

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TAS EIGER DI BANDAR LAMPUNG**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Konsumen Pengguna Tas Eiger di Bandar Lampung

Di

Tempat

Assalamualaikum.wr.wb

Dengan Hormat,

Dalam rangka penelitian skripsi sebagai prasyarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1), saya Arbha Febrian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk dapat mengisi dan menjawab kuesioner penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Eiger di Bandar Lampung”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek tas Eiger terhadap keputusan pembelian konsumen, untuk itu saya mengharapkan jawaban yang jujur dan objektif dari Bapak/Ibu/Saudara/i, tidak ada jawaban benar dan salah dalam kuesioner ini, dan kerahasiaan data akan dijaga. Atas perhatian dan bantuannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum.wr.wb

Hormat Saya,

Arbha Febrian
NPM: 0911011043

1. Karakteristik Responden

Silahkan beri tanda (✓) atau *checklist* jawaban yang sesuai dengan anda.

a. Jenis kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

b. Usia

☐ < 17 tahun

☐ 31- 37 tahun

☐ 17 - 23 tahun

☐ 38 - 44 tahun

☐ 24 - 30 tahun

☐ > 44 tahun

c. Profesi

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Pegawai Negeri/Karyawan

Swasta

☐ Wiraswasta

☐ Lainnya

d. Pengeluaran dalam sebulan

☐ < 1.000.000

☐ 3.000.001 s.d 5.000.000

☐ 1.000.000 s.d 3.000.000

☐ > 5.000.000

2. Evaluasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Pilihlah salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang disediakan dengan memberi tanda (✓) atau *checklist* dan berilah nilai sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (81-100)

S : Setuju (61-80)

CS : Cukup Setuju (41-60)

TS : Tidak Setuju (21-40)

STS : Sangat Tidak Setuju (1-20)

No.	URAIAN PERNYATAAN	SS (81-100)	S (61-80)	CS (41-60)	TS (21-40)	STS (1-20)
1.	Asosiasi Merek					
	• Tas Eiger memiliki logo yang mudah diingat.					
	• Tas Eiger memiliki tampilan produk yang mudah dikenali.					
	• Tas Eiger memiliki kualitas yang baik.					
	• Tas Eiger memiliki citra merek yang baik.					

No.	URAIAN PERNYATAAN	SS (81-100)	S (61-80)	CS (41-60)	TS (21-40)	STS (1-20)
2.	Keuntungan Asosiasi Merek					
	• Tas Eiger memiliki model dan tipe yang variatif.					
	• Tas Eiger memiliki harga yang bersaing.					
	• Tas Eiger merupakan produk yang mudah diperoleh.					
3.	Kekuatan Asosiasi Merek					
	• Tas Eiger dikenalkan melalui media promosi.					
	• Memberikan pelayanan <i>outlet</i> yang memuaskan.					
4.	Keunikan Asosiasi Merek					
	• Tas Eiger memiliki sistem disain yang berbeda.					
	• Tas Eiger digunakan oleh kalangan tertentu (menengah ke atas).					
	• Tas Eiger diproduksi oleh perusahaan yang memiliki kredibilitas yang baik.					
5.	Variabel Keputusan Pembelian					
	• Asosiasi merek mempengaruhi anda dalam membeli tas Eiger.					
	• Keuntungan asosiasi merek mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian tas Eiger.					
	• Kekuatan asosiasi merek mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian tas Eiger.					
	• Keunikan asosiasi merek mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian tas Eiger.					

Komentar dan Saran:

Terima kasih atas kelapangan waktu yang telah anda berikan dan objektivitas dalam menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini