

PENGANTAR KUESIONER

Kepada

Yth. Saudara / Saudari

Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi

Jurusan Administrasi Bisnis

Universitas Brawijaya Malang

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan pengumpulan data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan ini saya :

Nama : Achmad Taufan Charis S.

NIM : 0810320004

Mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Produk Air Minum Mineral Merek *Aqua* pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). Saya mohon kerjasama Saudara / Saudari untuk mengisi kuesioner di bawah ini.

Atas perhatian dan kesediaan Saudara / Saudari untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Mengetahui,

Ketua Pembimbing

Anggota Pembimbing

Drs. Wilopo, MAB

19660430 199303 1 002

Sunarti, S. SOS, MAB

19740717 199802 2 001

Peneliti

Achmad Taufan Charis S.

0810320004

A. Data Responden

1. Nama :
2. NIM :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan (* coret yang tidak perlu)
4. Umur :
5. Uang saku per bulan : a. Rp 100.000,- < Rp 500.000,-
b. Rp 500.000,- < Rp 1.000.000,-
c. Rp 1.000.000,- < Rp 1.500.000,-
d. > Rp 1.500.000,-

Petunjuk : Berilah tanda (✓) pada setiap jawaban yang Anda anggap paling tepat pada pernyataan kueisoner di bawah ini.

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
RR = Ragu-ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

B. Pernyataan

1. Asosiasi Merek

a. Kualitas Produk

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Keawetan					
a.	Saya membeli produk air minum mineral merek <i>Aqua</i> karena masa expired <i>Aqua</i> lebih lama.					
b.	Saya membeli produk air minum merek <i>Aqua</i> karena kemasan dapat menjaga mutu air.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
2.	Desain					
a.	Saya membeli produk air mineral merek <i>Aqua</i> karena desain kemasan yang menarik.					
b.	Saya membeli produk air mineral merek <i>Aqua</i> desain kemasan yang berbeda dengan merek lain.					

b. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pertimbangan Harga					
a.	Harga sesuai dengan daya beli konsumen.					
b.	Harga sesuai dengan kualitas produk.					

c. Emosional

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Estetika					
a.	Ukuran kemasan <i>Aqua</i> disesuaikan dengan selera konsumen.					
b.	Ukuran kemasan <i>Aqua</i> yang disesuaikan dengan daya beli konsumen.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
2.	Kepuasan karena Lingkungan Sosial (<i>self-expressive value</i>)					
a.	Saya membeli produk air mineral merek <i>Aqua</i> karena produk menimbulkan suatu kebanggaan tersendiri.					
b.	Saya merasa lebih nyaman di lingkungan sosial ketika saya memilih produk air minum mineral merek <i>Aqua</i> .					

d. Kemudahan

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pertimbangan Berdasarkan Kemudahan					
a.	Saya membeli produk air mineral merek <i>Aqua</i> karena produk <i>Aqua</i> mudah dibawa kemana-mana.					
b.	Saya membeli produk air mineral merek <i>Aqua</i> karena kemudahan mendapatkan produk.					

2. Keputusan Pembelian

a. Keputusan Pembelian Air Minum Mineral Merek Aqua

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	Pertimbangan dalam Pembelian					
a.	Ketika haus saya akan membeli produk air minum mineral merek Aqua.					
b.	Setelah mendapatkan berbagai macam informasi tentang produk air minum mineral saya membeli Aqua					
c.	Dari berbagai macam evaluasi alternatif produk air minum mineral saya membeli Aqua.					
d.	Ketika saya membeli produk air minum mineral saya membeli Aqua.					
e.	Setelah saya merasakan produk air minum mineral merek Aqua saya memilih Aqua.					

Malang, Mei 2012

Ttd,

()