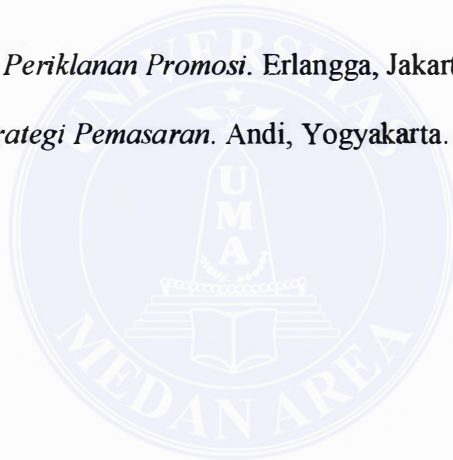


DAFTAR PUSTAKA

- Agipora, Marius P, 1999, *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 1998, *Dasar - Dasar Pemasaran* PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____. 2000. *Manajemen Penelitian Sampel*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arifin, Anwar, 1998, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Rajawali Press, Jakarta
- Baldinger, Allan L, dan Joel Rubinson, 1996, *Kesetiaan Merek: Mata Rantai Antara Sikap dan Perilaku*. PT. Mitra Utama, Jakarta.
- Bixler, Sussan dan Lisa Scherrer, 1996, *Bertindak*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2002, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Durianto, Darmadi, 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Effendi, Onong Uchjana, 1994, *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- _____. 2002. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti Bandung.
- Harriyah, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Consumen*. CV. Alfabeto, Bandung.
- Hermawan, Kartajaya dkk, 2004, *Positioning Diferensi dan Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Horton, Raymond L, 1984, *Perilaku Pembelian. Suatu Pengambilan Keputusan Pendekatan*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Liliweri, Alo, 1992, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Citra Adityia Bakti, Bandung, 1993.
- Matution, Domi C dkk, 1992, *Manajemen Personalialia*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Nickless, Willian G, 1984, *Pemasaran dan Promosi Komunikasi*, PT. Mitra Utama, Jakarta.
- Rahmat, Jalaludin, 1993, *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Shimp, A, Terence, 2003, *Periklanan Promosi*. Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.



KUISIONER
BRAND AWARENESS DAN KESETIAAN

(Studi Deskriptif Mengenai Peranan *Brand Awareness* Karyawan Tentang
Produk Oriflame dalam Membangkitkan Kesetiaan Produk Karyawan
Pramuniaga Ramayana Plaza Medan Baru)

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Harap diisi dengan jawaban yang benar.
2. Lingkari atau tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.

I. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Usia : tahun

II. *BRAND AWARENESS*

2. Apakah anda mengenal Produk Oriflame?
 - a. Mengenal
 - b. Kurang mengenal
 - c. Tidak mengenal
3. Sudah berapa lamakah anda mengetahui merek Oriflame?
 - a. < 1 tahun
 - b. 2-3 tahun
 - c. > 3 tahun
4. Darimana pertama kali anda mengetahui Produk Oriflame?
 - a. Surat kabar
 - b. Papan reklame
 - c. Teman
5. Apakah anda mengetahui bahwa Oriflame adalah salah satu merek dari Produk Kosmetik?
 - a. Mengenal

- b. Kurang mengenal
 - c. Tidak mengenal
6. Bagaimana anda menempatkan peringkat posisi merek Oriflame dibenak pikiran anda?
- a. Baik
 - b. Kurang baik
 - c. Tidak baik
7. Ketika timbul keinginan anda untuk membeli kosmetik, apakah merek Oriflame diperhitungkan sebagai pilihan utama?
- a. Diperhitungkan
 - b. Kurang diperhitungkan
 - c. Tidak diperhitungkan
8. Bagaimana persepsi anda tentang Oriflame?
- a. Bagus
 - b. Kurang bagus
 - c. Tidak bagus
9. Kosmetik tersedia dalam banyak merek di pasaran, apakah anda akan tetap memilih Oriflame?
- a. Ya
 - b. Ragu-ragu
 - c. Tidak
10. Apakah menurut anda, harga mempengaruhi tingkat pembelian Produk Oriflame?
- a. Mempengaruhi
 - b. Kurang mempengaruhi
 - c. Tidak mempengaruhi

III. KESETIAAN

11. Apakah harga mempengaruhi kesetiaan anda dalam menentukan Produk yang akan anda gunakan?
 - a. Mempengaruhi
 - b. Kurang mempengaruhi
 - c. Tidak mempengaruhi
12. Apakah kualitas produk mempengaruhi kesetiaan anda dalam menentukan Produk Kosmetik yang akan anda gunakan?
 - a. Mempengaruhi
 - b. Kurang mempengaruhi
 - c. Tidak mempengaruhi
13. Apakah keamanan bahan-bahan yang digunakan oleh Produk Oriflame dapat mempengaruhi kesetiaan anda dalam menentukan produk kosmetik yang akan anda gunakan?
 - a. Mempengaruhi
 - b. Kurang mempengaruhi
 - c. Tidak mempengaruhi
14. Menurut anda, apakah pelayanan (*service*) dapat mempengaruhi kesetiaan anda dalam menentukan Produk Kosmetik yang akan anda gunakan?
 - a. Mempengaruhi
 - b. Kurang mempengaruhi
 - c. Tidak mempengaruhi
15. Apa yang paling dominan mendorong anda untuk setia terhadap suatu Produk?
 - a. Kualitas
 - b. Harga
 - c. Merek yang terkenal

16. Menurut anda, apakah Produk Kosmetik Oriflame berkualitas apabila dibandingkan dengan Produk Kosmetik yang lain?
- a. Berkualitas
 - b. Kurang berkualitas
 - c. Tidak berkualitas
17. Apakah merek yang terkenal dapat membangkitkan kesetiaan anda untuk mempergunakan Produk Oriflame?
- a. Dapat
 - b. Kurang dapat
 - c. Tidak dapat
18. Saran-saran untuk perbaikan Produk Oriflame.

.....

.....

.....

Terima kasih atas kesediaan anda untuk mengisi kuisisioner ini.

Hormat Saya,

(Hanifah H)

SURAT KETERANGAN

NO. : 015 / KET / R62 / II / 2010

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : SUMIATI
Jabatan : Sumber Daya Manusia (SDM)
Perusahaan : PT. Ramayana Lestari Sentosa, TBK
RAMAYANA PLAZA MEDAN BARU (R62)
Alamat : Jl. Iskandar Muda Pasar Pringgan Medan

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Hanifah Handayani
NIM : 06.853.0006
Asal Universitas : UNIVERSITAS MEDAN AREA

Adalah benar telah menyelesaikan **Penelitian Lapangan** di perusahaan kami
terhitung sejak tanggal **12 Desember 2009 s/d 23 Januari 2010**

Demikian surat keterangan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 01 Februari 2010

RAMAYANA PLAZA MEDAN BARU (R62)

SUMIATI

Sumber Daya Manusia (SDM)



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JALAN KOLAM NOMOR 1 MEDAN ESTATE TELEPON : 061 - 7366878, 7364348, FAX. 7360168 MEDAN - 20233

Nomor : 1130 /F.5 / 1.2.b / 2009
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data

10 Agustus 2009

Yth : Bapak HRD. Plaza RAMAYANA Tbk. Sentosa
Jln. Iskandar Muda No. 62 Medan

Di
Medan

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : **Hanifah Handayani**
Nomor Pokok Mahasiswa : **06 853 0006**
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data pada kantor : **Plaza RAMAYANA Tbk. Sentosa**
Jln. Iskandar Muda No. 62 Medan

Guna penyusunan Skripsi mahasiswa yang berjudul :

“ BRAND AWARENESS DAN KESETIAAN “

(Studi Deskriptif Mengenai Peranan Brand Awareness Karyawan Tentang Produk Oriflame Dalam Membangkitkan Kesetiaan Produk Karyawan Pramuniaga PLAZA RAMAYANA Department Store)

Perlu kami tambahkan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada lembaga yang saudara pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.


Drs. N. Nusi Thamrin Nasution, MSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Tembusan :

1. LPPM/LP
2. BAAP
3. Mahasiswa Ybs
4. Arsip

UNIVERSITAS MEDAN AREA