

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aziz Hasan, (2003), *Marketing dan Strateginya*, Percetakan Bali. Medan.
- Alma Buchari, (2004), *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Asseal, Hendry, (2001), *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Ohio, Sout-Western College Publishing.
- Basu Swastha DH, (2000)*Manajemen Pemasaran Modren*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Catur. 2001, *Marketing dan Strateginya*, BPFE, Yogyakarta
- Freddy Rangkuti, 2001, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi, Konsep Perencanaan Staretegis Untuk Menghadapi Abad 21*, Cetakan Kedelapan, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Grenvas 2001. *Managemen Pemasaran*, Erlangga. Jakarta
- Gregorius Chandra, 2007, *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Yogyakarta
- Kashmir, *Etika Customer Service*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.
- Kotler Philip, Armstrong, 2006, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Millenium, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler Philip, 2005, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Satu, Edisi Revisi, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Setiadi, 2005, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua Belas, Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Soekartawi, 2005, *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- Sofyan Assauri, (2000), *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Penerbit PT. Raya Grafindo Persada, Jakarta.

Simamora Hendry, 2008, Manajemen Pemasaran Internasional, Jilid Tiga, Salemba Empat, Jakarta.
Sugiyono, (2005), Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta, Bandung.

Simamora, Memeuagkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif, Yogyakarta, 2003.

Schifman, Leon G., dan Kanuk, Leslie L. (2004), Consumer Behaviour, Fifth Edition, Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs New Jersey.

Tjiptono, 2005, Kiat Membuat Rencana Pemasaran Dalam 30 Menit, Penerbit Proges, Jakarta.

Woworuntu, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta, 1999.

Winardi, (2000), Kamus Ekonomi, Edisi Pertama, Cetakan Kelima, Penerbit Alumni Bandung.

Sugiyono, (2005), Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta, Bandung.

Tim penyusun, 2008, Pedoman Penulisan Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area – Medan.

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat, pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini ditujukan untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI PADA PT. SUNINDO VARIA MOTOR GEMLANG MEDAN”** pada program Sarjana Ekonomi Universitas Medan Area.

1. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
Pekerjaan :
Alamat :

2. Petunjuk Pengisian

Isilah lembar pertanyaan di bawah ini tanpa kecuali sesuai dengan pendapat Anda. Berikan tanda silang (X) pada kolom sebelah kanan sesuai dengan jawaban Anda. Keterangan pengisian lembar pertanyaan:

SFS = Sangat Tidak Setuju TS = Tidak Setuju
RR = Ragu-Ragu S = Setuju
SS = Sangat Setuju

No.	INDIKATOR VARIABEL	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)
A. Merek						
1.	Dibandingkan dengan merek lain, dengan memakai sepeda motor Suzuki. saya merasa dipandang dimasyarakat.					
2.	Dengan memakai sepeda motor Suzuki saya merasa telah mengikuti perkembangan zaman.					
3.	Saya sangat antusias jika melihat produk Suzuki dibandingkan merek lain.					
4.	Jika hendak membeli sepeda motor, keluarga saya selalu memilih Suzuki					
B. Harga						
1.	Tanggapan saya tentang sepeda motor Suzuki yang telah saya beli adalah sesuai dengan kemampuan keuangan saya.					
2.	Harga sepeda motor yang telah ditetapkan disini tidak memberatkan.					
3.	Harga sepeda motor Suzuki bila dibandingkan dengan harga sepeda motor merek lain adalah tidak mahal.					
4.	Penetapan harga sepeda motor ke konsumen oleh dealer sepeda motor Suzuki adalah tidak tawar menawar.					
C. Promosi						
1.	Pemasangan papan reklame tentang keberadaan sepeda motor Suzuki mempengaruhi keputusan saya untuk mengambil keputusan membeli sepeda motor tersebut.					
2.	Pemasangan iklan tentang sepeda motor Suzuki di media masa seperti koran, mempengaruhi keputusan saya untuk membeli sepeda motor tersebut.					
3.	Penggunaan brosur tentang promosi sepeda motor Suzuki yang sampai kepada saya, telah mempengaruhi keputusan saya membeli sepeda motor tersebut.					
4.	Even-even pameran sepeda motor, terutama sepeda motor Suzuki yang pernah saya lihat ditempat umum mempengaruhi saya dalam pengambilan keputusan untuk membelinya.					
D. Pelayanan						
1.	Bengkel resmi Suzuki sangat banyak dan mudah dijumpai sehingga memudahkan saya untuk melakukan perawatan.					
2.	Suku cadang asli Suzuki sangat awet dan mudah dibeli ditoko-toko sparepart.					

3.	Garansi yang diberikan untuk setiap pembelian unit Suzuki, memastikan saya untuk membeli sepeda motor Suzuki.					
4.	Dengan adanya layanan konsumen, saya lebih mudah mendapatkan informasi tentang produk sepeda motor Suzuki.					

E. Perilaku Konsumen

1.	Saya memiliki kesadaran terhadap kebutuhan akan sepeda motor.					
2.	Saya aktif mencari informasi, tentang sepeda motor sebelum saya memilikinya.					
3.	Saya selalu teliti dengan penawaran sepeda motor, melalui informasi-infonnasi yang saya terima.					
4.	Dalam memutuskan membeli sepeda motor, saya merasa keputusan saya adalah tepat.					
5.	Saya merasa puas dengan membeli dan memakai sepeda motor Suzuki.					
6.	Fasilitas service gratis membuat saya tertarik membeli sepeda motor Suzuki					

Terima kasih atas kerjasama Bapak/Ibu, semoga sukses dan lancar dalam segala urusan.

