan terima kasih.

2. Jenis Kelamin:
- | | |
|-----------|---------|
| a. Wanita | b. Pria |
|-----------|---------|

3. Usia:
- | | |
|--------------------|------------------|
| a. \leq 25 tahun | b. 26 – 30 tahun |
| c. 31 – 35 tahun | d. 36 – 40 tahun |
| e. \geq 41 tahun | |

4. Pekerjaan:
- | | |
|----------------------------|------------------------------|
| a. Pelajar atau mahasiswa | b. Pegawai swasta |
| c. Pegawai Negri/ABRI/BUMN | d. Wiraswasta atau pengusaha |
| e. Lain-lain (.....) | |

5. Jumlah pendapatan per bulan:
- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| a. \leq Rp.499.999,- | b. Rp.500.000,- s.d Rp.1.499.999,- |
| c. Rp.1.500.000,- s.d Rp. 2.499.999,- | d. Rp.2.500.000,- s.d Rp. 3.499.999,- |
| e. \geq Rp.3.500.000,- | |

Bagian II

Berikan tanda *checklist* (√) pada jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Variabel X1 (Harga)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
<i>Negative Role of Price</i>						
1.	Manfaat deterjen So Klin sesuai dengan harganya.					
2.	Kualitas deterjen So Klin sesuai dengan harganya.					
3.	Anda membeli deterjen So Klin karena harganya yang terjangkau.					
4.	Anda membeli deterjen So Klin lebih banyak ketika terdapat potongan harga.					
5.	Anda menginformasikan harga deterjen So Klin kepada orang lain.					

Variabel X2 (Periklanan)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
<i>Message Exposure</i>						
6.	Media iklan televisi yang dipilih deterjen So Klin sudah tepat.					
7.	Iklan deterjen So Klin sering muncul di televisi.					
8.	Durasi iklan deterjen So Klin di televisi lama/panjang.					
<i>Attention</i>						
9.	Pengucapan dalam iklan deterjen So Klin jelas.					
10.	Iringan musik dalam iklan deterjen So Klin menarik.					
11.	Tampilan gambar dalam iklan deterjen So Klin terlihat jelas.					
12.	Tampilan tulisan dalam iklan deterjen So Klin terlihat jelas.					
13.	Pemilihan warna dalam iklan deterjen So Klin menarik.					
<i>Comprehension</i>						
14.	Informasi yang terdapat dalam iklan deterjen So Klin jelas.					
15.	Penggunaan kata-kata dalam iklan deterjen So Klin mudah dimengerti.					
<i>Acceptance</i>						
16.	Iklan deterjen So Klin menimbulkan kesan yang positif.					
17.	Iklan deterjen So Klin mendorong Anda untuk membelinya.					
<i>Retention</i>						
18.	Pesan dalam iklan deterjen So Klin mudah diingat.					
19.	Pesan dalam iklan deterjen So Klin tidak mudah dilupakan dalam waktu lama.					

Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
<i>Problem Recognition</i>						
20.	Anda menyadari kebutuhan akan deterjen So Klin dari dalam diri Anda sendiri.					
21.	Anda menyadari kebutuhan akan deterjen So Klin dari keluarga Anda.					
22.	Anda menyadari kebutuhan akan deterjen So Klin dari teman Anda.					
23.	Anda menyadari kebutuhan akan deterjen So Klin dari iklan televisi.					
<i>Information Search</i>						
24.	Anda sadar terhadap informasi produk deterjen So Klin yang ada.					
25.	Anda aktif mencari informasi seputar deterjen So Klin melalui keluarga Anda.					
26.	Anda aktif mencari informasi seputar deterjen So Klin melalui teman Anda.					
27.	Anda aktif mencari informasi seputar deterjen So Klin melalui iklan televisi.					
<i>Evaluation of Alternatives</i>						
28.	Anda berusaha memenuhi kebutuhan Anda akan deterjen.					
29.	Anda mencari manfaat tertentu dari berbagai deterjen yang ada.					
30.	Anda mengevaluasi setiap merek deterjen yang ada agar mendapatkan manfaat yang Anda butuhkan.					
<i>Purchase Decision</i>						
31.	Anda memilih deterjen So Klin karena memiliki standar manfaat yang Anda butuhkan.					
32.	Anda memilih deterjen So Klin sebagai merek terbaik berdasarkan manfaat yang Anda rasakan paling penting.					
33.	Anda mengeliminasi deterjen merek lain karena tidak memenuhi standar manfaat yang Anda inginkan.					
<i>Post-purchase Behavior</i>						
34.	Anda merasa puas menggunakan produk deterjen So Klin.					
35.	Anda akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan deterjen So Klin.					

TERIMA KASIH