



Lampiran Kuesioner

KUESIONER

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa *Kwik Kian Gie School of Business* yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Efektivitas Iklan, Kepuasan atas Kualitas Produk, Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Blackberry ke Merek Handphone Samsung”** dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Oleh karena itu saya mengharapkan bantuan Saudara/i untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang ada didalam kuesioner ini. Hasil data ini hanya semata-mata untuk kepentingan penelitian, saya berharap Saudara/i dapat menjawab kuesioner ini dengan sebenarnya. Atas kesediaan ini dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk pengisian: Lingkarilah angka yang tepat dengan menggunakan skala di bawah ini berdasarkan tanggapan anda.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Profil responden

Nama

Nim

A. Jenis Kelamin Anda :

1. Laki-Laki
2. Perempuan

B. Usia anda :

1. 18 Thn
2. 19 Thn
3. 20 Thn
4. 21 Thn
5. >22 Thn

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Efektivitas iklan

Menurut Anda, faktor-faktor apa saja yang penting dalam menentukan efektivitas suatu iklan produk :

No	Empati	STS	TS	N	S	SS
1	Setujukah anda bahwa anda menyukai iklan handphone Samsung	1	2	3	4	5
	Persuasi					
2	Setujukah anda bahwa anda tertarik dengan handphone yang bermerek Samsung	1	2	3	4	5
3	Setujukah anda bahwa anda berkeinginan untuk membeli handphone Samsung	1	2	3	4	5
	Dampak					
4	Setujukah anda bahwa anda tahu mengenai spesifikasi handphone Samsung	1	2	3	4	5
5	Setujukah anda bahwa iklan handphone Samsung lebih kreatif dibanding iklan handphone lain	1	2	3	4	5
	Komunikasi					
6	Setujukah anda bahwa iklan handphone Samsung mampu mengkomunikasikan pesan yang disampaikan	1	2	3	4	5
7	Setujukah anda bahwa slogan atau kalimat menarik iklan handphone Samsung sudah tercermin dalam iklan	1	2	3	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Kepuasan atas Kualitas Produk

Menurut Anda, faktor-faktor apa saja yang penting dalam menentukan ketidakpuasan atas kualitas produk :

No	Kinerja	STS	TS	N	S	SS
1	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan kinerjanya	1	2	3	4	5
2	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan kenyamanannya	1	2	3	4	5
Interaksi Pegawai						
3	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan keramahan pegawainya	1	2	3	4	5
4	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan kredibilitas pegawainya dalam memberikan informasi tentang produk	1	2	3	4	5
Reliabilitas						
5	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan konsistensi kinerjanya	1	2	3	4	5
Daya Tahan						
6	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan ketahanan mesinnya	1	2	3	4	5
7	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan kapasitas baterainya.	1	2	3	4	5
Ketepatan Waktu dan Kenyamanan						
8	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan jangka waktu yang diperlukan untuk memperbaiki kerusakan handphone.	1	2	3	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	9	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan kemudahan transaksinya	1	2	3	4	5
		Estetika					
	10	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan desain produknya	1	2	3	4	5
	11	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan kombinasi warna pada produknya.	1	2	3	4	5
		Kesadaran akan Merek					
12	Anda berpindah ke handphone Samsung dari handphone Blackberry disebabkan reputasinya	1	2	3	4	5	

4. Kebutuhan Mencari Variasi

Menurut Anda, faktor-faktor apa saja yang penting dalam menentukan perilaku pencarian variasi :

No	Persaingan yang Ketat antar Produk	STS	TS	N	S	SS
1	Jika merek handphone tersedia dalam sejumlah variasi tipe, Saya pasti mencobanya	1	2	3	4	5
2	Jika ada merek lain yang lebih tenar dari merek handphone yang saya gunakan, Saya pasti mencobanya	1	2	3	4	5
	Penurunan Kualitas Produk					
3	Jika ada merek lain yang memiliki resolusi kamera yang lebih tinggi dari merek handphone yang saya gunakan, Saya pasti mencobanya	1	2	3	4	5
4	Jika ada merek handphone lain yang memiliki kinerja lebih baik dari handphone yang saya gunakan, Saya pasti mencobanya	1	2	3	4	5
	Karakteristik alamiah konsumen					
5	Saya merasa tertantang untuk memiliki handphone yang memiliki teknologi telepon seluler tercanggih	1	2	3	4	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6	Saya tidak khawatir untuk mencoba merek handphone baru meskipun handphone yang telah saya gunakan mampu memberikan kepuasan	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---	---



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Perpindahan merek

Menurut Anda, faktor-faktor apa saja yang penting dalam menentukan perpindahan merek:

No	Keinginan berpindah merek	STS	TS	N	S	SS
1	Setujukah anda bahwa produk yang dapat memuaskan kebutuhan spesifik berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk berpindah merek	1	2	3	4	5
	Lebih memilih merek lain					
2	Setujukah anda bahwa keberhasilan produk dalam memberikan layanan memengaruhi konsumen untuk berpindah merek	1	2	3	4	5
3	Setujukah anda bahwa kenyamanan handphone sebagai alat komunikasi mempengaruhi konsumen untuk berpindah merek	1	2	3	4	5

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

JUMLAH RESPONDEN	E1	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13
1	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	8
2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	2	3	2	4	3	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	2	4	2	2	4	5	5	5	5	3
5	4	3	4	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3
6	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3
8	4	4	3	3	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
9	3	4	5	4	4	3	3	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	2	3	2	2	2	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
12	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
13	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	2	2	2	4	3	3	3	5	4	1	4	2
14	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4
15	5	4	4	5	3	4	4	2	5	5	5	2	2	4	4	4	2	4	4	2	3	2
16	4	4	3	3	5	4	4	3	5	5	5	3	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3
17	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	4	3	4	4	2	2	2	1	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	3	5	5	3
19	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
20	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	2	4	5	5	2	4	5	5	4	5	1
21	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
22	4	3	5	4	3	3	2	4	5	4	3	3	1	3	3	3	4	5	3	3	1	1
23	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	2	2	4	4	5	2	2
25	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	1	1	3	5	5	5	2	3	5	5	2	1
26	4	3	4	4	3	2	4	4	4	5	2	2	4	4	4	5	3	2	3	3	5	5
27	3	2	2	2	4	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
28	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

JUMLAH RESPONDEN	KMV 1	KMV 2	KMV 3	KMV 4	KMV 5	KMV 6	PM 1	PM 2	PM 3	TOTAL SKOR
1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	100
2	4	4	4	4	4	3	5	5	5	109
3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	115
4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	118
5	1	1	2	5	3	1	5	5	3	106
6	2	2	2	3	3	2	4	4	4	113
7	2	3	3	2	3	4	3	4	4	99
8	4	4	5	5	4	4	4	4	4	123
9	3	3	4	3	4	3	3	2	2	99
10	4	4	4	4	5	5	5	5	5	125
11	4	4	4	5	4	5	4	4	5	121
12	5	5	4	4	5	4	5	5	5	136
13	2	4	1	5	1	4	5	4	4	102
14	4	4	5	5	4	3	5	5	5	116
15	2	2	2	2	2	2	4	4	5	99
16	3	4	4	4	4	3	5	5	5	117
17	3	2	4	3	2	4	4	4	4	80
18	3	2	3	2	4	4	2	4	5	95
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	144
20	4	5	2	5	4	5	4	5	5	126
21	4	2	4	4	4	4	4	4	4	124
22	5	4	3	5	5	4	5	5	5	108
23	4	4	4	4	5	4	4	5	5	135
24	4	4	4	4	4	4	5	4	5	108



C Hak cipta milik

	IBI	KEA	Insti	tut	Bisn	is	din	Inf	orm	atik	a	Kwik	Kian	Gie	Insti	tut	Bisn	is	din	Inf	orm	atik	a	Kwik	Kian	Gie	
Hak Cipta Ditinjau dari Undang-Undang	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	29
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumbernya	18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	28
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.	50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	27
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	26
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52



Frequencies

Statistics

		usia responden	jenis kelamin
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
	Mean	3,35	1,46

Frequency Table

usia responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
18 tahun	9	9,0	9,0	9,0
19 tahun	12	12,0	12,0	21,0
20 tahun	29	29,0	29,0	50,0
21 tahun	35	35,0	35,0	85,0
22 tahun	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	54	54,0	54,0	54,0
perempuan	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Descriptives

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Descriptive Statistics

	N	Mean
1. D		
efektivitas iklan 1	100	3,83
efektivitas iklan 2	100	3,89
efektivitas iklan 3	100	3,67
efektivitas iklan 4	100	3,71
efektivitas iklan 5	100	3,45
efektivitas iklan 6	100	3,80
efektivitas iklan 7	100	3,73
kepuasan 1	100	4,00
kepuasan 2	100	3,89
kepuasan 3	100	2,88
kepuasan 4	100	2,87
kepuasan 5	100	3,52
kepuasan 6	100	3,74
kepuasan 7	100	3,45
kepuasan 8	100	3,23
kepuasan 9	100	3,47
kepuasan 10	100	4,11
kepuasan 11	100	3,71
kepuasan 12	100	3,86
kebutuhan mencari variasi 1	100	3,72
kebutuhan mencari variasi 2	100	3,21
kebutuhan mencari variasi 3	100	3,45
kebutuhan mencari variasi 4	100	3,72
kebutuhan mencari variasi 5	100	3,64
kebutuhan mencari variasi 6	100	3,43
perpindahan merek 1	100	4,05
perpindahan merek 2	100	3,98
perpindahan merek 3	100	4,09
Valid N (listwise)	100	

Frequency Table

- a. Mengutip hanya untuk kepentingan penelitian, penertarikan, penerbitan, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



efektivitas iklan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
3	26	26,0	26,0	28,0
4	57	57,0	57,0	85,0
5	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

efektivitas iklan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	6	6,0	6,0	8,0
3	12	12,0	12,0	20,0
4	61	61,0	61,0	81,0
5	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

efektivitas iklan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	11	11,0	11,0	12,0
3	21	21,0	21,0	33,0
4	54	54,0	54,0	87,0
5	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

efektivitas iklan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	12	12,0	12,0	12,0
3	23	23,0	23,0	35,0
4	47	47,0	47,0	82,0
5	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

efektivitas iklan 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	12	12,0	12,0	12,0
3	23	23,0	23,0	35,0
4	47	47,0	47,0	82,0
5	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

daripada dipertahankan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4,0	4,0	4,0
2	10	10,0	10,0	14,0
3	33	33,0	33,0	47,0
4	43	43,0	43,0	90,0
5	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

efektivitas iklan 6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3,0	3,0	3,0
2	2	2,0	2,0	5,0
3	21	21,0	21,0	26,0
4	60	60,0	60,0	86,0
5	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

efektivitas iklan 7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	3	3,0	3,0	5,0
3	29	29,0	29,0	34,0
4	52	52,0	52,0	86,0
5	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	6	6,0	6,0	6,0
6	6	6,0	6,0	12,0
8	8	8,0	8,0	20,0
42	42	42,0	42,0	62,0
38	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 2

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber atau mengutipnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	6	6,0	6,0	6,0
2	4	4,0	4,0	10,0
3	14	14,0	14,0	24,0
4	47	47,0	47,0	71,0
5	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	9	9,0	9,0	9,0
2	25	25,0	25,0	34,0
3	39	39,0	39,0	73,0
4	23	23,0	23,0	96,0
5	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	8	8,0	8,0	8,0
2	26	26,0	26,0	34,0
3	42	42,0	42,0	76,0
4	19	19,0	19,0	95,0
5	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4,0	4,0	4,0
2	5	5,0	5,0	9,0
3	36	36,0	36,0	45,0
4	45	45,0	45,0	90,0
5	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4,0	4,0	4,0
2	5	5,0	5,0	9,0
3	36	36,0	36,0	45,0
4	45	45,0	45,0	90,0
5	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber atau mengutipnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Mengutipnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	8	8,0	8,0	9,0
3	27	27,0	27,0	36,0
4	44	44,0	44,0	80,0
5	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	13	13,0	13,0	15,0
3	38	38,0	38,0	53,0
4	32	32,0	32,0	85,0
5	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4,0	4,0	4,0
2	14	14,0	14,0	18,0
3	46	46,0	46,0	64,0
4	27	27,0	27,0	91,0
5	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4,0	4,0	4,0
2	10	10,0	10,0	14,0
3	34	34,0	34,0	48,0
4	39	39,0	39,0	87,0
5	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4,0	4,0	4,0
2	10	10,0	10,0	14,0
3	34	34,0	34,0	48,0
4	39	39,0	39,0	87,0
5	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber atau mengutipnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	3	3,0	3,0	4,0
3	15	15,0	15,0	19,0
4	46	46,0	46,0	65,0
5	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	11	11,0	11,0	12,0
3	25	25,0	25,0	37,0
4	42	42,0	42,0	79,0
5	21	21,0	21,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kepuasan 12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	6	6,0	6,0	6,0
3	26	26,0	26,0	32,0
4	44	44,0	44,0	76,0
5	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kebutuhan mencari variasi 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	17	17,0	17,0	19,0
4	30	30,0	30,0	49,0
5	41	41,0	41,0	90,0
6	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kebutuhan mencari variasi 2

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Valid

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Dikutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	6	6,0	6,0	6,0
2	24	24,0	24,0	30,0
3	28	28,0	28,0	58,0
4	27	27,0	27,0	85,0
5	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kebutuhan mencari variasi 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3,0	3,0	3,0
2	18	18,0	18,0	21,0
3	28	28,0	28,0	49,0
4	33	33,0	33,0	82,0
5	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kebutuhan mencari variasi 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3,0	3,0	3,0
2	9	9,0	9,0	12,0
3	24	24,0	24,0	36,0
4	41	41,0	41,0	77,0
5	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kebutuhan mencari variasi 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	6	6,0	6,0	8,0
3	36	36,0	36,0	44,0
4	38	38,0	38,0	82,0
5	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

kebutuhan mencari variasi 6

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber yang digunakan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	9	9,0	9,0	9,0
2	11	11,0	11,0	20,0
3	24	24,0	24,0	44,0
4	40	40,0	40,0	84,0
5	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

perpindahan merek 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3,0	3,0	3,0
2	1	1,0	1,0	4,0
3	15	15,0	15,0	19,0
4	50	50,0	50,0	69,0
5	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

perpindahan merek 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	6	6,0	6,0	6,0
3	16	16,0	16,0	22,0
4	52	52,0	52,0	74,0
5	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

perpindahan merek 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3,0	3,0	3,0
3	2	2,0	2,0	5,0
4	10	10,0	10,0	15,0
5	53	53,0	53,0	68,0
6	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

FOTO RESPONDEN YANG MENGISI KUESIONER

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

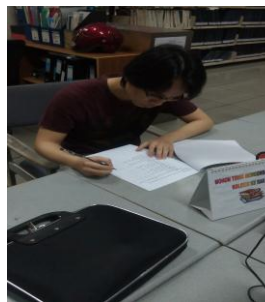
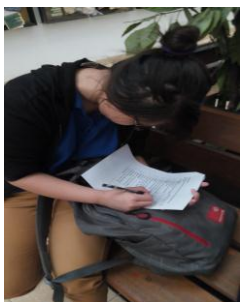
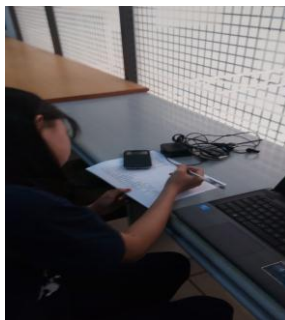
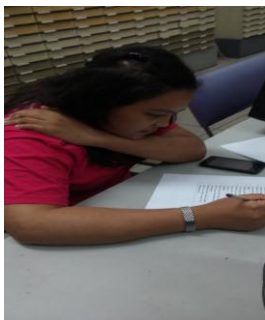
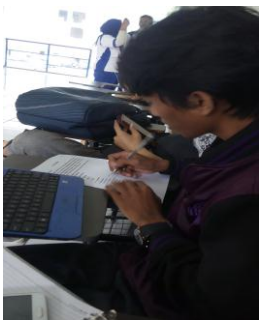
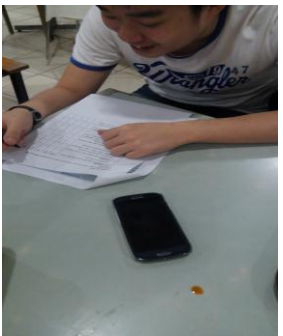
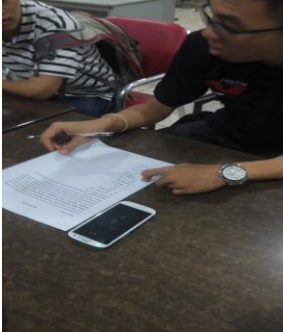
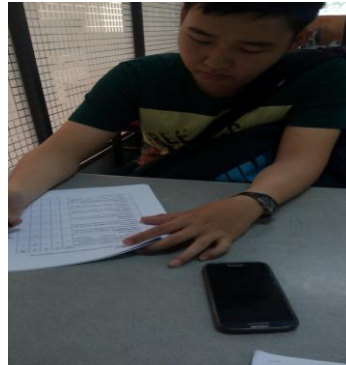
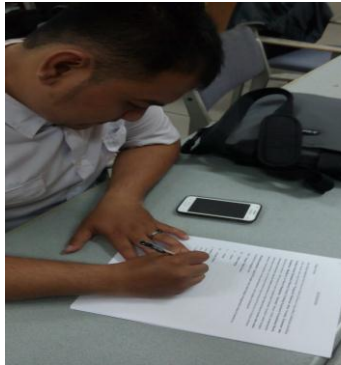
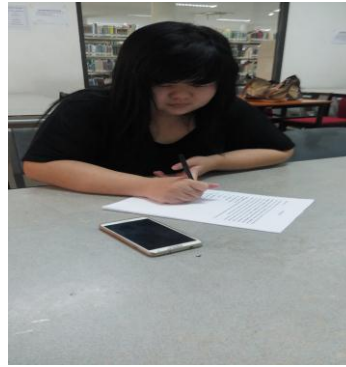
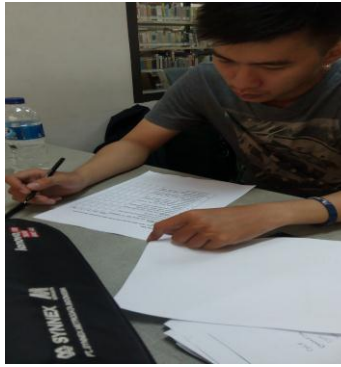


FOTO RESPONDEN YANG MENGGISI KUESIONER



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.