

LAMPIRAN

1. Kuesioner



KUESIONER

ANALISI KOMPARASI PERSONAL SELLING, ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK ROKOK DJARUM DAN ROKOK GUDANG GARAM DI SURABAYA

Kami, Mahasiswa UNTAG Surabaya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi dengan judul “Analisi Komparasi Personal Selling, Advertising Terhadap Keputusan Pembeli Produk Rokok Djarum Dan Rokok Gudang Garam Di Surabaya”

Kami, Mahasiswa UNTAG Surabaya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi dengan judul “Analisi Komparasi Personal Selling, Advertising Terhadap Keputusan Pembeli Produk Rokok Djarum Dan Rokok Gudang Garam Di Surabaya”.

Informasi dan data yang anda isi digunakan oleh peneliti sebagai penyusunan Skripsi. Untuk itu, diharapkan saudara bersedia meluangkan waktu untuk mengisi daftar pernyataan dari kuesioner. Terima kasih .

A. Identitas Responden

1. Nama :

2. Umur :

3. Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

4. Pekerjaan :

Wiraswasta

Mahasiswa

Pelajar

Pegawai swasta

Dll

4. Penghasilan :

< 1.000.000

1.000.000

> 1.000.000

B. Petunjuk pengisian kuesioner

Untuk pertanyaan berikut, dimohon kiranya berkenan memberi jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan selama ini, dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada kolom pertanyaan yg paling sesuai dengan kondisi anda.

Ketentuan :

SS : SANGAT SETUJU = 5

S : SETUJU = 4

KS : KURANG SETUJU = 3

TS : TIDAK SETUJU = 2

STS : SANGAT TIDAK SETUJU = 1

No	Pernyataan	Alternatif				
		SS	S	KS	TS	STS
Personal Selling (X1)						
1.	Tenaga penjual rokok djarum bersikap dengan baik					
2.	Tenaga penjual rokok djarum memberikan informasi mengenai rokok djarum pada konsumen					
3.	Tenaga penjual rokok djarum mampu berkeaktivitas untuk membujuk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian rokok djarum					
4.	Tenaga penjual rokok djarum mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen pada rokok djarum					
Advertising (X2)						
1.	<i>Advertising</i> rokok djarum melalui media elektronik dan media cetak mampu menyampaikan informasi tentang rokok djarum					
2.	<i>Advertising</i> rokok djarum melalui media elektronik dan media cetak mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli rokok djarum					
3.	<i>Advertising</i> rokok djarum melalui media elektronik dan media cetak mengingatkan konsumen pada rokok					

	djarum					
4.	Apakah slogan “yang penting happy” mengingatkan konsumen pada rokok djarum					
Keputusan Pembelian (Y)						
1.	Keinginan / kemantapan untuk membeli rokok djarum karena produk yang sangat enak					
2.	Terbiasa mengkonsumsi / membeli rokok djarum					
3.	Memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada konsumen / saudara bahwa djarum adalah rokok yang enak					
4.	Dengan membeli rokok djarum konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian ulang					

Terima Kasih Telah Mengisi Kuesioner

No	Pernyataan	Alternatif				
		SS	S	KS	TS	STS
Personal Selling (X1)						
1.	Tenaga penjual rokok gudang garam bersikap dengan baik					
2.	Tenaga penjual rokok gudang garam memberikan informasi mengenai					

	rokok gudang garam pada konsumen					
3.	Tenaga penjual rokok gudang garam mampu berkeaktivitas untuk membujuk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian rokok gudang garam					
4.	Tenaga penjual rokok gudang garam mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen pada rokok gudang garam					
Advertising (X2)						
1.	<i>Advertising</i> rokok gudang garam melalui media elektronik dan media cetak mampu menyampaikan informasi tentang rokok gudang garam					
2.	<i>Advertising</i> rokok gudang garam melalui media elektronik dan media cetak mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli rokok gudang garam					
3.	<i>Advertising</i> rokok gudang garam melalui media elektronik dan media cetak mengingatkan konsumen pada rokok gudang garam					
4.	Apakah slogan “pria punya selera” mengingatkan konsumen pada rokok gudang garam					

Keputusan Pembelian (Y)					
1.	Keinginan / kemantapan untuk membeli rokok gudang garam karena produk yang sangat enak				
2.	Terbiasa mengkonsumsi / membeli rokok gudang garam				
3.	Memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada konsumen / saudara bahwa gudang garam adalah rokok yang enak				
4.	Dengan membeli rokok gudang garam konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian ulang				

Terima Kasih Telah Mengisi Kuesioner

2. Lembar Revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi: Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 0315925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang befanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

Nama Novita Rusdiana 1121700026

Program Studi Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Pembahasan		

Setuju telah direvisi,

Dosen Penguji,

DR. IGN. ANOM MARUTA, MM

Surabaya, 9 Juli 2021

Dosen Penguji,

DR. IGN. ANOM MARUTA, MM



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi: Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 0315925982,5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang beflanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

Nama Novita Rusdiana 1121700026

Program Studi Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Revisi sesuai petunjuk		

Setuju telah direvisi,

Dosen Penguji,

DRA. SRI ANDAYANI, MM

Surabaya, 11 Juli 2021

Dosen Penguji,

DRA. SRI ANDAYANI, MM

3. Validitas Djarum

X1

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Jumlah
X1.1	Pearson Correlation	1	.439**	.261	.405**	.673**
	Sig. (2-tailed)		.001	.067	.004	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.439**	1	.378**	.397**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001		.007	.004	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.261	.378**	1	.546**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.067	.007		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	.405**	.397**	.546**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.673**	.729**	.783**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X2

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah
X2.1	Pearson Correlation	1	.283*	.322*	.101	.643**
	Sig. (2-tailed)		.046	.023	.487	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.283*	1	.244	.094	.653**
	Sig. (2-tailed)	.046		.087	.516	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.322*	.244	1	.221	.660**
	Sig. (2-tailed)	.023	.087		.124	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.101	.094	.221	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.487	.516	.124		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.643**	.653**	.660**	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Y

Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Jumlah
Y1.1	Pearson Correlation	1	.607**	.634**	.428**	.819**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	50	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	.607**	1	.614**	.521**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Y1.3	Pearson Correlation	.634**	.614**	1	.325*	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.021	.000
	N	50	50	50	50	50
Y1.4	Pearson Correlation	.428**	.521**	.325*	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.021		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.819**	.870**	.791**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

4. Validitas Gudang Garam

X1

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Jumlah
X1.1	Pearson Correlation	1	.298*	.146	-.116	.518**
	Sig. (2-tailed)		.036	.310	.422	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.298*	1	.470**	.380**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.036		.001	.006	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.146	.470**	1	.539**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.310	.001		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	-.116	.380**	.539**	1	.636**
	Sig. (2-tailed)	.422	.006	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.518**	.768**	.800**	.636**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

X2

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah
X2.1	Pearson Correlation	1	.312*	.301*	.005	.666**
	Sig. (2-tailed)		.027	.034	.975	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.312*	1	.177	.113	.600**
	Sig. (2-tailed)	.027		.218	.433	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.301*	.177	1	.126	.690**
	Sig. (2-tailed)	.034	.218		.383	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.005	.113	.126	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.975	.433	.383		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.666**	.600**	.690**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Y

Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Jumlah
Y1.1	Pearson Correlation	1	.262	.005	.159	.493**
	Sig. (2-tailed)		.066	.970	.270	.000
	N	50	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	.262	1	.521**	.410**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.066		.000	.003	.000
	N	50	50	50	50	50
Y1.3	Pearson Correlation	.005	.521**	1	.582**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.970	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Y1.4	Pearson Correlation	.159	.410**	.582**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.270	.003	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.493**	.781**	.777**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Reliabilitas Djarum

X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.794	5

X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.742	5

Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

6. Reliabilitas Gudang Garam

X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.766	5
------	---

X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.731	5

Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	5

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Personal Selling	Equal variances assumed	.387	.535	4.133	98	.000	1.600	.387	.832	2.368
	Equal variances not assumed			4.133	97.866	.000	1.600	.387	.832	2.368
Advertisi	Equal variances assumed	.410	.532	3.173	98	.002	.980	.309	.367	1.593
	Equal variances not assumed			3.173	96.435	.002	.980	.309	.367	1.593
Keputusan Pembelian	Equal variances assumed	3.577	.062	3.472	98	.001	1.400	.403	.600	2.200

Equal variances not assumed			3.472	92.74 7	.001	1.400	.403	.599	2.201
--------------------------------------	--	--	-------	------------	------	-------	------	------	-------

7. Uji Beda t-Test

Uji Group Statistics

Group Statistics					
	Kelompok	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Personal Selling	Djarum	50	17.06	1.900	.269
	Gudang Garam	50	15.46	1.971	.279
Advertising	Djarum	50	16.38	1.640	.232
	Gudang Garam	50	15.40	1.443	.204
Keputusan Pembelian	Djarum	50	16.78	2.243	.317
	Gudang Garam	50	15.38	1.760	.249

8. Hasil Turnitin

Analisis Komparasi Personal Selling, Advertising Terhadap Keputusan Pembeli Produk Rokok Djarum Dan Rokok Gudang Garam Di Surabaya

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	2%
2	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
3	id.scribd.com Internet Source	1%
4	kumpulanmakalahmahasiswa.blogspot.com Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
6	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.uns.ac.id Internet Source	1%
8	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
9	www.sciencegate.app Internet Source	1%
10	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
11	media.neliti.com Internet Source	1%
12	pt.scribd.com Internet Source	1%
13	. Aprianto, . Nusril, . Sriyoto. "ANALYSIS OF FISH CONSUMPTION PATTERNS IN BENGKULU CITY", Jurnal AGRISEP, 2017 Publication	1%
14	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
15	Destalya Anggrainy Mogot Pandin, Efi Fitriana, Aulia Iskandarsyah, Juke Siregar. "Comparison of Resilience and Subjective Well-being to Fathers and Mothers Who Have Postlingual Deafness Children", Jurnal Konseling dan Pendidikan, 2019 Publication	1%
16	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%

