

## DAFTAR PUSTAKA

- Belch & Belch, George E., Michael A., “Advertising and Promotion”, International Edition, McGraw-Hill Book, 2004.
- Ghozali, Imam. 2006. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”,. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gray, John., “Men are from Mars, Women are from Venus”, cetakan ketujuh belas, PT.SUN, Jakarta, 2007
- Jefkins, Frank, “Periklanan” edisi ke-3, Erlangga, 1997.
- Khasali, Renald, “Manajemen Periklanan : Konsepnya dan Aplikasinya di Indonesia”, cetakan 5, Grafiti, 2007.
- Kotler, Philip; Ketler, Kevin Lane, “Manajemen Pemasaran”, edisi 12, jilid 1, Indeks, 2007.
- Kotler, Philip; Ketler, Kevin Lane, “Manajemen Pemasaran”, edisi 12, jilid 2, Indeks, 2007.
- Lee, Moon; Johnson, Carla. “Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif GLOBAL”, edisi pertama, cetakan ke-2, Kencana, 2007.
- Nazir, Mohammad Ph. D, “Metode Penelitian”, cetakan ke lima, Ghalia Indonesia, 2003.
- Olson, Peter, “Consumer Behaviour”, McGraw-Hill Book, 2006,
- Pollay, Richard W.; Mittal, Banwari, “Here’s the Beef : Factors, Determinants, and Segments in Consumer Criticism of Advertising”, Academic Research Library, 1993.

- Sekaran, Uma, “Metodologi Penelitian untuk Bisnis”, jilid 1, edisi ke 4, Salemba Empat, 2006.
- Sekaran, Uma, “Metodologi Penelitian untuk Bisnis”, jilid 2, edisi ke 4, Salemba Empat, 2006.
- Shimp, Terrence H., “Advertising and Promotion”, Thompson, 2007
- Tjiptono, Fandy; Chandra, Yanto; Diana, Anastasia., “Marketing Scales”, ANDI, Yogyakarta.

# LAMPIRAN

## KUESIONER

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, saya sedang menyusun skripsi yang merupakan salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana ekonomi strata-satu (S1).

Sehubungan dengan hal tersebut, saya bermaksud mengadakan penelitian mengenai masalah : **Opini Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap Periklanan.**

Demikian hal tersebut, peneliti mengucapkan terimakasih atas kesediaan waktu responden untuk mengisi angket ini.

Bandung, Juni 2008

Ricky S. Niagara

## A. DATA RESPONDEN

Pada bagian ini, dimohon untuk mengisi identitas Anda dan minat Anda tentang iklan. Pada setiap pertanyaan beri tanda silang (X) pada pilhan yang ada.

1. Jenis Kelamin Responden :  
a. Pria                      b. Wanita
  
2. Usia Responden :  
a. 18 – 21 tahun              b. 22 – 25 tahun              c. > 25 tahun
  
3. Tingkat pengeluaran responden per bulan :  
a. Rp. 500.000,- <sup>s/d</sup> Rp. 1.500.000,-  
b. Rp. 1.500.000,- <sup>s/d</sup> Rp. 3.000.000,-  
c. Rp. 3.000.000,- <sup>s/d</sup> Rp. 5.000.000,-
  
4. IPK dari Responden saat ini :  
a.  $\leq 1.75$               b. 1.75 – 2.50              c. 2.51 – 3.25              d.  $\geq 3.25$
  
5. Apakah anda sering melihat iklan :  
a. Ya                      b. Tidak
  
6. Di media mana Anda biasanya melihat iklan (maks. 2) :  
Beri tanda ( $\surd$ ) pada kotak yang Anda pilih

Media TV	
Media Cetak (Koran, Majalah)	
Media Radio	
Media Luar Ruang (Billboard, Banner, dsb)	

## B. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Untuk mengisi angket ini, Anda memberikan tanda silang (X) pada nomor yang telah disediakan. Pilihlah nomor yang paling sesuai dengan Anda.

1. STS = SANGAT TIDAK SETUJU
2. TS = TIDAK SETUJU
3. N = NETRAL
4. S = SETUJU
5. SS = SANGAT SETUJU

No	PERNYATAAN	STS				SS
1	Iklan itu sangat penting.	1	2	3	4	5
2	Iklan adalah sumber informasi yang berharga mengenai penjualan lokal.	1	2	3	4	5
3	Secara umum, iklan itu tidak menyesatkan.	1	2	3	4	5
4	Iklan sering menghibur dan menyenangkan.	1	2	3	4	5
5	Iklan membujuk orang untuk membeli sesuatu yang seharusnya mereka beli.	1	2	3	4	5
6	Sebagian besar iklan menghargai inteligensi konsumen kebanyakan ( <i>average consumer</i> ).	1	2	3	4	5
7	Dari iklan saya belajar tentang mode yang sedang trendy dan apa yang harus dibeli untuk memikat orang lain.	1	2	3	4	5
8	Iklan membantu meningkatkan standar kehidupan kita.	1	2	3	4	5
9	Iklan menghasilkan produk-produk yang lebih baik bagi publik.	1	2	3	4	5
10	Iklan memberitahu saya apa yang dibeli dan digunakan oleh orang-orang yang memiliki gaya hidup serupa dengan saya.	1	2	3	4	5
11	Iklan tidak menyebabkan kita menjadi masyarakat materialistik yang terlalu berlebihan dalam hasrat membeli dan memiliki sesuatu.	1	2	3	4	5
12	Iklan memberitahu saya merek-merek mana yang memiliki fitur yang saya cari.	1	2	3	4	5
13	Iklan mempromosikan nilai-nilai yang diinginkan dalam masyarakat kita.	1	2	3	4	5
14	Kadang saya senang memikirkan apa yang saya lihat atau dengar atau baca dari iklan.	1	2	3	4	5
15	Iklan tidak membuat orang membeli produk-produk yang harganya tidak terjangkau demi untuk pamer.	1	2	3	4	5
16	Secara umum, iklan menyebabkan harga-harga lebih murah	1	2	3	4	5

17	Iklan membantu saya mengetahui produk-produk yang sesuai atau tidak sesuai dengan citra diri saya.	1	2	3	4	5
18	Secara umum, iklan menampilkan gambaran nyata tentang produk yang diiklankan.	1	2	3	4	5
19	Kadang iklan jauh lebih menyenangkan dibandingkan isi media lainnya.	1	2	3	4	5
20	Secara umum, iklan membantu perekonomian nasional kita.	1	2	3	4	5
21	Sebagian besar iklan mengubah nilai-nilai kaum muda kita.	1	2	3	4	5
22	Iklan membantu saya dalam mengikuti perkembangan produk/jasa yang tersedia di pasar.	1	2	3	4	5
23	Kebanyakan iklan hanya merupakan pemborosan sumber daya ekonomi kita.	1	2	3	4	5
24	Secara keseluruhan, saya menganggap iklan sesuatu yang baik.	1	2	3	4	5
25	Iklan tidak membuat orang hidup dalam dunia fantasi.	1	2	3	4	5
26	Tidak banyak seks dalam periklanan dewasa ini.	1	2	3	4	5
27	Karena iklan, orang membeli banyak produk yang sebetulnya mereka butuhkan.	1	2	3	4	5
28	Opini umum saya terhadap iklan adalah baik ( <i>favorable</i> ).	1	2	3	4	5
29	Secara umum, iklan mendorong kompetisi yang pada gilirannya menguntungkan konsumen.	1	2	3	4	5
30	Sebagian produk/jasa yang dipromosikan dalam iklan cenderung baik bagi masyarakat kita.	1	2	3	4	5
31	Saya menganggap iklan sebagai interupsi yang disukai.	1	2	3	4	5
32	Iklan bukanlah isu yang penting bagi saya dan saya tidak terganggu dengan iklan .	1	2	3	4	5

Berilah tanda silang (X) pada jawaban kuesioner di bawah ini untuk menunjukkan seberapa besar perasaan Anda terhadap periklanan.

- 1. **SB** = **SANGAT BENCI**
- 2. **B** = **BENCI**
- 3. **N** = **NETRAL**
- 4. **S** = **SUKA**
- 5. **SS** = **SANGAT SUKA**

No	PERNYATAAN	SB				SS
33	Secara keseluruham, apakah Anda menyukai atau membenci iklan ?	1	2	3	4	5