PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ROKOK DUNHILL PADA PT. BENTOEL GROUP

MEDAN



KUESIONER PENELITIAN

Responden Yang Terhormat,

Dimohonkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk meluasngkan waktu sejenak guna mengisi angket ini, diharapkan dalam pengisiannya responden menjawab dengan leluasa, sesuai dengan persepsi anda.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian skripsi dan tidak berpengaruh apapun terhadap Bapak/Ibu/Sdra/Sdri, atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

**(TIO AYU ANGGIA NINGSIH)**

**NPM. 163114138**

**PETUNJUK MENGISI KUESIONER**

1. Mohon memberi tanda silang (X) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Sdra/Sdri anggap paling sesuai.
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Setelah melakukan pengisian, mohon Bapak/Ibu/Sdra/Sdri memberikannya kepada yang menyerahkan kuesioner ini pertama kali.

**IDENTITAS RESPONDEN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Usia |  ................................................. Tahun |
| 2 | Jenis Kelamin | 1 | Laki-laki | 2 | Perempuan |  |  |
| 3 | Pekerjaan  |  ..................................................  |

Kriteria Jawaban No. 1 s/d 5

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** |

 Sangat Setuju Setuju Ragu-ragu Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

|  |  |
| --- | --- |
| **PERNYATAAN PROMOSI** | **PENILAIAN** |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| 1. Saya pernah bertemu SPG Rokok Dunhilldi tempat keramaian bertemu langsung dengan pelanggan
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya mengetahui iklan Rokok Dunhillyangsering ada di baliho dan majalah remaja dan dewasa
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya merasa promosi Rokok Dunhill semakin menarik sehingga besar kemungkinan Rokok Dunhillditerima konsumen
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya merasa Rokok Dunhill selalu mengadakan stand tersendiri pada saat bazar yang dilakukan untuk umum
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya mengetahui iklan Rokok Dunhillyangmengingatkan tentang pentingnya kesehatan bagi perokok.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Iklan Rokok Dunhillsering ditayangkan di radio swasta dan nasional
 |  |  |  |  |  |
| 1. Semakin menarik promosi Rokok Dunhill, maka semakin besar kemungkinan Rokok Dunhillditerima konsumen
 |  |  |  |  |  |
| 1. Iklan Rokok Dunhillsangat menarik karena sering ditayangkan di televisi swasta nasional
 |  |  |  |  |  |
| 1. Merek Rokok Dunhilldikonotasikan kepada pengguna yang dewasa atau mapan.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Ada rasa bangga saat mengkonsumsi Rokok Dunhill di tengah teman-teman sebaya.
 |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **PERNYATAAN MINAT BELI ROKOK DUNHILL** | **PENILAIAN** |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| 1. Saya merasa konsumen loyal terhadap Rokok Dunhillkarena harga dan rasa sesuai serta memberikan kepuasan dalam mengkonsumsinya.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya mengetahui Rokok Dunhill sering ikut lihat teman mengkonsumsinya
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya merasa iklan Rokok Dunhill sangat menarik karena sering ditayangkan di TV swasta nasional.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya merasa pembelian yang tepat akan membuat konsumen menyarankan orang lain untuk membeli Rokok Dunhill.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Saya merasa keputusan membeli produk Rokok Dunhillmerupakan pilihan akhir terhadap rokok yang diinginkan.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Keputusan pembelian dilakukan setelah diketahui kelebihan Rokok Dunhillhadir dibandingkan rokok lain baik rasa, aroma maupun tekstur tembakau.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Pembelian yang tepat akan membuat konsumen menyarankan orang lain untuk membeli Rokok Dunhill.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Bila konsumen merasa puas terhadap Rokok Dunhillmaka keputusan pembelian tidak akan beralih ke rokok lain.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Keputusan membeli produk Rokok Dunhillmerupakan pilihan akhir terhadap rokok yang diinginkan.
 |  |  |  |  |  |
| 1. Konsumen loyal terhadap Rokok Dunhillkarena harga dan rasa sesuai serta memberikan kepuasan dalam mengkonsumsinya.
 |  |  |  |  |  |

**HASIL OUTPUT SPSS VALIDITAS DAN REALIBILITAS**

**Reliability & Validity X**

| **Reliability Statistics** |
| --- |
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .577 | .572 | 10 |

| **Item-Total Statistics** |
| --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Pernyataan 1 | 15.4255 | 2.591 | .604 | .105 | .539 |
| Pernyataan 2 | 15.4894 | 2.317 | .710 | .272 | .447 |
| Pernyataan 3 | 15.5000 | 2.876 | .522 | .077 | .562 |
| Pernyataan 4 | 15.4255 | 2.957 | .477 | .034 | .599 |
| Pernyataan 5 | 15.3936 | 2.349 | .719 | .291 | .431 |
| Pernyataan 6 | 15.3298 | 2.546 | .580 | .072 | .478 |
| Pernyataan 7 | 15.3723 | 2.172 | .710 | .240 | .373 |
| Pernyataan 8 | 15.3511 | 2.811 | .499 | .046 | .504 |
| Pernyataan 9 | 15.2872 | 2.895 | .457 | .025 | .537 |
| Pernyataan 10 | 15.2979 | 2.405 | .666 | .232 | .379 |

**Reliability & Validity Y**

| **Reliability Statistics** |
| --- |
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .516 | .510 | 10 |

| **Item-Total Statistics** |
| --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Pernyataan 1 | 15.3298 | 2.546 | .580 | .072 | .478 |
| Pernyataan 2 | 15.3723 | 2.172 | .710 | .240 | .373 |
| Pernyataan 3 | 15.3511 | 2.811 | .499 | .046 | .504 |
| Pernyataan 4 | 15.2872 | 2.895 | .457 | .025 | .537 |
| Pernyataan 5 | 15.2979 | 2.405 | .666 | .232 | .379 |
| Pernyataan 6 | 15.4255 | 2.591 | .604 | .105 | .539 |
| Pernyataan 7 | 15.4894 | 2.317 | .710 | .272 | .447 |
| Pernyataan 8 | 15.5000 | 2.876 | .522 | .077 | .562 |
| Pernyataan 9 | 15.4255 | 2.957 | .477 | .034 | .599 |
| Pernyataan 10 | 15.3936 | 2.349 | .719 | .291 | .431 |

**UJI NORMALITAS DATA**

| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
| --- |
|  |  | Promosi | Minat Beli |
| N | 94 | 94 |
| Normal Parametersa | Mean | 19.3085 | 19.1596 |
| Std. Deviation | 1.92341 | 1.89114 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .204 | .137 |
| Positive | .136 | .129 |
| Negative | -.204 | -.137 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | 1.978 | 1.324 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .001 | .060 |
| a. Test distribution is Normal. |  |  |

**HASIL OUTPUT SPSS REGRESI SEDERHANA**

**Regression**

| **Model Summaryb** |
| --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | Durbin-Watson |
| R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | .968a | .938 | .937 | .79078 | .938 | 1384.648 | 1 | 92 | .000 | 2.236 |
| a. Predictors: (Constant), Promosi |  |  |  |
| b. Dependent Variable: Minat Beli |  |  |  |  |

| **ANOVAb** |
| --- |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 865.873 | 1 | 865.873 | 14.648 | .000a |
| Residual | 57.531 | 92 | .625 |  |  |
| Total | 923.404 | 93 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), Promosi |  |  |  |
| b. Dependent Variable: Minat Beli |  |  |  |

| **Coefficientsa** |
| --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. | 95% Confidence Interval for B | Correlations | Collinearity Statistics |
| B | Std. Error | Beta | Lower Bound | Upper Bound | Zero-order | Partial | Part | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.032 | .956 |  | 3.172 | .002 | 1.133 | 4.930 |  |  |  |  |  |
| Promosi | .921 | .025 | .968 | 37.211 | .000 | .872 | .970 | .968 | .968 | .968 | 1.000 | 1.000 |
| a. Dependent Variable: Minat Beli |  |  |  |

**Charts**

 

