

### Kuesioner *Brand Image*

No item	Spearman	Diterima/Ditolak
1.	0,762	diterima
2.	0,465	diterima
3.	0,535	diterima
4.	0,718	diterima
5.	0,406	diterima
6.	0,6	diterima
7.	0,311	diterima
8.	0,622	diterima
9.	0,69	diterima
10.	0,665	diterima
11.	0,661	diterima
12.	0,785	diterima
13.	0,58	diterima
14.	0,686	diterima
15.	0,543	diterima
16.	0,487	diterima
17.	0,531	diterima
18.	0,712	diterima
19.	0,758	diterima
20.	0,537	diterima
21.	0,524	diterima
22.	0,51	diterima
23.	0,549	diterima
24.	0,738	diterima
25.	0,357	diterima
26.	0,556	diterima
27.	0,645	diterima
28.	0,509	diterima
29.	0,542	diterima
30.	0,416	diterima
31.	0,315	diterima
32.	0,584	diterima
33.	0,461	diterima

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,922	33

## Kuesioner Keputusan Membeli

No item	Spearman	Diterima/Ditolak
1.	0,612	diterima
2.	0,421	diterima
3.	0,751	diterima
4.	0,64	diterima
5.	0,618	diterima
6.	0,503	diterima
7.	0,517	diterima
8.	0,689	diterima
9.	0,312	diterima
10.	0,581	diterima
11.	0,469	diterima
12.	0,327	diterima
13.	0,466	diterima
14.	0,483	diterima
15.	0,694	diterima
16.	0,383	diterima
17.	0,357	diterima
18.	0,641	diterima
19.	0,339	diterima
20.	0,627	diterima
21.	0,507	diterima
22.	0,569	diterima
23.	0,315	diterima
24.	0,556	diterima
25.	0,676	diterima
26.	0,594	diterima
27.	0,59	diterima
28.	0,337	diterima
29.	0,78	diterima
30.	0,371	diterima

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,745	30

### Correlations

			Keputusan membeli	Brand image
Spearman's rho	keputusan	Correlation	1,000	,210(*)
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	,047
	brand	N	90	90
		Correlation	,210(*)	1,000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	,047	.
		N	90	90

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 7.1 HASIL CROSSTAB KEPUTUSAN MEMBELI DENGAN BRAND IMAGE

### brand image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	negatif	38	42,2	42,2	42,2
	positif	52	57,8	57,8	100,0
Total		90	100,0	100,0	

### keputusan membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	beli	45	50,0	50,0	50,0
	tidak	45	50,0	50,0	100,0
Total		90	100,0	100,0	

### keputusan \* brand\_image Crosstabulation

		brand_image		Total	
		negatif	positif		
keputusan	beli	Count	18	27	45
		% of Total	20,0%	30,0%	50,0%
	tidak	Count	20	25	45
		% of Total	22,2%	27,8%	50,0%
Total		Count	38	52	90
		% of Total	42,2%	57,8%	100,0%

## 7.2 HASIL CROSSTAB TIAP ASPEK

### keputusan \* product Crosstabulation

		product		Total	
		negatif	positif		
keputusan	beli	Count	13	32	45
		% of Total	14,4%	35,6%	50,0%
	tidak	Count	16	29	45
		% of Total	17,8%	32,2%	50,0%
Total		Count	29	61	90
		% of Total	32,2%	67,8%	100,0%

### keputusan \* brand\_price Crosstabulation

		brand_harga		Total	
		negatif	positif		
keputusan	beli	Count	15	30	45
		% of Total	16,7%	33,3%	50,0%
	tidak	Count	22	23	45
		% of Total	24,4%	25,6%	50,0%
Total		Count	37	53	90
		% of Total	41,1%	58,9%	100,0%

### keputusan \* brand\_promotion Crosstabulation

		brand_promotion		Total	
		negatif	positif		
keputusan	beli	Count	16	29	45
		% of Total	17,8%	32,2%	50,0%
	tidak	Count	24	21	45
		% of Total	26,7%	23,3%	50,0%
Total		Count	40	50	90
		% of Total	44,4%	55,6%	100,0%

**keputusan \* brand\_place Crosstabulation**

		brand_place		Total	
		negatif	positif		
keputusan	beli	Count	21	24	45
		% of Total	23,3%	26,7%	50,0%
	tidak	Count	22	23	45
		% of Total	24,4%	25,6%	50,0%
Total		Count	43	47	90
		% of Total	47,8%	52,2%	100,0%

**keputusan \* brand\_logo Crosstabulation**

		brand_logo		Total	
		negatif	positif		
keputusan	beli	Count	11	34	45
		% of Total	12,2%	37,8%	50,0%
	tidak	Count	10	35	45
		% of Total	11,1%	38,9%	50,0%
Total		Count	21	69	90
		% of Total	23,3%	76,7%	100,0%

**keputusan \* brand\_kualitas Crosstabulation**

		brand_kualitas		Total	
		negatif	positif		
keputusan	beli	Count	11	34	45
		% of Total	12,2%	37,8%	50,0%
	tidak	Count	15	30	45
		% of Total	16,7%	33,3%	50,0%
Total		Count	26	64	90
		% of Total	28,9%	71,1%	100,0%

**keputusan \* brand\_kemasan Crosstabulation**

			brand_kemasan		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	10	35	45
		% of Total	11,1%	38,9%	50,0%
	tidak	Count	9	36	45
		% of Total	10,0%	40,0%	50,0%
Total		Count	19	71	90
		% of Total	21,1%	78,9%	100,0%

**keputusan \* brand\_pilihan\_ukuran Crosstabulation**

			brand_pilihan_ukuran		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	14	31	45
		% of Total	15,6%	34,4%	50,0%
	tidak	Count	13	32	45
		% of Total	14,4%	35,6%	50,0%
Total		Count	27	63	90
		% of Total	30,0%	70,0%	100,0%

**keputusan \* brand\_harga Crosstabulation**

			brand_harga		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	15	30	45
		% of Total	16,7%	33,3%	50,0%
	tidak	Count	22	23	45
		% of Total	24,4%	25,6%	50,0%
Total		Count	37	53	90
		% of Total	41,1%	58,9%	100,0%

**keputusan \* brand\_hrg\_kualitas Crosstabulation**

			brand_hrg_kualitas		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	17	28	45
		% of Total	18,9%	31,1%	50,0%
	tidak	Count	29	16	45
		% of Total	32,2%	17,8%	50,0%
Total		Count	46	44	90
		% of Total	51,1%	48,9%	100,0%

**keputusan \* brand\_hrg\_isi Crosstabulation**

			brand_hrg_isi		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	24	21	45
		% of Total	26,7%	23,3%	50,0%
	tidak	Count	24	21	45
		% of Total	26,7%	23,3%	50,0%
Total		Count	48	42	90
		% of Total	53,3%	46,7%	100,0%

**keputusan \* brand\_iklan Crosstabulation**

			brand_iklan		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	15	30	45
		% of Total	16,7%	33,3%	50,0%
	tidak	Count	16	29	45
		% of Total	17,8%	32,2%	50,0%
Total		Count	31	59	90
		% of Total	34,4%	65,6%	100,0%



**keputusan \* brand\_promosi Crosstabulation**

			brand_promosi		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	18	27	45
		% of Total	20,0%	30,0%	50,0%
	tidak	Count	23	22	45
		% of Total	25,6%	24,4%	50,0%
Total		Count	41	49	90
		% of Total	45,6%	54,4%	100,0%

**keputusan \* brand\_pot\_hrg Crosstabulation**

			brand_pot_hrg		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	9	36	45
		% of Total	10,0%	40,0%	50,0%
	tidak	Count	11	34	45
		% of Total	12,2%	37,8%	50,0%
Total		Count	20	70	90
		% of Total	22,2%	77,8%	100,0%

**keputusan \* brand\_undian Crosstabulation**

			brand_undian		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	24	21	45
		% of Total	26,7%	23,3%	50,0%
	tidak	Count	30	15	45
		% of Total	33,3%	16,7%	50,0%
Total		Count	54	36	90
		% of Total	60,0%	40,0%	100,0%

**keputusan \* brand\_area\_pnjualan Crosstabulation**

			brand_area_pnjualan		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	18	27	45
		% of Total	20,0%	30,0%	50,0%
	tidak	Count	26	19	45
		% of Total	28,9%	21,1%	50,0%
Total		Count	44	46	90
		% of Total	48,9%	51,1%	100,0%

**keputusan \* brand\_ketersediaan\_brg Crosstabulation**

			brand_ketersediaan_brg		Total
			negatif	positif	
keputusan	beli	Count	18	27	45
		% of Total	20,0%	30,0%	50,0%
	tidak	Count	14	31	45
		% of Total	15,6%	34,4%	50,0%
Total		Count	32	58	90
		% of Total	35,6%	64,4%	100,0%

### 7.3 CROSSTAB DATA PENUNJANG

**keputusan \* sikap Crosstabulation**

			sikap			Total
			keluarga	teman	keduanya	
keputusan	beli	Count	11	25	9	45
		% of Total	12,2%	27,8%	10,0%	50,0%
	tidak	Count	15	16	14	45
		% of Total	16,7%	17,8%	15,6%	50,0%
Total		Count	26	41	23	90
		% of Total	28,9%	45,6%	25,6%	100,0%

**keputusan \* item\_14 Crosstabulation**

			item_14		Total
			a	b	
keputusan	beli	Count	36	9	45
		% of Total	40,0%	10,0%	50,0%
	tidak	Count	30	15	45
		% of Total	33,3%	16,7%	50,0%
Total		Count	66	24	90
		% of Total	73,3%	26,7%	100,0%

**keputusan \* item\_15 Crosstabulation**

		item_15		Total
		a	b	
keputusan beli	Count	7	38	45
	% of Total	7,8%	42,2%	50,0%
tidak	Count	14	31	45
	% of Total	15,6%	34,4%	50,0%
Total	Count	21	69	90
	% of Total	23,3%	76,7%	100,0%

**keputusan \* item\_16 Crosstabulation**

		item_16		Total
		a	b	
keputusan beli	Count	7	38	45
	% of Total	7,8%	42,2%	50,0%
tidak	Count	16	29	45
	% of Total	17,8%	32,2%	50,0%
Total	Count	23	67	90
	% of Total	25,6%	74,4%	100,0%

**keputusan \* item\_17 Crosstabulation**

		item_17		Total
		a	b	
keputusan beli	Count	5	40	45
	% of Total	5,6%	44,4%	50,0%
tidak	Count	14	31	45
	% of Total	15,6%	34,4%	50,0%
Total	Count	19	71	90
	% of Total	21,1%	78,9%	100,0%

## 7.4 DATA PRIBADI

### Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	26	28,9	28,9	28,9
	P	64	71,1	71,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	8	8,9	8,9	8,9
	19	23	25,6	25,6	34,4
	20	13	14,4	14,4	48,9
	21	46	51,1	51,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

### Fakultas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	desaign	6	6,7	6,7	6,7
	ekonomi	21	23,3	23,3	30,0
	kedokter	13	14,4	14,4	44,4
	psikolog	30	33,3	33,3	77,8
	sastra	5	5,6	5,6	83,3
	teknik	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

**Menggunakan pond's**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ya	90	100,0	100,0	100,0

## **KATA PENGANTAR**

Dengan hormat,

Saya mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha, dalam rangka mengakhiri masa studi pada strata satu dipersyaratkan untuk membuat karya ilmiah. Oleh karenanya, saya bermaksud melakukan penelitian mengenai *brand image* dan hubungannya dengan keputusan membeli.

Untuk itu saya memohon kesediaan saudara untuk menjadi responden dalam penelitian saya ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Kuesioner ini saya harap dapat saudara isi secara lengkap, sesuai dengan keadaan diri saudara saat ini. Demi kelancaran pengisian, saudara dapat terlebih dahulu memperhatikan petunjuk pengisian yang telah saya cantumkan diawal setiap kuesioner. Hasil penyusunan kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian semata, untuk itu kerahasiaan saudara sangat terjamin.

Penelitian ini menggunakan empat macam kuesioner yang masing-masing mempunyai petunjuk pengisian.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih atas perhatian, kesediaan dan waktu saudara untuk membantu penelitian ini.

Hormat saya,

Peneliti

## **KUESIONER I**

**Petunjuk pengisian :**

Isilah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan cara memberi tanda silang (X) pada pilihan yang telah tersedia atau isilah titik-titik dengan jawaban yang sesuai dengan diri saudara.

1. Nama (inisial) :

2. Jenis Kelamin : a. Perempuan b. Laki-laki

3. Usia : ..... tahun

4. Fakultas/Semester :

5. Apakah saudara selalu menggunakan sabun pembersih wajah pond's (dalam kemasan atau ukuran apapun) ? a. Ya b. Tidak

6. Apabila sabun pembersih wajah pond's saudara habis, saudara menggunakan sabun pembersih wajah lain ? a. Ya b. Tidak  
Alasannya

7. Apakah pendapat orang lain mengenai sabun pembersih wajah pond's mempengaruhi keputusan saudara untuk membeli sabun pembersih wajah pond's ?  
a. Ya b. Tidak

8. Apa yang membuat saudara memutuskan untuk membeli produk pond's ?  
Alasan

.....

**KUESIONER II**



**Petunjuk Pengisian :**

Silakan saudara memberikan tanda silang (**X**) pada pilihan yang sesuai dengan pengalaman dan keadaan diri saudara.

1. Dibawah ini terdapat orang-orang yang penting dan signifikan yang membuat saya membeli dan menggunakan sabun pembersih wajah pond's :
  - a. Keluarga (orangtua, saudara)
  - b. Teman
  - c. a dan b

**Catatan :**

- Bila nomor 1, saudara hanya memilih (**a**) maka silakan **isi nomor 2 sampai dengan 7 dan lewati nomor 8 sampai dengan 13**
- Bila nomor 1, saudara hanya memilih (**b**) maka **lewati nomor 2 sampai dengan 7** dan silakan saudara **mengisi nomor 8 sampai dengan 13**
- Bila nomor 1 saudara memilih (**c**) maka silakan saudara **isi nomor 2 dan seterusnya**

2. Seberapa yakin keluarga saudara pada kualitas dan citra sabun pembersih wajah pond's sebagai pembersih wajah yang akrab dan aspirasional ?
  - a. Sangat yakin
  - b. Cukup yakin
  - c. Biasa saja
  - d. Kurang yakin
  - e. Tidak yakin sama sekali
3. Seberapa positif pandangan keluarga terhadap sabun pembersih wajah pond's, sebagai pembersih wajah yang mereka gunakan ?
  - a. Sangat Positif
  - b. Cukup positif
  - c. Biasa saja
  - d. Cukup negatif
  - e. Sangat negatif
4. Seberapa suka keluarga saudara terhadap sabun pembersih wajah merek pond's ?
  - a. Sangat suka
  - d. Kurang menyukai

- b. Cukup suka  
c. Biasa saja
5. Seberapa tertarik keluarga saudara untuk membeli dan menggunakan sabun pembersih wajah pond's ?
- a. Sangat tertarik  
b. Cukup tertarik  
c. Biasa saja
- d. Kurang tertarik  
e. Tidak tertarik sama sekali
6. Keluarga ..... kepada saudara untuk membeli sabun pembersih wajah pond's.
- a. Sangat menyarankan  
b. Menyarankan  
c. Cenderung menyarankan
- d. Sangat tidak menyarankan  
e. Melarang
7. Seberapa kuat pengaruh keluarga untuk mempengaruhi niat saudara untuk membeli sabun pembersih wajah pond's ?
- a. Sangat berpengaruh  
b. Berpengaruh  
c. Cenderung berpengaruh
- d. Tidak berpengaruh  
e. Sangat tidak berpengaruh
8. Seberapa yakin teman saudara pada kualitas dan citra sabun pembersih wajah pond's sebagai pembersih wajah yang akrab dan aspirasional ?
- a. Sangat yakin  
b. Cukup yakin  
c. Biasa saja
- d. Kurang yakin  
e. Tidak yakin sama sekali
9. Seberapa positif pandangan teman saudara terhadap sabun pembersih wajah pond's, sebagai pembersih wajah yang mereka gunakan ?
- a. Sangat Positif  
b. Cukup positif  
c. Biasa saja
- d. Cukup negatif  
e. Sangat negatif
10. Seberapa suka teman saudara terhadap sabun pembersih wajah merek pond's ?
- a. Sangat suka  
b. Cukup suka  
c. Biasa saja
- d. Kurang menyukai  
e. Tidak menyukai sama sekali

11. Seberapa tertarik teman saudara untuk membeli dan menggunakan sabun pembersih wajah pond's ?
- a. Sangat tertarik
  - b. Cukup tertarik
  - c. Biasa saja
  - d. Kurang tertarik
  - e. Tidak tertarik sama sekali
12. Teman ..... kepada saudara untuk membeli sabun pembersih wajah pond's.
- a. Sangat menyarankan
  - b. Menyarankan
  - c. Cenderung menyarankan
  - d. Sangat tidak menyarankan
  - e. Melarang
- 13 Seberapa kuat pengaruh teman untuk mempengaruhi niat saudara untuk membeli sabun pembersih wajah pond's ?
- a. Sangat berpengaruh
  - b. Berpengaruh
  - c. Cenderung berpengaruh
  - d. Tidak berpengaruh
  - e. Sangat tidak berpengaruh

**Catatan untuk nomor selanjutnya :**

Pertanyaan-pertanyaan dibawah ini akan diberikan kepada saudara, dalam bentuk situasi tertentu yang mungkin terjadi saat saudara berniat membeli sabun pembersih wajah pond's.

- Silakan memilih jawaban **a**, bila hal itu **mempengaruhi niat saudara** untuk membeli
  - Silakan memilih jawaban **b**, bila hal tersebut **tidak mempengaruhi niat saudara** untuk membeli.
14. Saat saya akan membeli sabun pembersih wajah pond's ternyata sabun pembersih wajah tersebut habis atau tidak tersedia, maka saya ....
- a. Tidak jadi membelinya
  - b. Menggantinya dengan merek lain
15. Jika, sabun pembersih wajah lain sedangkan mengadakan promo, saya ....
- a. Tertarik untuk membelinya
  - b. Tetap membeli sabun pembersih wajah pond's

16. Ketika saya bermaksud membeli sabun pembersih wajah pond's ternyata di *counter* sebelah ditawarkan merek lain dengan penampilan dan keunggulan lebih menarik, maka saya ....
- a. Tertarik untuk membelinya
  - b. Tetap membeli sabun pembersih wajah pond's
17. Jika ada tawaran potongan harga dari merek lain, maka saya ....
- a. Tertarik untuk membelinya
  - b. Tetap membeli sabun pembersih wajah pond's

### **KUESIONER III**

#### **Petunjuk Pengisian :**

Pada halaman selanjutnya, saudara akan menemukan pernyataan mengenai sabun pembersih wajah pond's. Pada setiap pernyataan terdapat pilihan karakteristik sabun

pembersih wajah pond's yang dapat saudara pilih sesuai dengan pengalaman saudara selama menggunakannya.

Cara memilihnya adalah dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan kolom yang tersedia. Berikut ini adalah contoh cara pengisian.

**Contoh :**

- “Kemasan sabun pembersih wajah pond's menurut saya ....”

Jika menurut saudara karakteristik kemasan sabun pembersih wajah pond's adalah **“menarik”**, maka saudara memberi tanda silang (X) pada **kolom 4**.

	4	3	2	1	
Menarik	X				Membosankan

Jika menurut saudara karakteristik kemasan sabun pembersih wajah pond's adalah **“membosankan”**, maka saudara memberi tanda silang (X) pada **kolom 1**.

	4	3	2	1	
Menarik				X	Membosankan

- Menurut saya bentuk logo (bunga tulip) sabun pembersih wajah pond's ....

1. Menarik					Membosankan
2. Mudah diingat					Mudah terlupakan

- Menurut saya warna logo (silver) sabun pembersih wajah pond's ....

3. Cerah					Kusam
----------	--	--	--	--	-------

- Menurut saya sabun pembersih wajah pond's .... untuk kulit wajah saya.

4. Aman					Berbahaya
5. Anti alergi					Menyebabkan iritasi
6. Mencegah jerawat					Menimbulkan jerawat

- Menurut saya kualitas sabun pembersih wajah pond's .... dengan sabun pembersih wajah lain.

7. Sebanding					Tidak sebanding
8. Lebih baik					Lebih buruk

- Menurut saya bentuk kemasan sabun pembersih wajah pond's ....

9. Menarik					Membosankan
10. Mudah digunakan					Sulit digunakan

- Menurut saya pilihan ukuran sabun pembersih wajah pond's ....

11. Bervariasi					Terbatas
----------------	--	--	--	--	----------

- Menurut saya pilihan ukuran sabun pembersih wajah pond's .... dengan kebutuhan saya.

12. Sesuai					Tidak sesuai
------------	--	--	--	--	--------------

- Menurut saya harga sabun pembersih wajah pond's ....

13. Murah					Mahal
-----------	--	--	--	--	-------

- Menurut saya perbandingan harga dengan kualitas sabun pembersih wajah pond's ....

14. Sebanding					Terlalu mahal
---------------	--	--	--	--	---------------

- Menurut saya perbandingan harga dengan isi setiap ukuran sabun pembersih wajah pond's ....

15. Sebanding					Terlalu mahal
---------------	--	--	--	--	---------------

- Menurut saya iklan sabun pembersih wajah pond's di televisi ....

16. Mudah diingat					Mudah terlupakan
17. Menarik					Membosankan

- Menurut saya bintang iklan sabun pembersih wajah pond's ....

18. Menarik					Membosankan
19. Sesuai dengan <i>image</i> produk					Berlawanan dengan <i>image</i> produk.

- Menurut saya musik yang mengiringi iklan sabun pembersih wajah pond's ....

20. Mudah diingat					Mudah terlupakan
21. Enak didengar					Membosankan

- Menurut saya promosi yang dilakukan pihak PT. Unilever .... sebagai produsen sabun pembersih wajah pond's.

22. Sering					Jarang
------------	--	--	--	--	--------

- Menurut saya macam cara promosi yang dilakukan PT. Unilever (iklan di televisi, radio, majalah) terhadap sabun pembersih wajah pond's ....

23. Beragam					Terbatas
-------------	--	--	--	--	----------

- Menurut saya potongan harga/diskon yang ditawarkan produk sabun pembersih wajah pond's ....

24. Memuaskan					Mengecewakan
---------------	--	--	--	--	--------------

- Menurut saya undian hadiah yang ditawarkan produk sabun pembersih wajah pond's ....

25. Sering					Jarang
26. Menarik					Kurang menarik

- Menurut saya undian berhadiah yang ditawarkan produk sabun pembersih wajah pond's membuat saya .... membeli produk tersebut.

27. Tertarik					Tidak tertarik
--------------	--	--	--	--	----------------

- Menurut saya area pemasaran sabun pembersih wajah pond's ....

28. Luas					Terbatas
----------	--	--	--	--	----------

- Menurut saya tempat penjualan sabun pembersih wajah pond's ....

29. Mudah didapat					Jarang didapat
30. Banyak					Terbatas

- Menurut saya di setiap area pemasaran terdapat .... variasi ukuran sabun pembersih wajah pond's ....

31. Banyak					Sedikit
------------	--	--	--	--	---------

- Menurut saya jumlah persediaan sabun pembersih wajah pond's di setiap tempat penjualan ....

32. Banyak					Sedikit
------------	--	--	--	--	---------

- Menurut saya jumlah pilihan ukuran sabun pembersih wajah pond's di setiap tempat penjualan ....

33. Banyak					Sedikit
------------	--	--	--	--	---------



## **KUESIONER IV**

### **Petunjuk Pengisian :**

Pada halaman selanjutnya, saudara akan menemukan pernyataan mengenai alasan-alasan saudara memutuskan membeli sabun pembersih wajah pond's. Pada setiap pernyataan terdapat pilihan **SS (Sangat Setuju)**, **S (Setuju)**, **TS (Tidak Setuju)**, **STS (Sangat Tidak Setuju)** yang dapat saudara pilih sesuai dengan pengalaman dan keadaan diri saudara.

Cara memilihnya adalah dengan memberi tanda silang (**X**) sesuai dengan kolom yang tersedia. Berikut ini adalah contoh cara pengisian.

**Contoh :**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's banyak di pasaran.	X			

Keterangan :

- Jika saudara **Sangat Setuju** dengan pernyataan di atas, maka beri tanda silang (**X**) pada **kolom pertama (SS)**.
- Jika saudara **Setuju** dengan pernyataan di atas, maka beri tanda silang (**X**) pada **kolom kedua (S)**.
- Jika saudara **Tidak Setuju** dengan pernyataan di atas, maka beri tanda silang (**X**) pada **kolom ketiga (TS)**.
- Jika saudara **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan di atas, maka beri tanda silang (**X**) pada **kolom keempat (STS)**.

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena bentuk kemasannya yang menarik.				
2.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's mengandung <i>scrub</i> yang dapat membersihkan wajah saya secara maksimal.				
3.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's				

	memberikan hadiah langsung.				
4.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's menyediakan berbagai macam ukuran.				
5.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya.				
6.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki harga yang sesuai dengan jangka waktu penggunaannya.				
7.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena bintang iklan sabun pembersih wajah pond's memiliki kulit yang bersih seperti slogan produk tersebut ( <i>Pond's White Beauty</i> ).				
8.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena harga sabun pembersih wajah pond's terjangkau dan sering melakukan <i>bogo (buy one get one)</i> .				
9.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena setiap ukuran sabun pembersih wajah pond's sesuai dengan kebutuhan saya.				
10.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena slogan sabun pembersih wajah pond's memiliki citra yang positif.				
11.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena saya mudah mendapatkan produk sabun pembersih wajah pond's.				
12.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena iklan (audio-visual) sabun pembersih wajah pond's sering ditayangkan.				

13.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena harga sabun pembersih wajah pond's sesuai dengan isinya (dalam setiap ukuran).				
14.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's diletakkan ditempat yang mudah untuk dilihat.				
15.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's sering memberikan <i>sample</i> gratis.				
16.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena logo sabun pembersih wajah pond's menarik.				
17.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena kualitas sabun pembersih wajah pond's bagus.				
18.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena kemasan sabun pembersih wajah pond's tidak mudah bocor.				
19.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki banyak manfaat dengan harga yang terjangkau.				
20.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki slogan yang menarik ( <i>Pond's White Beauty</i> ).				
21.	Media massa sering mengiklankan produk sabun pembersih wajah pond's sehingga saya menjadi lebih akrab dengan merek tersebut dan memutuskan untuk membeli produk tersebut.				
22.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih				

	wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki logo yang mudah untuk diingat.				
23.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's sesuai dengan jenis kulit saya.				
24.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena ukuran kemasan sabun pembersih wajah pond's sama dengan isinya.				
25.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena slogan sabun pembersih wajah pond's ( <i>Pond's White Beauty</i> ) mudah untuk diingat.				
26.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki <i>counter</i> sendiri sehingga mudah untuk ditemukan.				
27.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's sering melakukan <i>road show</i> di kampus-kampus atau di mall-mall sehingga mereknya menjadi <i>familiar</i> untuk saya.				
28.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki kemasan yang praktis.				
29.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's sering memberikan potongan harga.				
30.	Saya memutuskan untuk membeli sabun pembersih wajah pond's karena sabun pembersih wajah pond's memiliki ukuran yang praktis sehingga mudah untuk dibawa kemana-mana.				

### KISI-KISI KUESIONER BRAND IMAGE

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>
<i>Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap logo sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	1-3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap kualitas sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	4-8
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap bentuk kemasan sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	9-10
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap ukuran sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	11-12
<i>Price</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap harga sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	13
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap harga dan kualitas saun pembersih wajah pond's</li> </ul>	14
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap harga dan isi sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	15
<i>Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap iklan sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	16-21
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap promosi sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	22-23
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap diskon/potongan harga yang</li> </ul>	24

	diberikan sabun pembersih wajah pond's	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap undian hadiah</li> </ul>	26-27
<i>Place</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap tempat penjualan sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	28-30
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derajat keyakinan terhadap ketersediaan berbagai macam ukuran sabun pembersih wajah pond's</li> </ul>	31-33

