

Lampiran 1

**KUESIONER PENELITIAN**

Hal : Permohonan Pengisian angket / kuesioner

Lampiran : 1 (satu) Berkas

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian.  
(Survei pada Mahasiswa yang Mengkonsumsi *Teh Botol Sosro* Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang).

Kepada Yth : Mahasiswa / Mahasiswi Jurusan Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Dengan hormat,

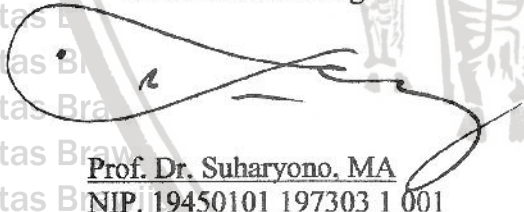
Sehubungan dengan adanya penelitian yang saya adakan dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian. (Survei pada Mahasiswa yang Mengkonsumsi *Teh Botol Sosro* Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang) maka saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu untuk menjawab dan mengisi daftar pertanyaan mengenai produk *Teh Botol Sosro*. Angket ini semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah. Untuk itu mohon dijawab dengan jujur, karena jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan dipublikasikan.

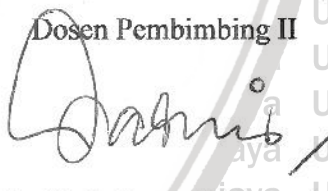
Kesediaan anda merupakan bantuan yang sangat besar artinya bagi terselesainya penelitian ini. Sebelumnya saya ucapkan banyak terima kasih.

Komisi Pembimbing


Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Prof. Dr. Suharyono, MA  
NIP. 19450101 197303 1 001

  
Dr. Kadarisman Hidayat, M. Si  
NIP. 19600515 198601 1 002

Peneliti

  
Riska Oktavita  
NIM. 0910320333

Responden yang terhormat, berkenaan dengan skripsi yang saya lakukan, dengan mengambil judul Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian, maka dengan hormat saya meminta kesediaan Saudara untuk menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang saya ajukan. Besar harapan saya agar Saudara memberikan jawaban sebenarnya, atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Riska Oktavita

**Data Responden**

- 1. Nama : .....
- 2. Alamat : .....
- 3. Jenis kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan \*
- 4. Usia : ..... tahun
- 5. Profesi : ( ) Pelajar ( ) Mahasiswa/i ( ) Wiraswasta ( ) PNS ( ) Peg. Swasta ( ) Lainnya..... \*
- 6. Besar uang saku Anda tiap bulan: Rp. ....
- 7. Apakah Anda lebih sering mengkonsumsi *Teh Botol Sosro* daripada minuman lainnya ?  
( ) YA ( ) TIDAK \*

\*Berilah tanda √ untuk jawaban yang sesuai pada tanda kurung yang tersedia.

Malang, Maret 2013

(.....)

**PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

Pada pernyataan berikut silahkan mengisi sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda √ pada jawaban yang Saudara anggap tepat.

SS = Sangat Setuju ; S = Setuju ; KS = Kurang Setuju ; TS = Tidak Setuju ; STS = Sangat Tidak Setuju

**A. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)**

**1. Produk**

No.	Uraian	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	<i>Teh Botol Sosro</i> merupakan produk minuman yang berkualitas					
2	Kemasan dari <i>Teh Botol Sosro</i> dibuat secara praktis sehingga mudah untuk dibawa kemana-mana					
3	<i>Teh Botol Sosro</i> merupakan minuman yang terjamin ke higienisannya					

**2. Harga**

No	Uraian	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Harga <i>Teh Botol Sosro</i> sesuai dengan kualitas produknya					
2	Harga yang ditawarkan <i>Teh Botol Sosro</i> sangat terjangkau untuk kalangan mahasiswa					
3	Harga dari <i>Teh Botol Sosro</i> lebih murah daripada produk minuman lainnya					

**3. Promosi**

No.	Uraian	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Media promosi yang digunakan oleh <i>Teh Botol Sosro</i> tepat					
2	Iklan yang dibuat oleh <i>Teh Botol Sosro</i> menarik perhatian					
3	Pesan iklan yang dibuat <i>Teh Botol Sosro</i> mudah dipahami					

**4. Distribusi**

No.	Uraian	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	<i>Teh Botol Sosro</i> sangat mudah diperoleh					
2	<i>Teh Botol Sosro</i> selalu tersedia di mana saja					
3	Lokasi pembelian <i>Teh Botol Sosro</i> mudah dijangkau					

**B. Keputusan Pembelian**

No.	Uraian	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Keputusan Pembelian <i>Teh Botol Sosro</i> , Anda lakukan berdasarkan waktu pembelian					
2	Keputusan Pembelian, Anda lakukan berdasarkan keterkenalan merek <i>Teh Botol Sosro</i>					
3	Keputusan Pembelian, Anda lakukan berdasarkan tingkat keseringan membeli <i>Teh Botol Sosro</i>					

Malang, Maret 2013

Penanggung jawab

Responden

