

LAMPIRAN 1

Kuesioner

KUISIONER

**Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Kesadaran Merek Axioo
“ Studi Pada Mahasiswa Strata Satu Reguler
Fakultas Ekonomi Universitas Lampung”**

No. Responden :

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan dalam penyelesaian penyusunan skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Lampung, saya meminta kesediaan Saudara/i untuk dapat mengisi daftar pertanyaan yang terlampir berikut ini.

Besar harapan saya agar Saudara/i dapat mengisi daftar pertanyaan yang saya ajukan dengan sebaik-baiknya. Kesungguhan Saudara/i dalam menjawab setiap pertanyaan tersebut merupakan bantuan yang sangat berharga bagi saya.

Atas kesediaan dan bantuan dari Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Jenis Kelamin	: a. Pria	b. Wanita	
Jurusan	: a. S1 MGT	b. S1 IESP	c. S1 AKT
Tahun Angkatan	: a. 2007	b. 2008	c. 2009

Pertanyaan Kuisioner

Petunjuk Pengisian:

Setiap pertanyaan mewakili alternatif jawaban sebagai berikut:

SS = SANGAT SETUJU

S = SETUJU

N = NETRAL

TS = TIDAK SETUJU

STS = SANGAT TIDAK SETUJU

A. Variabel Promosi

Berilah tanda (x) pada satu jawaban yang anda pilih dibawah ini:

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	A. Periklanan					
1	Penjelasan spesifikasi dan harga notebook Axioo melalui brosur, surat kabar ataupun majalah komputer mudah dimengerti bagi saya.					
2	Media promosi yang digunakan untuk mempromosikan notebook Axioo melalui surat kabar dan media cetak sudah tepat.					
3	Iklan notebook Axioo memberikan informasi terbaru tentang harga dan spesifikasi yang saya butuhkan.					
	B. Promosi Penjualan					
4	Promosi notebook Axioo lebih menarik dibandingkan notebook lain..					
5	Promosi Axioo yang gencar mampu mempengaruhi saya untuk membeli produk dan menggunakannya.					
6	Promosi melalui pameran dengan memberikan bonus dan potongan harga akan membuat saya tertarik untuk membeli notebook Axioo.					
	C. Hubungan Publik					
7	Event yang digelar Axioo seperti pameran, perlombaan, dan pelatihan-pelatihan selalu menarik antusiasme orang banyak.					
8	Publikasi produk yang gencar dilakukan oleh Axioo, membuat saya lebih mengenal tentang Axioo.					
9	Promosi yang dilakukan Axioo mampu mengkomunikasikan produknya kepada konsumen.					

B. Variabel Kesadaran Merek (*Brand Awereness*)

Berilah tanda (x) pada satu jawaban yang anda pilih dibawah ini:

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saat ini Notebook merek Axioo dikenal oleh masyarakat lampung.					
2	Saya pernah mendengar produk Axioo dari teman, saudara, keluarga atau tetangga di sekitar rumah.					
3	Produk Axioo biasanya dijumpai di pameran komputer ataupun toko-toko komputer yang ada di Lampung					
4	Saya mengetahui notebook merek Axioo dari tayangan iklan yang ada di koran ataupun majalah komputer.					
5	Produk Axioo digemari masyarakat karena mempunyai variasi produk seperti Zetta, Neon dan Pico					
6	Tipe-tipe notebook Axioo adalah DJH, DJV,PJM, MNV, MLC, MNN, MLM,MMT,MKU.					
7	Ketika disebutkan tentang merek notebook, yang pertama kali muncul dalam ingatan saya adalah Axioo					
8	Notebook Axioo adalah notebook yang paling dikenal oleh masyarakat Lampung.					
9	Begitu kuatnya citra Axioo di pasar sehingga sebagian besar masyarakat menganggap seolah notebook adalah Axioo					

LAMPIRAN 2

Total Soal Kuesioner

Skor Variabel X1 (Periklanan)

No Responden	X1			Total
	1	2	3	
1	3	3	3	9
2	3	3	4	10
3	3	3	3	9
4	2	4	3	9
5	4	3	3	10
6	3	3	3	9
7	4	3	3	10
8	1	3	2	6
9	2	3	3	8
10	3	3	3	9
11	2	2	1	5
12	3	4	3	10
13	4	4	5	13
14	5	4	5	14
15	3	3	4	10
16	4	3	3	10
17	3	3	3	9
18	4	4	4	12
19	4	3	3	10
20	3	4	5	12
21	4	3	4	11
22	3	4	3	10
23	5	4	5	14
24	3	3	3	9
25	4	3	3	10
26	4	4	3	11
27	2	2	2	6
28	4	2	3	9
29	5	3	3	11
30	2	3	2	7
31	2	3	2	7
32	3	2	4	9
33	5	4	3	12
34	4	4	5	13
35	3	3	4	10
36	4	3	2	9

37	4	4	4	12
38	5	4	2	11
39	4	3	3	10
40	5	3	5	13
41	3	4	3	10
42	3	3	4	10
43	4	4	3	11
44	4	3	4	11
45	4	3	4	11
46	4	4	4	12
47	3	4	3	10
48	5	4	2	11
49	3	3	4	10
50	5	4	2	11
51	4	3	4	11
52	2	3	3	8
53	4	2	3	9
54	2	2	4	8
55	5	4	4	13
56	2	3	4	9
57	3	3	3	9
58	1	3	1	5
59	2	4	4	10
60	3	3	4	10
61	4	4	4	12
62	3	3	1	7
63	4	4	3	11
64	3	4	4	11
65	2	4	3	9
66	1	2	2	5
67	1	3	4	8
68	3	4	4	11
69	4	4	4	12
70	4	3	3	10
71	3	3	4	10
72	5	4	4	13
73	4	5	4	13
74	5	4	4	13
75	3	3	4	10
76	4	5	4	13
77	4	4	5	13

78	4	3	5	12
79	5	5	5	15
80	4	4	4	12
81	3	3	3	9
82	3	4	5	12
83	2	2	3	7
84	5	5	5	15
85	4	3	4	11
86	4	4	4	12
87	3	3	5	11
88	3	4	4	11
89	4	4	4	12
90	2	3	2	7
91	4	4	3	11

Skor Variabel X2 (Promosi Penjualan)

No Responden	X2			Total
	1	2	3	
1	3	5	4	12
2	4	2	4	10
3	3	2	5	10
4	4	5	4	13
5	3	2	4	9
6	4	3	4	11
7	3	3	3	9
8	3	4	3	10
9	4	2	4	10
10	5	4	4	13
11	5	4	4	13
12	4	4	5	13
13	5	5	5	15
14	4	5	3	12
15	4	5	5	14
16	3	4	5	12
17	3	3	5	11
18	4	5	3	12
19	4	3	4	11
20	5	5	5	15
21	4	4	4	12
22	3	5	3	11
23	3	4	4	11
24	3	4	4	11
25	2	4	3	9
26	4	4	4	12
27	4	2	4	10
28	2	2	2	6
29	3	4	4	11
30	4	5	3	12
31	4	5	3	12
32	1	4	3	8
33	2	2	4	8
34	4	4	5	13
35	1	2	3	6
36	5	5	5	15

37	4	2	2	8
38	3	3	3	9
39	3	4	5	12
40	2	4	5	11
41	3	4	4	11
42	4	4	5	13
43	4	3	3	10
44	4	4	4	12
45	3	4	5	12
46	4	5	5	14
47	4	3	3	10
48	2	2	4	8
49	3	4	5	12
50	5	5	5	15
51	4	5	5	14
52	3	4	4	11
53	3	3	3	9
54	4	4	4	12
55	4	4	5	13
56	5	4	5	14
57	3	2	5	10
58	4	3	3	10
59	4	4	5	13
60	3	4	4	11
61	5	3	5	13
62	4	3	3	10
63	2	3	3	8
64	3	4	3	10
65	2	4	4	10
66	5	4	2	11
67	4	4	3	11
68	4	3	5	12
69	4	4	4	12
70	5	5	5	15
71	3	4	3	10
72	4	3	4	11
73	4	4	4	12
74	2	3	3	8
75	4	4	5	13
76	5	4	5	14
77	4	4	4	12

78	4	4	5	13
79	4	4	5	13
80	3	2	3	8
81	4	5	5	14
82	3	2	2	7
83	3	3	3	9
84	4	4	5	13
85	4	4	5	13
86	5	4	4	13
87	5	4	5	14
88	3	3	3	9
89	3	4	4	11
90	4	4	5	13
91	4	5	5	14

Skor Variabel X3 (Hubungan Publik)

No Responden	X3			Total
	1	2	3	
1	3	4	4	11
2	3	3	5	11
3	4	2	3	9
4	3	3	3	9
5	1	2	4	7
6	2	1	2	5
7	3	3	4	10
8	1	2	3	6
9	3	2	3	8
10	3	3	3	9
11	3	4	4	11
12	4	2	3	9
13	3	4	3	10
14	3	4	3	10
15	2	3	3	8
16	3	3	2	8
17	2	2	3	7
18	2	1	2	5
19	1	2	2	5
20	2	3	3	8
21	1	1	2	4
22	3	5	4	12
23	3	4	4	11
24	4	2	2	8
25	5	3	3	11
26	2	1	2	5
27	3	3	4	10
28	3	3	3	9
29	5	4	4	13
30	3	3	4	10
31	2	1	3	6
32	4	2	3	9
33	4	5	4	13
34	3	3	4	10
35	4	4	3	11
36	3	2	3	8

37	2	3	2	7
38	2	3	2	7
39	2	2	3	7
40	2	2	2	6
41	2	3	3	8
42	3	4	4	11
43	4	4	3	11
44	3	4	3	10
45	4	4	3	11
46	5	4	4	13
47	5	5	5	15
48	4	2	3	9
49	5	4	3	12
50	4	3	1	8
51	4	4	3	11
52	3	4	3	10
53	3	4	3	10
54	4	3	2	9
55	5	4	4	13
56	4	4	2	10
57	3	4	2	9
58	4	5	4	13
59	4	3	3	10
60	5	5	4	14
61	4	4	3	11
62	5	4	4	13
63	3	4	3	10
64	4	5	4	13
65	5	2	2	9
66	4	4	4	12
67	5	4	5	14
68	4	3	4	11
69	3	3	3	9
70	4	3	3	10
71	4	2	3	9
72	4	4	4	12
73	3	4	3	10
74	4	5	5	14
75	5	4	4	13
76	3	3	3	9
77	3	2	4	9

78	4	4	4	12
79	5	5	3	13
80	3	1	2	6
81	4	5	5	14
82	3	2	3	8
83	3	3	3	9
84	4	3	5	12
85	4	2	3	9
86	3	3	4	10
87	5	4	3	12
88	3	3	3	9
89	2	4	2	8
90	2	4	4	10
91	4	5	5	14

Skor Variabel Y (*Brand Awareness*)

No Responden	Y									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	3	4	4	3	2	3	31
2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	24
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
5	4	3	3	4	3	2	2	2	2	25
6	3	3	3	2	3	2	3	2	3	24
7	4	3	3	3	3	4	3	3	2	28
8	3	3	2	3	2	3	2	4	2	24
9	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
10	3	3	3	2	3	3	3	4	2	26
11	4	3	3	2	2	2	2	3	2	23
12	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
13	4	4	4	3	5	3	2	3	4	32
14	4	5	5	3	5	4	3	3	3	35
15	3	3	4	2	4	3	2	3	2	26
16	4	4	3	4	4	3	3	4	2	31
17	3	3	4	3	4	3	2	4	4	30
18	4	4	4	3	4	3	2	3	3	30
19	5	5	5	3	4	3	3	4	3	35
20	3	5	5	3	5	3	3	3	2	32
21	4	4	4	3	4	4	3	3	2	31
22	5	4	3	3	3	3	2	3	3	29
23	5	5	4	5	5	4	2	3	3	36
24	3	3	3	2	3	3	2	3	2	24
25	4	4	4	4	3	4	2	2	3	30
26	4	4	3	4	3	4	2	2	2	28
27	3	4	4	3	4	2	2	3	2	27
28	4	3	2	5	2	4	3	2	1	26
29	4	3	3	2	3	3	3	5	3	29
30	3	3	2	3	2	2	3	2	3	23
31	3	4	2	2	2	3	2	2	3	23
32	3	2	4	2	4	4	4	3	2	28
33	5	4	3	3	3	3	3	3	3	30
34	4	4	5	5	5	5	3	4	4	39
35	3	4	4	4	4	4	2	4	3	32
36	4	3	2	4	2	3	3	5	3	29

37	4	4	4	4	4	3	3	4	2	32
38	5	5	2	4	2	2	3	4	2	29
39	4	3	4	5	5	5	2	3	3	34
40	5	4	5	4	5	4	3	3	2	35
41	3	4	4	5	4	4	2	4	3	33
42	3	3	4	5	4	4	3	4	4	34
43	4	5	3	4	3	4	3	4	3	33
44	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33
45	4	3	4	5	4	4	3	4	2	33
46	4	4	5	5	5	5	3	5	4	40
47	3	3	3	5	3	3	2	5	3	30
48	5	4	2	4	2	4	3	4	3	31
49	3	3	4	5	4	4	2	5	2	32
50	5	4	2	4	2	4	3	3	3	30
51	4	3	4	3	4	4	3	5	3	33
52	3	3	4	3	4	4	3	3	3	30
53	4	2	3	4	3	3	2	4	2	27
54	3	2	4	4	4	4	2	4	1	28
55	4	4	4	4	4	4	4	5	3	36
56	3	3	4	5	4	4	2	4	2	31
57	3	4	4	5	4	4	2	5	3	34
58	4	4	4	4	4	3	3	2	2	30
59	3	3	4	5	4	4	2	4	2	31
60	3	4	4	2	4	3	2	5	3	30
61	4	4	5	5	5	4	3	5	2	37
62	3	3	4	3	1	1	1	3	1	20
63	4	4	3	4	3	2	2	3	1	26
64	3	5	4	4	4	4	2	4	2	32
65	4	4	3	4	3	4	2	4	2	30
66	3	4	4	5	4	4	3	3	2	32
67	4	4	4	4	4	4	2	3	2	31
68	3	4	4	4	4	5	3	5	4	36
69	4	4	4	4	4	4	3	4	1	32
70	4	5	5	5	5	5	3	5	5	42
71	3	4	4	4	4	4	3	4	3	33
72	5	4	4	5	4	4	3	5	4	38
73	4	5	4	5	4	4	2	5	4	37
74	4	4	4	4	4	4	3	3	2	32
75	3	3	4	4	4	5	4	4	4	35
76	4	5	4	5	4	4	3	4	4	37
77	4	4	5	2	5	4	3	3	2	32

78	4	3	5	5	5	4	2	4	3	35
79	5	5	5	4	5	4	4	5	3	40
80	5	4	5	4	5	3	2	3	3	34
81	3	3	3	3	3	4	2	4	2	27
82	3	4	5	3	5	2	3	3	3	31
83	4	4	3	2	3	4	3	4	3	30
84	5	5	5	4	5	1	3	2	2	32
85	4	3	5	5	5	1	2	2	3	30
86	5	4	5	5	5	4	2	4	3	37
87	5	3	5	4	5	4	2	4	4	36
88	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33
89	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
90	4	4	5	4	5	4	2	4	3	35
91	5	5	3	5	3	5	3	4	2	35

LAMPIRAN 3

Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Reability Periklanan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	6.8571	1.968	.489	.528
VAR00002	6.8791	2.774	.509	.536
VAR00003	6.8132	2.287	.431	.602

Reability Promosi Penjualan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	7.7363	2.263	.455	.502
VAR00002	7.6264	2.259	.437	.527
VAR00003	7.3187	2.375	.416	.556

Reability Hubungan Publik (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	6.4725	2.963	.492	.674
VAR00002	6.5934	2.488	.620	.505
VAR00003	6.5824	3.446	.501	.666

Reability *Brand Awareness* (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	27.3626	15.900	.281	.723
VAR00002	27.4066	15.288	.382	.708
VAR00003	27.3736	13.948	.516	.683
VAR00004	27.4176	14.113	.399	.707
VAR00005	27.3956	13.042	.600	.664
VAR00006	27.6044	14.042	.487	.689
VAR00007	28.5385	16.696	.208	.731
VAR00008	27.5934	14.888	.333	.718
VAR00009	28.4505	14.850	.397	.705

LAMPIRAN 4

Analisis Regresi

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.430	.411	3.26177

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	699.540	3	233.180	21.917	.000 ^a
	Residual	925.603	87	10.639		
	Total	1625.143	90			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.735	2.654		4.421	.000
	X1	1.101	.164	.549	6.717	.000
	X2	.457	.167	.225	2.741	.007
	X3	.296	.143	.168	2.070	.041

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 5