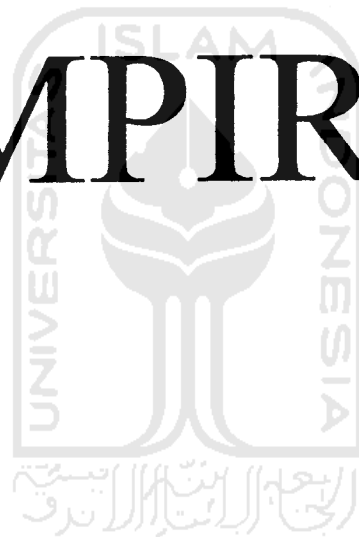


LAMPIRAN



**Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta**

Kepada Yth
Mahasiswa/i FE UII
di
Yogyakarta

Dengan Hormat

Dalam rangka penyusunan skripsi saya yang berjudul Analisa Motivasi Konsumen Dalam Pembelian Pasta gigi Pepsodent, saya sangat memerlukan bantuan saudara yang membeli dan menggunakan produk pasta gigi pepsodent, untuk mengisi kuisisioner ini guna memperoleh data yang saya perlukan. Penelitian ini bersifat interen, tidak untuk disebarluaskan. Untuk itu sudilah kiranya saudara mengisi kuisisioner ini dengan sejujur-jujurnya.

Dalam kuisisioner ini tidak ada jawaban yang benar atau salah karena setiap pertanyaan disesuaikan dengan keadaan saudara masing-masing. Jawaban saudara sangat kami butuhkan semata-mata untuk tujuan ilmiah dan tidak ada maksud lain sehingga bantuan saudara merupakan sumbangan bagi peneliti.

Atas bantuan dan kesediaan saudara dalam mengisi kuisisioner ini peneliti ucapkan terima kasih.

Peneliti

Sari Pratiwi

Berilah tanda silang (x) pada setiap pilihan dibawah ini yang sesuai dengan karakteristik saudara

Karakteristik Responden:

1. Gender:
 - a. Laki-laki (L)
 - b. Perempuan (P)

2. Besarnya uang kiriman orang tua per bulan:
 - a. Lebih kecil dari Rp. 400.000
 - b. Rp. 400.000 – Rp. 800.000
 - c. Lebih besar dari Rp. 800.000

Petunjuk :

Berilah urutan pilihan (1 sampai 7) terhadap atribut produk atau merek pasta gigi pepsodent.dibawah ini. Urutan atribut menunjukkan pentingnya atribut tersebut dalam memotivasi anda untuk membeli produk pasta gigi tersebut. **Urutan ketujuh (7) menunjukkan atribut yang paling dominant atau penting** yang memotivasi konsumen dalam pembelian pasta gigi pepsodent. Sedangkan **atribut pertama (1) menunjukkan atribut yang paling tidak dominant atau tidak penting** yang memotivasi konsumen dalam pembelian pasta gigi pepsodent.

_____ **Harga yang terjangkau**

Produk pasta gigi pepsodent bukan termasuk bahan mahal sebab pasta gigi tersebut dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat baik kalangan ekonomi menengah atas maupun menengah kebawah.

_____ **Jenis produk yang beranekaragam**

Produk pasta gigi pepsodent beraneka ragam dimana masing-masing memiliki keunggulan yang berbeda-beda, Diantaranya adalah pepsodent

perlindungan 12 jam, pepsodent complete care, Pepsodent herbal. Dan Pepsodent triple action

Image yang tertanam dibenak konsumen

Pepsodent sudah dikenal oleh konsumen selama bertahun-tahun sebelum pasta gigi yang lain muncul dipasaran, hal tersebut yang membuat pepsodent membangun image khusus dibenak konsumen. Konsumen merasa lebih percaya dengan pasta gigi pepsodent dibandingkan dengan pasta gigi lainnya.

Kemasan yang menarik

Kemasan sangat berpengaruh besar dalam memotivasi konsumen dalam membeli produk. Pepsodent berusaha menciptakan kemasan yang semenarik mungkin, ini bertujuan agar konsumen termotivasi untuk membelinya. Kemasan Pepsodent dirancang dengan warna yang lebih berani dan mencolok

Mudah didapatkan

Pepsodent mudah diperoleh dimana saja tak terkercuali yang berada didaerah terpencil sekalipun. Sehingga konsumen tidak akan kesulitan untuk mendapatkannya.

Ukuran produk yang beraneka ragam

Pepsodent diciptakan beraneka macam, Dari ukuran kecil sedang hingga besar, hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing konsumen

Sudah teruji khasiatnya

Pepsodent dirancang dengan menggunakan bahan-bahan aktif diantaranya adalah kalsium, mouthwash dan zinc citrate yang dapat memberikan perlindungan yang baik untuk gigi, gusi dan mengurangi bau mulut.

Responden	Gender	Uang kiriman	A	B	C	D	E	F	G
1	2	1	2	3	7	1	5	4	6
2	2	1	6	2	7	4	5	3	1
3	2	1	4	5	7	2	1	6	3
4	2	1	4	7	6	5	3	2	1
5	1	1	5	3	7	4	6	2	1
6	1	1	7	6	5	3	4	1	2
7	1	1	5	3	7	1	6	2	4
8	2	1	6	4	5	1	2	3	7
9	1	1	2	6	3	7	1	4	5
10	1	1	2	6	7	1	4	3	5
11	1	1	1	7	2	5	3	4	6
12	1	1	7	4	5	1	2	3	6
13	1	1	2	3	6	4	1	5	7
14	2	3	7	5	1	3	6	4	2
15	1	3	1	5	7	3	6	4	2
16	2	3	6	5	1	4	3	2	7
17	1	3	7	6	5	2	1	3	4
18	1	3	5	6	7	1	4	3	2
19	2	3	7	6	5	3	4	2	1
20	2	2	4	5	6	3	2	1	7
21	2	2	4	2	6	3	5	1	7
22	2	2	5	4	6	2	3	1	7
23	2	2	5	6	4	1	3	2	7
24	2	2	5	3	4	1	7	6	2
25	2	2	7	3	5	1	4	6	2
26	2	2	7	5	3	4	6	2	1
27	2	2	7	5	3	2	6	4	1
28	2	2	6	2	4	3	7	5	1
29	2	2	6	5	1	4	3	2	7
30	2	2	6	5	4	1	3	2	7
31	2	2	3	6	2	4	1	7	5
32	2	2	4	7	6	1	3	2	5
33	2	2	6	7	2	3	4	1	5
34	2	1	7	6	5	4	3	2	1
35	2	1	7	6	5	4	2	1	3
36	1	3	7	5	3	4	1	5	2
37	1	2	6	5	3	1	4	2	7
38	2	3	1	5	2	4	3	7	6
39	1	2	5	4	6	1	3	2	7
40	2	1	2	7	6	4	1	3	5
41	2	1	7	4	5	3	6	2	1
42	1	1	6	7	3	5	1	2	4
43	1	1	2	1	6	3	7	5	4
44	1	1	6	1	4	2	5	3	7
45	1	1	4	3	2	1	6	5	7
46	2	1	7	5	1	2	3	4	6
47	2	2	6	5	2	3	1	4	7
48	2	2	3	6	5	4	1	2	7
49	2	2	6	4	5	1	2	3	7
50	2	2	6	5	1	4	3	2	7
51	2	2	7	3	6	2	5	1	4

52	2	1	3	4	7	6	5	2	1
53	2	1	4	3	7	1	6	2	5
54	2	1	6	7	3	1	4	2	5
55	2	1	6	7	5	4	2	1	3
56	2	2	7	2	5	3	6	4	1
57	2	2	6	5	3	2	1	4	7
58	2	2	2	5	7	1	6	4	3
59	2	2	7	3	1	2	5	4	6
60	2	2	5	3	1	4	7	2	6
61	2	2	4	3	2	1	5	6	7
62	2	1	4	2	3	5	1	6	7
63	2	1	4	7	5	1	3	2	6
64	2	1	2	5	7	6	1	4	3
65	2	1	7	5	2	1	4	3	6
66	1	2	4	3	1	6	7	2	5
67	1	2	2	7	6	4	3	1	5
68	1	2	7	1	5	3	2	4	6
69	1	2	4	5	7	3	1	2	6
70	1	2	3	2	5	6	1	4	7
71	1	2	4	1	5	2	6	3	7
72	2	2	4	6	7	1	5	3	2
73	2	2	2	6	7	1	5	4	3
74	2	2	7	6	1	2	5	3	4
75	2	2	4	2	3	1	5	6	7
76	1	2	1	7	5	6	2	3	4
77	1	2	7	1	6	3	5	2	4
78	1	2	5	3	7	1	6	2	4
79	1	2	7	3	2	6	5	1	4
80	1	2	3	5	7	2	6	1	4
81	1	2	5	3	6	2	7	1	4
82	2	2	6	3	7	1	5	2	4
83	2	2	5	3	7	1	6	2	4
84	2	2	7	1	6	5	2	4	3
85	2	2	7	4	3	2	6	1	5
86	1	2	7	6	5	3	1	4	2
87	1	2	6	5	4	7	3	1	2
88	1	2	2	6	3	7	4	5	1
89	1	2	5	4	7	6	2	3	1
90	1	2	6	2	5	4	7	3	1
91	1	2	6	5	1	3	4	2	7
92	1	2	1	5	3	4	6	2	7
93	1	2	5	2	6	3	4	1	7
94	1	2	2	3	1	7	6	5	4
95	1	2	5	4	1	3	2	7	6
96	1	2	4	2	6	5	7	1	3

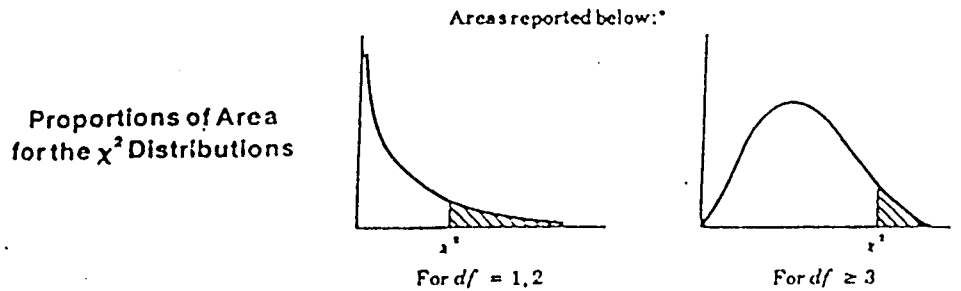
A = Harga terjangkau
B = Jenis produk yang beraneka ragam
C = Image yang tertanam dibenak konsumen
D = Kemasan yang menarik
E = Mudah didapatkan
F = Ukuran produk yang beranekaragam
G = Sudah teruji khasiatnya

1 = Laki-laki
2 = Perempuan

1 = Uang kiriman < Rp.400.000
2 = Uang kiriman Rp.400.00 hingga Rp.800.000
3 = Uang kiriman > Rp.800.000



Appendix



df	Proportion of area										
	0.995	0.990	0.975	0.950	0.900	0.500	0.100	0.050	0.025	0.010	0.005
1	0.00004	0.00016	0.00098	0.00393	0.0158	0.455	2.71	3.84	5.02	6.63	7.88
2	0.0100	0.0201	0.0506	0.103	0.211	1.386	4.61	5.99	7.38	9.21	10.60
3	0.072	0.115	0.216	0.352	0.584	2.366	6.25	7.81	9.35	11.34	12.84
4	0.207	0.297	0.484	0.711	1.064	3.357	7.78	9.49	11.14	13.28	14.86
5	0.412	0.554	0.831	1.145	1.61	4.251	9.24	11.07	12.83	15.09	16.75
6	0.676	0.872	1.24	1.64	2.20	5.35	10.64	12.59	14.45	16.81	18.55
7	0.989	1.24	1.69	2.17	2.83	6.35	12.02	14.07	16.01	18.48	20.28
8	1.34	1.65	2.18	2.73	3.49	7.34	13.36	15.51	17.53	20.09	21.96
9	1.73	2.09	2.70	3.33	4.17	8.34	14.68	16.92	19.02	21.67	23.59
10	2.16	2.56	3.25	3.94	4.87	9.34	15.99	18.31	20.48	23.21	25.19
11	2.60	3.05	3.82	4.57	5.58	10.34	17.28	19.68	21.92	24.73	26.76
12	3.07	3.57	4.40	5.23	6.30	11.34	18.55	21.03	23.34	26.22	28.30
13	3.57	4.11	5.01	5.89	7.04	12.34	19.81	22.36	24.74	27.69	29.82
14	4.07	4.66	5.63	6.57	7.79	13.34	21.06	23.68	26.12	29.14	31.32
15	4.60	5.23	6.26	7.26	8.55	14.34	22.31	25.00	27.49	30.58	32.80
16	5.14	5.81	6.91	7.96	9.31	15.34	23.54	26.30	28.85	32.00	34.27
17	5.70	6.41	7.56	8.67	10.09	16.34	24.77	27.59	30.19	33.41	35.72
18	6.26	7.01	8.23	9.39	10.86	17.34	25.99	28.87	31.53	34.81	37.16
19	6.84	7.63	8.91	10.12	11.65	18.34	27.20	30.14	32.85	36.19	38.58
20	7.43	8.26	9.59	10.85	12.44	19.34	28.41	31.41	34.17	37.57	40.00
21	8.03	8.90	10.28	11.59	13.24	20.34	29.62	32.67	35.48	38.93	41.40
22	8.64	9.54	10.98	12.34	14.04	21.34	30.81	33.92	36.78	40.29	42.80
23	9.26	10.20	11.69	13.09	14.85	22.34	32.01	35.17	38.08	41.64	44.18
24	9.89	10.86	12.40	13.85	15.66	23.34	33.20	36.42	39.36	42.98	45.56
25	10.52	11.52	13.12	14.61	16.47	24.34	34.38	37.65	40.65	44.31	46.93
26	11.16	12.20	13.84	15.38	17.29	25.34	35.56	38.89	41.92	45.64	48.29
27	11.81	12.83	14.57	16.15	18.11	26.34	36.74	40.11	43.19	46.96	49.64
28	12.46	13.56	15.31	16.93	18.94	27.34	37.92	41.34	44.46	48.28	50.99
29	13.12	14.26	16.05	17.71	19.77	28.34	39.09	42.56	45.72	49.59	52.34
30	13.79	14.95	16.79	18.49	20.60	29.34	40.26	43.77	46.98	50.89	53.67
40	20.71	22.16	24.43	26.51	29.05	39.34	51.81	55.76	59.34	63.69	66.77
50	27.99	29.71	32.36	34.76	37.69	49.33	63.17	67.50	71.42	76.15	79.49
60	35.53	37.43	40.48	43.19	46.46	59.33	74.40	79.08	83.30	88.38	91.95
70	43.28	45.44	48.76	51.74	55.33	69.33	85.53	90.53	95.02	100.4	104.2
80	51.17	53.54	51.17	60.39	64.28	79.33	98.58	101.9	106.6	112.3	116.3
90	59.20	61.75	65.65	69.13	73.29	89.33	107.6	113.1	118.1	124.1	128.3
100	67.33	70.06	74.22	77.93	82.36	99.33	118.5	124.3	129.6	135.8	140.2

*Example: For the shaded area to represent 0.05 of the total area of 1.0 under the density function, the value of χ^2 is 18.31 when $df = 10$.
 Source: From Table IV of Fisher and Yates, *Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research*, 6th ed., 1974, published by Longman Group Ltd., London (previously published by Oliver & Boyd, Edinburgh), by permission of the authors and publishers.