

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *DEODORANT AXE* MELALUI *WORD OF MOUTH***

(Studi Kasus wilayah Cengkareng - Jakarta Barat)

Kepada Yth,

Saudara/I Responden

Di – Tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SURSA IBADRYAN

NIM : 2013-11-018

Adalah mahasiswa S-1 Jurusan Manajemen Universitas Esa Unggul Jakarta Barat.

Dengan ini saya memohon kepada Saudara/I untuk dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Saya menyadari permohonan ini sedikit banyaknya akan mengganggu aktivitas atau ketenangan Saudara/I. Penelitian ini digunakan hanya untuk kepentingan penyelesaian skripsi saya.

Atas kesediaan Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

SURSA IBADRYAN

PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah setiap pernyataan sesuai dengan pendapat Anda.
2. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda silang (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Anda.
3. Adapun makna dari tanda tersebut adalah sebagai berikut:
 - STS : Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Sesuai (1)
 - TS : Tidak Setuju / Tidak Sesuai (2)
 - S : Setuju / Sesuai (3)
 - SS : Sangat Setuju / Sangat Sesuai (4)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nomor responden : ____ (diisi oleh peneliti)

1. Jenis Kelamin : () Laki-Laki
() Perempuan
2. Usia : () 17 – 22 tahun
() 23 – 28 tahun
() 29 – 34 tahun
() > 35 tahun
3. Pendidikan Terakhir : () SMP
() SMA
() S1
4. Pekerjaan/Profesi : () Pelajar/Mahasiswa
() PNS (Pegawai Negeri Sipil)
() Karyawan Swasta
() Lain – lain
5. Berapa kali dalam seminggu anda melihat iklan *deodorant* Axe di televisi ?
() 1-2 kali () 5-6 kali
() 3-4 kali () > 6 kali
6. Berapa kali anda pernah membeli *Deodorant* Axe ?
() 1 kali () 3 kali
() 2 kali () >3 kali

No.	Pernyataan	1	2	3	4
	WORD OF MOUTH	STS	TS	S	SS
1.	Sering mendapatkan informasi <i>deodorant</i> Axe dari teman.				
2.	Sering dibujuk teman untuk menggunakan <i>deodorant</i> Axe.				
3.	Sering mendapatkan informasi yang jelas tentang <i>deodorant</i> Axe dari teman.				
4.	Sering mendapatkan informasi yang meyakinkan tentang <i>deodorant</i> Axe dari teman.				
5.	Saya mendapatkan informasi tentang <i>deodorant</i> Axe dari orang terpercaya.				
6.	Informasi yang diberikan menimbulkan keinginan untuk menggunakan <i>deodorant</i> Axe.				
7.	Saya membeli berdasarkan keberagaman jenis varian yang ditawarkan <i>deodorant</i> Axe.				
8.	Saya membeli berdasarkan keunggulan produk <i>deodorant</i> Axe.				
9.	Saya membeli berdasarkan kepopuleran <i>deodorant</i> Axe.				
10.	Saya lebih memilih <i>deodorant</i> Axe di bandingkan merek lain.				
	IKLAN	STS	TS	S	SS
11.	Iklan <i>deodorant</i> Axe selalu memberikan informasi produk baru.				
12.	Pesan yang disampaikan dalam iklan <i>deodorant</i> Axe mampu membangkitkan keinginan saya untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk <i>deodorant</i> Axe.				
13.	<i>Deodorant</i> Axe selalu memberi informasi mengenai kegunaan baru.				
14.	Pesan yang disampaikan dalam iklan <i>deodorant</i> Axe mampu mempengaruhi keputusan saya dalam menentukan <i>deodorant</i> yang akan saya gunakan.				
15.	Pesan yang disampaikan dalam iklan <i>deodorant</i> Axe mampu mempengaruhi saya dalam melihat				

	perbandingan keunggulan produk lain,				
16.	Menurut saya iklan <i>deodorant</i> Axe mudah di ingat.				
17.	Menurut saya iklan <i>deodorant</i> Axe sangat menarik perhatian.				
18.	Menurut saya iklan <i>deodorant</i> Axe selalu memberikan kesan yang baik				
	BRAND IMAGE	STS	TS	S	SS
19.	<i>Deodorant</i> Axe memiliki kualitas yang baik.				
20.	<i>Deodorant</i> Axe sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia.				
21.	Kualitas merek <i>deodorant</i> Axe sesuai dengan fungsinya.				
22.	Kualitas merek <i>deodorant</i> Axe sesuai dengan manfaatnya.				
23.	<i>Deodorant</i> Axe mudah diperoleh dimana saja.				
24.	<i>Brand image</i> <i>deodorant</i> Axe baik.				
25.	<i>Deodorant</i> Axe mempunyai citra merek yang menarik.				
26.	<i>Deodorant</i> Axe relative lebih murah dari pesaing.				
	KEPUTUSAN PEMBELIAN	STS	TS	S	SS
27.	Saya membeli <i>deodorant</i> Axe karena varian yang menarik perhatian.				
28.	Saya melakukan pembelian <i>deodorant</i> Axe karena sudah mencari tahu manfaat yang di tawarkan oleh produk lain.				
29.	Saya membeli <i>deodorant</i> Axe karena sudah banyak di kenal di mata masyarakat.				
30.	Saya melakukan pembelian <i>deodorant</i> Axe karena sudah membandingkan merek lain.				

31.	Saya mencari informasi tentang <i>deodorant</i> Axe dari iklan, situs web resmi, serta dari penyalurnya.				
-----	--	--	--	--	--

Terima kasih atas kerja sama Saudara/I

Lampiran 2

Data Profil Karakteristik 30 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	23 orang	30 orang
	Perempuan	7 orang	
Usia	17-22 tahun	12 orang	30 orang
	23-28 tahun	8 orang	
	29-34 tahun	6 orang	
	>35 tahun	4 orang	
Pendidikan Terakhir	SMP	3 orang	30 orang
	SMA/SMK	12 orang	
	S1	15 orang	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	14 orang	30 orang
	PNS	8 orang	
	Karyawan Swasta	5 orang	
	Lainnya	3 orang	
Melihat iklan <i>Deodorant Axe</i>	1-2 kali	7 orang	30 orang
	3-4 kali	8 orang	
	5-6 kali	13 orang	
	>6 kali	1 orang	
Membeli dan Menggunakan <i>Deodorant Axe</i>	1 kali	7 orang	30 orang
	2 kali	10 orang	
	3 kali	8 orang	
	>3 kali	5 orang	

Lampiran 3

Data Profil Karakteristik 110 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	64 orang	110 orang
	Perempuan	46 orang	
Usia	17-22 tahun	59 orang	110 orang
	23-28 tahun	48 orang	
	29-34 tahun	3 orang	
	>35 tahun	- orang	
Pendidikan Terakhir	SMP	10 orang	110 orang
	SMA/SMK	47 orang	
	S1	53 orang	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	44 orang	110 orang
	PNS	39 orang	
	Karyawan Swasta	13 orang	
	Lainnya	14 orang	
Melihat iklan <i>Deodorant Axe</i>	1-2 kali	17 orang	110 orang
	3-4 kali	20 orang	
	5-6 kali	31 orang	
	>6 kali	42 orang	
Membeli dan Menggunakan <i>Deodorant Axe</i>	1 kali	15 orang	110 orang
	2 kali	24 orang	
	3 kali	43 orang	
	>3 kali	28 orang	