Lampiran 1

PENGANTAR

Bapak/Ibu/Saudara-i Responden yang terhormat,

Pada kesempatan ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara-i, untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini, dalam rangka penelitian untuk Skripsi (S1) pada program studi Ekonomi Manajemen Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "**PENGARUH PROMOSI, REFERENSI TEMAN ATAU KELUARGA DAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS KOMPARASI JASA PELAYANAN INTERNET SMART DAN AHA)**".

Seluruh pertanyaan berlaku untuk konteks saat ini bukan yang diharapkan atau situasi masa datang. Saya mohon agar Bapak/Ibu/Saudara-i berkenan memberi jawaban secara jujur dan obyektif, sehingga penelitian ini menjadi akurat. Penelitian ini murni ditujukan untuk pengembangan ilmu manajemen.

Atas perhatian dan batuan Bapak/Ibu/Saudara-i, saya ucapakan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta,

Hormat saya,

M. Zaky Khairuddin

KUESIONER UNTUK PENGGUNA PRODUK SMART

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis kelamin:
   a. Pria
   b. Wanita
2. Usia Saudara/Bapak/Ibu/Saudara-i saat ini :
   a. 17 s/d 25 tahun d. 40 s/d 49 tahun
   b. 26 s/d 30 tahun e. 50 s/d 59 tahun
   c. 31 s/d 39 tahun f. ≥ 60 tahun
3. Pendidikan terakhir Bapak/Ibu/Saudara-i :
   a. SMP
   b. SMU
   c. Akademi
   d. Sarjana strata satu atau sederajat
   e. Sarjana strata dua atau doktoral
4. Penghasilan tiap bulan yang diterima:
   a. Kurang dari Rp 1.000.000,- c. Rp 3.000.000,- s/d Rp 5.000.000,-
   b. Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,- d. Lebih dariRp 5.000.000,-

KUESIONER UNTUK PENGGUNA SMART

Item	STS	TS	R	S	SS
Promosi					
• Meluangkan waktu untuk melihat iklan produk di TV					
• Iklan di TV mudah dipahami					
• Menginformasikan kegunaan dan kelebihannya					
• Kombinasi tayangan iklan di TV menarik					
• Kombinasi warna iklan di media cetak menarik					
• Iklan di media cetak jelas dan mudah dipahami					
• Slogam dalam iklan sudah sesuai					
• Suka dengan produk setelah membacanya					
• Suka dengan bahasa iklan yang digunakan pada setiap iklan produk					
• Suka desain lay out iklan di counter penjualan					
Sumber Referensi					
• Minta pendapat teman sebelum membeli produk					
• Teman bisa memberikan pendapat dan informasi yang dibutuhkan tentang produk					
• Ada teman yang punya pengalaman menggunakan produk					
• Orang yang dianggap penting menjadi sumber referensi dalam membeli produk					
• Mencari suatu produk di layanan internet, ingin seperti yang digunakan oleh teman/keluarga					
Pencarian Informasi					
• Membutuhkan banyak informasi sebelum memutuskan membeli					
• Brosur menjadi salah satu sumber informasi tentang produk					
• Media cetak (majalah, koran, dsb) menjadi salah satu sumber informasi					
• Media elektronik (televisi, radio, dsb) menjadi salah satu sumber informasi					
• Media internet menjadi salah satu sumber					

informasi					
• Produk yang dicari meliputi jenis layanan yang diberikan, perbandingan harga per paket dan cakupan area layanan					
• Informasi-informasi tentang produk bisa diperoleh dengan cara yang mudah					
• Informasi yang lengkap tentang produk bisa menentukan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan					
Minat Beli					
• Fasilitas layanan yang ditawarkan menarik perhatian					
• Produk sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan					
• Ingin mencoba produk secara langsung					
• Dalam tiga bulan ke depan berencana untuk mendatangi outlet					
• Akan membeli produk dalam waktu dekat					
• Dalam tiga bulan ke depan berencana membeli produk					

Lampiran 2

PENGANTAR

Bapak/Ibu/Saudara-i Responden yang terhormat,

Pada kesempatan ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara-i, untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini, dalam rangka penelitian untuk Skripsi (S1) pada program studi Ekonomi Manajemen Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "**PENGARUH PROMOSI, REFERENSI TEMAN ATAU KELUARGA DAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS KOMPARASI JASA PELAYANAN INTERNET SMART DAN AHA)**".

Seluruh pertanyaan berlaku untuk konteks saat ini bukan yang diharapkan atau situasi masa datang. Saya mohon agar Bapak/Ibu/Saudara-i berkenan memberi jawaban secara jujur dan obyektif, sehingga penelitian ini menjadi akurat. Penelitian ini murni ditujukan untuk pengembangan ilmu manajemen.

Atas perhatian dan batuan Bapak/Ibu/Saudara-i, saya ucapakan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta,

Hormat saya,

M. Zaky Khairuddin

KUESIONER UNTUK PENGGUNA PRODUK AHA

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis kelamin:
   a. Pria
   b. Wanita
2. Usia Saudara/Bapak/Ibu/Saudara-i saat ini :
   a. 17 s/d 25 tahun d. 40 s/d 49 tahun
   b. 26 s/d 30 tahun e. 50 s/d 59 tahun
   c. 31 s/d 39 tahun f. ≥ 60 tahun
3. Pendidikan terakhir Bapak/Ibu/Saudara-i :
   a. SMP
   b. SMU
   c. Akademi
   d. Sarjana strata satu atau sederajat
   e. Sarjana strata dua atau doktoral
4. Penghasilan tiap bulan yang diterima:
   a. Kurang dari Rp 1.000.000,- c. Rp 3.000.000,- s/d Rp 5.000.000,-
   b. Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,- d. Lebih dariRp 5.000.000,-

KUESIONER UNTUK PENGGUNA AHA

Item	STS	TS	R	S	SS
Promosi					
• Meluangkan waktu untuk melihat iklan produk di TV					
• Iklan di TV mudah dipahami					
• Menginformasikan kegunaan dan kelebihannya					
• Kombinasi tayangan iklan di TV menarik					
• Kombinasi warna iklan di media cetak menarik					
• Iklan di media cetak jelas dan mudah dipahami					
• Slogam dalam iklan sudah sesuai					
• Suka dengan produk setelah membacanya					
• Suka dengan bahasa iklan yang digunakan pada setiap iklan produk					
• Suka desain lay out iklan di counter penjualan					
Sumber Referensi					
• Minta pendapat teman sebelum membeli produk					
• Teman bisa memberikan pendapat dan informasi yang dibutuhkan tentang produk					
• Ada teman yang punya pengalaman menggunakan produk					
• Orang yang dianggap penting menjadi sumber referensi dalam membeli produk					
• Mencari suatu produk di layanan internet, ingin seperti yang digunakan oleh teman/keluarga					
Pencarian Informasi					
• Membutuhkan banyak informasi sebelum memutuskan membeli					
• Brosur menjadi salah satu sumber informasi tentang produk					
• Media cetak (majalah, koran, dsb) menjadi salah satu sumber informasi					
• Media elektronik (televisi, radio, dsb) menjadi salah satu sumber informasi					
• Media internet menjadi salah satu sumber					

informasi					
• Produk yang dicari meliputi jenis layanan yang diberikan, perbandingan harga per paket dan cakupan area layanan					
• Informasi-informasi tentang produk bisa diperoleh dengan cara yang mudah					
• Informasi yang lengkap tentang produk bisa menentukan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan					
Minat Beli					
• Fasilitas layanan yang ditawarkan menarik perhatian					
• Produk sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan					
• Ingin mencoba produk secara langsung					
• Dalam tiga bulan ke depan berencana untuk mendatangi outlet					
• Akan membeli produk dalam waktu dekat					
• Dalam tiga bulan ke depan berencana membeli produk					