

LAMPIRAN

KISI-KISI ANGKET

NO.	Variabel	Indikator	No. Item
I.	Karakteristik Produk Baru	a. Keunggulan Relatif b. Kesesuaian c. Kompleksitas d. Dapat diuji coba e. Kemudahan dikomunikasikan	(1,2) (3,4,5) (6,7) (8,9) (10,11)
II.	Memori Iklan	a. Isi Pesan b. Struktur Pesan c. Format Pesan d. Sumber Pesan	(12,13,14) (15,16) (17,18,19,20,21,22) (23,24)
III	Keputusan Adopsi	a. Tahap Kesadaran b. Minat c. Evaluasi d. Percobaan e. Adopsi	(25,26) (27,28) (29,30) (31,32) (33,34,35,36)

PENGANTAR ANGKET

Surakarta, 2 Juni 2009

Kepada :

Yth. Konsumen produk deterjen Attack plus Softener
Di Kota Boyolali

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta Jurusan Manajemen, saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul : **“PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK BARU DAN MEMORI IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGADOPSI DETERJEN *ATTACK PLUS SOFTENER* DI KOTA BOYOLALI”**.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka guna memperoleh dan mengumpulkan data, saya sangat mengharapkan kesediaannya untuk meluangkan waktu guna mengisi angket yang saya lampirkan. Perlu anda ketahui bahwa kuesioner ini semata-mata untuk penelitian sehingga setiap jawaban yang telah anda berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi terselesaikannya penelitian saya.

Atas kesediaan dan kerjasama yang baik, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

DIAN EKA SETIAWAN
NIM. B100030349

ANGKET

PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK BARU DAN MEMORI IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGADOPSI DETERJEN *ATTACK PLUS SOFTENER* DI KOTA BOYOLALI

PETUNJUK CARA MENGERJAKAN

1. Isilah identitas anda terlebih dahulu
2. Bacalah pertanyaan dengan baik dan pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda dengan memberi tanda (✓) pada salah satu alternatif jawaban.
3. Semua jawaban mohon dijawab dengan sejujurnya
4. Keterangan jawaban :
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Tidak Setuju (TS)
 - d. Sangat Tidak Setuju (STS)

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Pekerjaan :
4. Pendidikan :
5. Pernah melihat Iklan Deterjen : a. Ya b. Tidak
6. Berapa kali :
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - b. 3 kali
 - b. lebih dari 3 kali

DAFTAR PERTANYAAN

NO.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
A	KARAKTERISTIK PRODUK BARU (X₁)				
1.	Deterjen Attack plus Softener mempunyai manfaat dan keunggulan dibandingkan dengan produk deterjen lain.				
2.	Pemakaian deterjen Attack plus Softener menghemat waktu dan tenaga.				
3.	Harga yang ditawarkan oleh deterjen Attack plus Softener sesuai dengan kemampuan saya.				
4.	Saya memilih deterjen Attack plus Softener karena harganya sesuai dengan kualitasnya.				
5.	Label atau keterangan yang tertera pada kemasan deterjen Attack plus Softener mudah dipahami.				
6.	Deterjen Attack plus Softener dalam pemakaiannya mudah digunakan.				
7.	Saya memilih deterjen merek Attack plus Softener karena kemasannya praktis.				
8.	Deterjen Attack plus Softener memiliki image/citra produk yang berkualitas.				
B.	MEMORI IKLAN (X₂)				
9.	Iklan deterjen Attack plus Softener sederhana, jelas, mudah dipahami.				
10.	Iklan deterjen Attack plus Softener memberikan informasi tentang manfaat dan keunggulan produk tersebut.				
11.	Semboyan "Mencuci dalam satu langkah mudah" mencerminkan bahwa deterjen Attack plus Softener selalu menomor satukan kualitas dan image yang baik.				
12.	Keunggulan-keunggulan deterjen Attack plus Softener menarik perhatian untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tersebut.				
13.	Gaya penyampaian iklan deterjen Attack plus Softener sederhana tetapi menggambarkan kualitas produk tersebut.				
14.	Iklan deterjen Attack plus Softener memadukan desain dan warna dengan tepat yang mencerminkan kesegaran yang alami.				
15.	Kata-kata dalam iklan deterjen Attack plus Softener menimbulkan penilaian yang baik terhadap produk tersebut.				

16.	Suara dan nada penyampaian iklan deterjen Attack plus Softener yang jelas dan tegas, menarik perhatian saya untuk mengadopsi produk tersebut.				
17.	Ekspresi dan karakter model iklan deterjen Attack plus Softener yang sangat menjiwai membuat saya percaya terhadap produk yang diiklankan.				
18.	Bintang iklan yang ditampilkan menarik.				
C.	KEPUTUSAN ADOPSI (Y)				
19.	Saya mendapat informasi mengenai produk deterjen Attack plus Softener dengan melihat iklannya di televisi.				
20.	Pesan yang disampaikan iklan deterjen Attack plus Softener dan karakteristik produknya menyebabkan saya menyadari akan pentingnya produk tersebut.				
21.	Tayangan iklan deterjen Attack plus Softener di televisi dan karakteristik produknya membuat saya tertarik terhadap produk tersebut.				
22.	Kualitas dan image deterjen Attack plus Softener mendorong rasa suka terhadap produk tersebut.				
23.	Sebelum memilih, saya membandingkan manfaat, keunggulan dan kualitas produk dengan produk deterjen lain.				
24.	Saya cenderung memilih deterjen Attack plus Softener karena lebih berkualitas.				
25.	Informasi tentang deterjen Attack plus Softener melalui iklan televisi dan karakteristik produk yang ditawarkan membentuk keyakinan saya terhadap produk tersebut.				
26.	Keyakinan terhadap produk dan iklan deterjen Attack plus Softener yang ditawarkan memotivasi saya membeli dan menggunakan produk tersebut.				
27.	Setelah pembelian pertama saya membeli lagi deterjen merek Attack plus Softener.				
28.	Setelah menggunakan deterjen Attack plus Softener, saya berkomitmen untuk selalu menggunakan produk tersebut.				