



PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
KECAMATAN BABELAN
DESA BAHAGIA

Jl. KH. Mahmud Ma'sum No. 01 Telp.

Kode Pos 17612

SURAT KETERANGAN

Nomor: 87 /Pem-Bhg/ III /2007

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Bahagia Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi, menerangkan bahwa:

1. Nama Lengkap : ANDREAS ALBARCZA
2. Tempat/Tgl. Lahir : JAKARTA, 27-12-1984
3. Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
4. Pekerjaan : KAWASIRAN
5. Status Perkawinan : MUDA
6. Agama : ISLAM
7. Kewarganegaraan : INDONESIA
8. Nomor KTP : 16.1201.271004.1002
9. Alamat : Bahagia, RT. 03, RW. 001 Desa Bahagia, Kecamatan Babelan

Rt. 03, Rw. 001 Desa Bahagia, Kecamatan Babelan
Kabupaten Bekasi.

Bahwa nama tersebut di atas betul penduduk Wilayah Desa kami dan bertempat tinggal pada alamat tersebut di atas.

Surat Keterangan ini diberikan untuk digunakan
~~UNTUK MELAKUKAKAN PERKAWINAN DI DESA BAHAGIA~~

Berdasarkan sepengetahuan dan pertimbangan kami bahwa
~~WARGA NAMA TERSEBUT DI ATAS TELAH MELAKUKAKAN AISIR DI~~
DS. BAHAGIA.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yang Bersangkutan

Bahagia, 07-03 2007
Kepala Desa Bahagia

ANDREAS ALBARCZA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis mengenai perilaku konsumen terhadap produk pasta gigi Pepsodent dan Ciptadent yang didapat dari hasil Kuesiner, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Informas: Produk

Dari hasil penelitian mengenai informasi tentang produk tersebut, konsumen lebih sering mengetahui/melihat produk Pepsodent dan Ciptadent melalui televisi atau radio atau media elektronik. Hal ini dapat dilihat dari peringkat pertama yang ditempati oleh media tersebut dengan frekuensi 423 untuk Pepsodent dan frekuensi 401 untuk Ciptadent.

2. Pertimbangan Pembelian

Dari hasil penelitian mengenai pertimbangan dalam pembelian produk tersebut, konsumen memilih pertimbangan karena harganya (frekuensi 385) dalam melakukan pembelian yang menempati peringkat pertama.

3. Tempat mendapatkan produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden sering mendapatkan atau memperoleh kedua produk ini di Supermarket/Minimarket. Hal ini dapat dilihat dari 73% responden untuk Pepsodent dan 72% responden untuk Ciptadent.

4. Kuantitas konsumsi

Untuk kuantitas atau berapa kali mereka membeli pasta gigi tersebut dalam sebulan, sebagian besar responden (57%) menjawab satu kali dalam sebulan.

5. Pengambil keputusan pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dalam melakukan pembelian yang paling berperan dalam mengambil keputusan adalah Ibu (79%).

6. Loyalitas Produk

Dalam penelitian ini diteliti tentang loyalitas responden akan kedua produk tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan responden (57%) lebih memilih untuk tetap mencari produk pasta gigi merek kesukaannya di tempat lain.

7. Analisis Evaluasi

Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut harga adalah atribut yang paling menonjol diantara keempat atribut yang menyertai produk pasta gigi tersebut.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa atribut harga menempati peringkat pertama dengan skala tertinggi yaitu 1,38. Hal ini juga berarti di mata konsumen meyakini bahwa atribut harga merupakan atribut yang sangat penting pada produk pasta gigi.

8. Analisis Keyakinan

Berdasarkan hasil analisis evaluasi terhadap produk pasta gigi Pepsodent dan Ciptadent, dipilih hasil bahwa Pepsodent unggul di atribut merek dan promosi. Sedangkan Ciptadent unggul di atribut harga dan kemasan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa merek Pepsodent lebih terkenal dibandingkan Ciptadent. Promosi yang dilakukan Pepsodent lebih baik dibandingkan Ciptadent. Sedangkan untuk harga Ciptadent lebih murah dibandingkan dengan Pepsodent dan kemasan dari Ciptadent lebih menarik dibandingkan dengan Pepsodent.

9. Analisis Sikap

Sikap konsumen terhadap kedua produk dalam kategori cukup baik. Artinya konsumen dapat menerima kedua produk tersebut dan mempunyai penilaian yang positif terhadap atribut-atribut yang menyertai Pepsodent (+3,1474.) dan Ciptadent (+2,7379.)

B. Saran

Berdasarkan temuan pada penelitian terhadap produk pasta gigi keluarga, penulis memberikan saran-saran kepada perusahaan yang bergerak dalam bisnis ini antara lain :

1. Dalam menginformasikan atau mempromosikan produknya lebih efektif jika perusahaan pasta gigi menggunakan media elektronik seperti televisi dan radio. Sedangkan untuk distribusi produk yang tepat dan efektif adalah

dengan menyalurkan produk pasta gigi ke Supermarket atau Minimarket.

Hal ini karena konsumen sering membeli atau mendapatkan produk di tempat tersebut.

2. Perusahaan yang memproduksi Pepsodent dan perusahaan yang memproduksi Ciptadent jika ingin tetap bersaing dalam merebut pasar harus memperbaiki atribut-atribut pada produknya yang menyebabkan ia kalah bersaing dengan atribut dari produk lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1997. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. **PT. Prehallindo**. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi ke 9 Jilid 1. **PT. Prehallindo**. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan dan Koatrol*, Jilid 2 **PT. Prehallindo**. Jakarta.
- Kolter, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 10 **PT. Prehallindo**. Jakarta.
- Peter J. Paul, Olson, C. Jerry. 1999. *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi ke 4 **PT. Prehallindo**. Jakarta.
- Swastha, Basim. 1997. *Pengantar Bisnis Modern Liberty* Yogyakarta.
- Swasta, Basu & Drs. Irwan. MBA. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern. Liberty*. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 1998. *Strategi Pemasaran*. **ANDI**. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran & Prilaku Konsumen*. Cetakan ke 2 **PT. Gramedia Pustaka Utama**. Jakarta.

Lampiran 1

Kuesioner analisis perilaku konsumen terhadap produk pasta gigi keluarga
(Pepsodent dan Ciptadent)

Nama :

No. Resp:

Alamat :

kepada Yth

Bapak/Ibu/Sdr konsumen pasta gigi (Pepsodent & Ciptadent)

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr mengisi kuesioner untuk bersama ini keperluan penelitian terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi pasta gigi keluarga (Pepsodent dan Ciptadent) sekaligus penulisan skripsi yang saat ini sedang saya tempuh. Demikianlah atas perhatian, saya ucapkan terima kasih.

I. Berilah tanda silang (X) pada nomor pilihan jawaban anda.

1. Dimana anda sering membeli/mengkonsumsi/mendapatkan produk tersebut ?

(pilih salah satu)

- | <u>Pepsodent</u> | <u>Ciptadent</u> |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Toko/warung | <input type="checkbox"/> Toko/warung |
| <input type="checkbox"/> Supermarket/minimarket. | <input type="checkbox"/> Supermarket/minimarket |
| <input type="checkbox"/> Pasar | <input type="checkbox"/> Pasar |

2. Berapa kali anda dalam sebulan membeli produk pasta gigi tersebut ?

- 1 X
 2 X
 > 2X

3. Yang berperan dalam mengambil keputusan dalam membeli produk pasta gigi tersebut ?

- Ayah Lainnya.....
 Ibu

4. Suatu saat, apabila anda tidak menemukan produk pasta gigi yang anda sukai apakah yang akan anda lakukan ?

Tetap mencari Produk tersebut di tempat lain.

Pindah ke merek lain/ merek yang ada

Tidak jadi membeli

5. Isilah kotak – kotak dibawa ini dengan tanda silang (X) sesuai dengan atribut tanggapan anda ketika membeli Produk Pasta Gigi.

ur	Keyakinan				
ganya murah <input type="checkbox"/>	Sangat penting <input type="checkbox"/>	Penting <input type="checkbox"/>	Netral <input type="checkbox"/>	Tidak penting <input type="checkbox"/>	Sangat tdk penting <input type="checkbox"/>
nosinya baik <input type="checkbox"/>	Sangat penting <input type="checkbox"/>	Penting <input type="checkbox"/>	Netral <input type="checkbox"/>	Tidak penting <input type="checkbox"/>	Sangat tdk penting <input type="checkbox"/>
eknya terkenal <input type="checkbox"/>	Sangat penting <input type="checkbox"/>	Penting <input type="checkbox"/>	Netral <input type="checkbox"/>	Tidak penting <input type="checkbox"/>	Sangat tdk penting <input type="checkbox"/>
asannya menarik <input type="checkbox"/>	Sangat penting <input type="checkbox"/>	Penting <input type="checkbox"/>	Netral <input type="checkbox"/>	Tidak penting <input type="checkbox"/>	Sangat tdk penting <input type="checkbox"/>

6. Isilah kotak – kotak dibawah ini dengan tanda silang (X) sesuai dengan persepsi atribut terhadap merek pasta gigi

Pepsodent.

ur	Keyakinan				
ganya murah <input type="checkbox"/>	Sangat murah <input type="checkbox"/>	Murah <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Mahal <input type="checkbox"/>	Sangat tdk penting <input type="checkbox"/>
nosinya baik <input type="checkbox"/>	Sangat baik <input type="checkbox"/>	Baik <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Buruk <input type="checkbox"/>	Sangat tdk penting <input type="checkbox"/>
eknya terkenal <input type="checkbox"/>	Sangat terkenal <input type="checkbox"/>	Terkenal <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Tidak terkenal <input type="checkbox"/>	Sangat tdk terkenal <input type="checkbox"/>
asannya menarik <input type="checkbox"/>	Sangat menarik <input type="checkbox"/>	Menarik <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Tidak menarik <input type="checkbox"/>	Sangat tdk menarik <input type="checkbox"/>

Ciptadent

ur	Keyakinan				
ganyanya murah <input type="checkbox"/>	Sangat murah <input type="checkbox"/>	Murah <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Mahal <input type="checkbox"/>	Sangat mahal <input type="checkbox"/>
nosinya baik <input type="checkbox"/>	Sangat baik <input type="checkbox"/>	Baik <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Buruk <input type="checkbox"/>	Sangat buruk <input type="checkbox"/>
eknya terkenal <input type="checkbox"/>	Sangat terkenal <input type="checkbox"/>	Terkenal <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Tidak terkenal <input type="checkbox"/>	Sangat tdk terkenal <input type="checkbox"/>
asannya menarik <input type="checkbox"/>	Sangat menarik <input type="checkbox"/>	Merarik <input type="checkbox"/>	Biasa <input type="checkbox"/>	Tidak menarik <input type="checkbox"/>	Sangat tdk menarik <input type="checkbox"/>

II. Buatlah prioritas jawaban menurut pendapat anda dari 1s/d 5, nilai satu untuk jawaban yang paling baik dan nomor 5 untuk prioritas rendah.

1. Dari mana anda sering mengetahui/melihat kedua produk tersebut

Pepsodent

- Televisi/Radio
- Surat kabar/Majalah
- Teman/Saudara/Tetangga
- Pasar/Warung/Toko/Supermarket
- Papan Reklame/Billboard

Ciptadent

- Televisi/Radio
- Surat kabar/Majalah
- Teman/Saudara/Tetangga
- Pasar/Warung/Toko/Supermarket
- Papan Reklame/Billboard

2. Apa yang anda pertimbangkan dalam pembelian pasta gigi ?

- Mereknya
- Harganya
- Kemasannya
- Mudah mendapatkannya
- Promosinya

III. Identitas responden.

1. Berapa usia anda ?

16 s/d 25 tahun

26 s/d 35 tahun

36 s/d 45 tahun

> 45 tahun

2. Jenis kelamin anda ?

Laki – laki

Perempuan

3. Pendidikan anda ?

Tamatan SLTA Tamatan S2

Tamatan D3 Tamatan S3

Tamatan S1

4. Pekerjaan anda ?

Karyawan Swasta

PNS

Wira swasta

Ibu rumah tangga

Pelajar/Mahasiswa

5. Jumlah anggota keluarga ?

< 3 Orang

3 s/d 5 Orang

6 s/d 8 Orang

> 9 Orang

Lampiran 2
Buku Kode Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pasta Gigi Keluarga

No. Pertanyaan	Kategori Jawaban	Kode
1	Tokoh/Warung	1
	Supermarket/Minimarket	2
	Pasar	3
2	1 x	1
	2 x	2
	> 2 x	3
3	Ayah	1
	Ibu	2
	Lainnya	3
4	Tetap mencari produk tersebut ditempat lain	1
	Pindah ke merek lain/merek yang ada	2
	Tidak jadi membeli	3
5	Sangat penting	2
	Penting	1
	Netral	0
	Tidak penting	-1
	Sangat tidak penting	-2
6 & 7	Sangat murah	2
	Murah	1
	Biasa	0
	Mahal	-1
	Sangat mahal	-2
	Sangat baik	2
	Baik	1
	Biasa	0
	Buruk	-1
	Sangat buruk	-2
	Sangat terkenal	2
	Terkenal	1
	Biasa	0
	Tidak terkenal	-1
	Sangat tidak terkenal	-2
	Sangat menarik	2
	Menarik	1
	Biasa	0
	Tidak menarik	-1
	Sangat tidak menarik	-2

Pertanyaan Analisis Rangka No. 1	Televisi/Radio	1
	Surat kabar/Majalah	2
	Teman/Saudara/Tetangga	3
	Pasar/Warung/Toko/Supermarket	4
	Papar Reklame/Billboard	5
2	Mereknya	1
	Harganya	2
	Kemasannya	3
	Mudah mendapatkannya	4
	Promosinya	5
Pertanyaan Identitas Responden No. 1	15 s/d 25 tahun	1
	25 s/d 35 tahun	2
	35 s/d 45 tahun	3
	> 45 tahun	4
2	Laki-laki	1
	Perempuan	2
3	Tamatan SLTA	1
	Tamatan D3	2
	Tamatan S1	3
	Tamatan S2	4
	Tamatan S3	5
4	Karyawan Swasta	1
	PNS	2
	Wiraswasta	3
	Ibu Rumah Tangga	4
	Pelajar/Mahasiswa	5
5	< 3 Orang	1
	3 s/d 5 Orang	2
	6 s/d 8 Orang	3
	> 9 Orang	4

LAMPIRAN 3
TABEL BIODATA RESPONDEN

No	Biodata Responden					
	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Jml Anggota Keluarga
1	Maya T	2	2	1	4	2
2	Titin	2	2	1	4	2
3	Nani	2	2	1	4	2
4	Wasi'un	3	1	1	3	3
5	Slamet Suwiro	2	1	1	3	1
6	Burhanuddin	3	1	1	3	2
7	Ricky P. Armando	2	1	3	2	2
8	Ratna	2	2	1	4	2
9	Iqbal S.	1	1	1	5	2
10	M. Yasin	2	1	1	1	2
11	Wati	2	2	1	3	2
12	Yuli	2	2	1	4	2
13	Wahyu	1	1	1	5	3
14	Effendi	2	1	1	1	3
15	A. Ghozali	2	1	1	1	2
16	Bp. Maulana	3	1	1	3	1
17	Ismi Roza	1	2	1	4	1
18	ibu Lia	2	2	1	4	2
19	Hj. Djunariah	2	2	1	4	2
20	Suradji, SH	3	1	3	2	2
21	Nurchasanah	2	2	1	4	2
22	Tasya S.	1	2	1	4	1
23	Nur'aini	2	2	1	4	2
24	Agus Sukarno	2	1	2	1	2
25	Soelatri	3	2	1	4	3
26	Bpk Uned	2	1	1	1	2
27	Darnoyo	2	1	1	1	1
28	Hery Sumarno	3	1	2	2	2
29	Bpk. Triman	2	1	1	1	1
30	ibu Fitri	3	2	1	4	2
31	Anna Fauziah	2	2	1	1	1
32	Syahla Hayra	2	2	1	4	1
33	Arinda Murni	3	2	1	4	2
34	Anny Harjanti	2	2	2	1	2
35	Dyah Amalia	3	2	1	1	1
36	Siti	2	2	1	4	1
37	Evie	1	2	1	5	2
38	Ilam	1	1	3	3	2
39	A. Zarkoni	1	1	3	1	2
40	Ade Gunawan	1	1	3	2	1
41	Ibu Anis	1	2	1	4	1
42	Puri L. Sari	2	2	1	4	1
43	Arman	3	1	1	1	2
44	Bp. Rahmat	3	1	2	1	3

45	Budi Wandri	1	1	1	3	1
46	Agoesmir Tharnizi	3	1	1	3	2
47	Nuro Chim	3	1	1	3	2
48	Buseri	2	1	1	1	1
49	Endang	3	2	2	4	2
50	Enah S	2	2	1	4	2
51	Insiyati	2	2	1	4	1
52	Saliyah	3	2	1	4	2
53	Ibu Enny	3	2	3	4	3
54	Nani Martryani	3	2	1	4	2
55	Ibu Bayu	2	2	1	4	2
56	Ibu Iis R	3	2	1	4	2
57	Sukmaningsih	3	2	2	1	3
58	Auwarni	2	2	2	2	2
59	Neneng	2	2	1	4	2
60	Anita S	1	2	2	4	1
61	Tuti N	2	2	1	4	3
62	Ani	1	2	1	4	2
63	M. Faizih	2	1	2	1	1
64	Minarsih	2	2	1	4	2
65	Elwina	3	2	2	4	2
66	Sutanti	2	2	1	4	2
67	Jarwoto	3	1	1	1	2
68	Sugeng	3	1	2	1	2
69	M Lukman	2	1	2	1	2
70	Yanti	2	2	1	4	2
71	Suryatini	1	2	1	1	1
72	Aloyudin	3	1	1	1	2
73	Anna S	2	2	1	4	1
74	Suryatno	2	1	1	1	1
75	Eko	3	1	1	3	2
76	Rina	2	2	2	4	1
77	Sri Hartati	2	2	1	4	3
78	Sumartini	1	2	1	4	1
79	Ayuwati	3	2	2	4	3
80	Sriningsih	2	2	1	4	2
81	Heru	2	1	1	1	2
82	Bambang W	1	1	2	1	1
83	Winarti	2	2	1	4	2
84	Warno	3	1	1	1	2
85	Rudy W	3	1	3	2	1
86	Marlinah	3	2	1	4	2

LAMPIRAN 4
Uji Validitas Data Analisis Evaluasi
Pertanyaan No. 5

Evaluasi				
No	Harga	Promosi	Merk	Kemasan
1	0	0	0	0
2	0	0	0	0
3	1	0	1	1
4	2	1	2	1
5	1	1	1	1
6	0	1	0	0
7	0	-1	0	0
8	0	-1	0	0
9	1	1	1	1
10	1	1	1	1
11	1	1	1	1
12	2	1	2	1
13	1	1	1	1
14	0	0	0	0
15	1	1	1	1
16	1	0	0	1
17	1	1	1	1
18	1	0	1	1
19	1	1	0	1
20	1	1	1	1
JUMLAH	16	10	14	14
Rata-rata	0,8	0,5	0,7	0,7
Validitas	0,9444444444	0,816342277	0,899858342	0,893654217
Valid	valid	valid	valid	valid

LAMPIRAN 5
Uji Validitas Data Analisis Keyakinan Pepsodent
Pertanyaan No. 6

Keyakinan (Pepsodent)				
No	Harga	Promosi	Merk	Kemasan
1	0	0	1	0
2	0	0	1	0
3	1	1	2	1
4	-1	1	2	1
5	0	1	1	1
6	0	1	0	1
7	0	0	1	0
8	0	0	1	0
9	0	1	2	1
10	0	1	2	0
11	0	1	1	1
12	0	2	2	1
13	0	1	2	1
14	0	1	1	0
15	0	1	2	1
16	0	1	1	1
17	1	1	1	1
18	0	0	1	0
19	0	1	1	1
20	0	1	1	1
JUMLAH	1	16	26	13
rata-rata	0,05	0,8	1,3	0,65
Validitas	0,323347813	0,852407592	0,641243448	0,781081754
Valid	valid	valid	valid	valid

LAMPIRAN 6
Uji Validitas Data Analisis Keyakinan Ciptadent
Pertanyaan No. 7

Keyakinan (Ciptadent)				
No	Harga	Promosi	Merk	Kemasan
1	0	0	1	0
2	0	0	1	0
3	1	1	1	1
4	0	0	1	1
5	1	1	1	1
6	0	0	0	0
7	0	0	0	0
8	1	0	0	0
9	1	1	1	1
10	0	0	1	1
11	0	0	1	1
12	0	1	1	1
13	0	1	1	0
14	0	0	0	0
15	0	1	1	1
16	1	1	0	1
17	1	1	1	1
18	0	0	1	1
19	1	1	0	1
20	1	0	0	1
JUMLAH	8	9	13	13
rata-rata	0,4	0,45	0,65	0,65
Validitas	0,605689379	0,81437228	0,482531479	0,801560555
Valid	valid	valid	valid	valid

LAMPIRAN 7
Analisis Evaluasi (ei)
Pertanyaan No.5

No.	Belief/Keyakinan			
	Harga	Promosi	Merk	Kemasan
1	0	0	0	0
2	0	0	0	0
3	1	0	1	1
4	2	1	2	1
5	1	1	1	1
6	0	1	0	0
7	0	-1	0	0
8	0	-1	0	0
9	1	1	1	1
10	1	1	1	1
11	1	1	1	1
12	2	1	2	1
13	1	1	1	1
14	0	0	0	0
15	1	1	1	1
16	1	0	0	1
17	1	1	1	1
18	1	0	1	1
19	1	1	0	1
20	1	1	1	1
21	1	1	1	1
22	2	0	1	0
23	2	0	1	0
24	2	1	0	1
25	2	1	1	1
26	2	1	1	1
27	2	1	1	1
28	2	1	1	1
29	2	1	1	1
30	2	1	1	1
31	2	1	1	1
32	2	1	1	1
33	2	0	1	1
34	1	0	2	1
35	1	1	2	1
36	1	-1	1	1
37	1	1	0	2
38	2	2	1	2
39	1	2	1	1
40	-1	1	2	1
41	0	0	1	0
42	2	0	1	0
43	0	1	1	0

44	0	0	0	0
45	2	1	2	2
46	2	1	2	2
47	0	0	1	0
48	1	1	2	1
49	2	-1	2	2
50	2	2	2	-1
51	2	-1	2	1
52	2	1	2	1
53	1	0	0	2
54	1	0	0	1
55	2	2	1	1
56	2	-1	2	0
57	2	2	2	1
58	2	2	2	1
59	2	0	0	1
60	2	1	1	0
61	2	1	1	1
62	2	2	2	2
63	1	1	0	-1
64	2	2	2	1
65	2	2	-1	2
66	1	0	0	0
67	2	0	0	0
68	1	1	1	1
69	2	1	1	0
70	2	0	1	1
71	2	1	2	1
72	1	0	2	1
73	2	1	1	0
74	2	0	1	1
75	2	0	1	1
76	2	0	1	0
77	2	0	1	0
78	2	0	1	0
79	1	0	0	0
80	1	0	1	0
81	1	1	1	1
82	1	0	1	0
83	2	1	1	1
84	1	1	1	1
85	1	0	0	0
86	1	0	0	0
total	118	58	84	65
rata-rata	1,38	0,72	0,98	0,77

LAMPIRAN 8
ANALISIS KEYAKINAN PEPSODENT
PERTANYAAN NO. 6

No	Belief/Keyakinan			
	Harga	Promosi	Merk	Kemasan
1	0	0	1	0
2	0	0	1	0
3	1	1	2	1
4	-1	1	2	1
5	0	1	1	1
6	0	1	0	1
7	0	0	1	0
8	0	0	1	0
9	0	1	2	1
10	0	1	2	0
11	0	1	1	1
12	0	2	2	1
13	0	1	2	1
14	0	1	1	0
15	0	1	2	1
16	0	1	1	1
17	1	1	1	1
18	0	0	1	0
19	0	1	1	1
20	0	1	1	1
21	0	1	2	1
22	-1	1	1	1
23	-1	1	1	1
24	1	1	1	1
25	1	1	1	1
26	0	1	1	1
27	0	1	1	1
28	0	1	1	1
29	0	1	1	1
30	0	1	1	1
31	0	2	1	1
32	1	2	2	1
33	1	2	1	0
34	0	2	2	2
35	1	2	2	1
36	0	1	1	1
37	0	2	2	1
38	0	2	2	1
39	0	1	1	0
40	1	2	2	0
41	0	1	1	0
42	-1	1	1	0
43	0	1	2	0

44	0	1	1	0
45	0	1	2	1
46	0	2	2	2
47	0	1	1	1
48	0	1	1	1
49	2	2	2	1
50	0	1	2	1
51	0	1	2	0
52	0	1	2	0
53	0	2	1	1
54	0	2	1	1
55	2	2	2	1
56	0	1	2	0
57	0	0	2	0
58	0	0	1	0
59	1	1	1	1
60	2	1	2	1
61	2	2	2	1
62	1	1	1	2
63	1	2	1	1
64	2	2	1	1
65	-1	2	1	0
66	0	1	2	1
67	-1	2	1	1
68	0	1	2	0
69	0	1	1	1
70	0	1	2	1
71	0	1	2	1
72	0	1	2	1
73	0	1	1	1
74	0	1	2	1
75	0	1	2	1
76	0	1	1	1
77	0	1	1	1
78	0	1	1	1
79	1	1	1	0
80	0	1	2	1
81	0	1	1	1
82	0	1	1	0
83	0	1	1	1
84	0	1	2	1
85	-1	1	1	1
86	-1	1	1	1
total	22	98	120	66
rata-rata	0,28	1,13	1,39	0,76

LAMPIRAN 9
ANALISIS KEYAKINAN CIPTADENT
PERTANYAAN NO. 7

No	Belief/Keyakinan			
	Harga	Promosi	Merk	Kemasan
1	0	0	1	0
2	0	0	1	0
3	1	1	1	1
4	0	0	1	1
5	1	1	1	1
6	0	0	0	0
7	0	0	0	0
8	1	0	0	0
9	1	1	1	1
10	0	0	1	1
11	0	0	1	1
12	0	1	1	1
13	0	1	1	0
14	0	0	0	0
15	0	1	1	1
16	1	1	0	1
17	1	1	1	1
18	0	0	1	1
19	1	1	0	1
20	1	0	0	1
21	1	1	1	1
22	0	1	1	1
23	0	1	1	1
24	1	1	1	1
25	1	1	1	1
26	1	1	1	1
27	1	1	1	1
28	0	1	1	1
29	1	1	1	1
30	-	1	1	1
31	-	1	1	1
32	-	1	1	1
33	-	1	0	1
34	-	1	1	1
35	2	1	1	1
36	-	0	1	1
37	1	1	1	1
38	1	1	1	1
39	1	1	0	1
40	2	-1	0	0
41	0	1	0	1
42	0	0	0	0
43	0	0	0	0

44	0	0	1	0
45	1	0	1	0
46	0	0	1	2
47	1	1	1	1
48	0	2	1	1
49	2	1	1	2
50	0	1	0	1
51	0	1	2	0
52	1	2	2	0
53	0	1	2	1
54	0	0	1	1
55	1	1	1	2
56	2	1	1	0
57	0	0	0	0
58	0	0	0	0
59	1	1	1	1
60	1	0	0	1
61	2	1	0	2
62	1	2	0	1
63	1	0	0	1
64	2	2	2	1
65	1	2	1	2
66	1	0	1	2
67	1	1	1	1
68	0	0	1	1
69	1	1	1	1
70	0	0	1	1
71	1	0	1	1
72	1	1	1	1
73	1	1	1	0
74	0	0	1	1
75	0	0	1	1
76	0	0	1	0
77	0	0	1	0
78	0	0	1	0
79	1	0	1	1
80	1	1	1	1
81	0	1	1	0
82	1	0	1	1
83	1	1	1	1
84	1	1	0	1
85	0	0	1	1
86	0	0	1	1
Total	55	55	69	70
Rata-rata	0,63	0,64	0,8	0,81

LAMPIRAN 10
ANALISIS RANKING

No	Informasi Produk/Pepsodent					Infomasi Produk/Ciptadent					Pertimbangan Pembelian				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	1	2	4	5	3
2	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	1	2	4	5	3
3	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	1	3	2	5	4
4	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	3	5	4
5	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	3	4	5
6	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	3	2	4	5	1
7	1	3	4	2	5	1	3	4	2	5	2	1	3	4	5
8	2	5	4	1	3	2	5	4	1	3	2	1	3	4	5
9	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	1	2	3	4	5
0	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	3	5	4
1	2	3	5	1	4	2	3	5	1	4	1	2	3	47	5
2	1	3	5	2	4	1	4	5	2	3	2	1	3	5	4
3	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	2	1	4	5	3
4	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	1	2	3	4	5
5	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	2	1	5	3	4
6	1	5	3	2	4	1	5	3	2	4	1	2	3	5	4
7	1	5	3	2	4	1	5	3	2	4	2	1	5	3	4
8	1	5	3	2	4	1	5	3	2	4	2	1	3	5	4
9	1	5	3	2	4	1	5	3	2	4	2	1	3	5	4
0	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	4	5	3
1	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	2	1	4	5	3
2	1	4	3	2	5	1	4	3	2	5	2	1	3	4	5
3	1	4	3	2	5	1	4	3	2	5	2	1	3	4	5
4	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	5	1	2	4	3
5	1	2	5	3	4	1	2	5	3	4	2	1	4	3	5
6	1	4	5	3	2	1	5	3	2	3	2	1	4	3	5
7	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	2	1	4	5	3
8	1	2	4	3	5	1	2	4	3	5	1	3	5	4	2
9	1	2	5	3	4	1	2	5	3	4	2	1	5	2	4
0	1	2	5	4	4	1	2	5	4	3	2	1	4	2	5
1	1	2	4	3	5	1	2	4	3	5	2	1	5	2	4
2	1	3	4	2	5	1	3	4	2	5	3	1	2	4	5
3	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	5	4	3
4	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	1	2	3	4	5
5	1	4	5	2	3	1	4	3	2	5	1	2	3	5	4
6	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	3	4	5
7	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	4	2	3	5	1
8	1	2	5	3	4	1	2	5	3	4	1	2	3	4	5
9	1	3	4	2	5	1	3	4	2	3	1	5	2	3	4
0	1	3	4	2	5	3	2	4	1	5	1	2	3	5	4
1	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	3	2	5	4	1
2	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	2	1	4	3	5
3	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4	3	1	5	4	2
4	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4	3	2	4	1	5
5	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4	2	1	5	3	4

46	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	4	3	5
47	1	3	5	4	2	1	3	5	4	2	1	2	4	3	5
48	1	5	4	3	2	1	5	4	2	3	2	4	3	5	1
49	1	4	5	3	2	2	4	5	3	1	3	1	5	4	2
50	1	4	5	3	2	1	4	5	3	2	2	1	5	3	4
51	1	5	3	4	2	1	5	3	4	2	1	2	4	3	5
52	1	5	3	4	2	1	5	3	4	2	1	2	4	3	5
53	1	2	3	4	5	1	2	5	3	4	1	2	3	5	4
54	1	2	3	4	5	1	2	5	3	4	1	2	3	5	4
55	1	2	5	4	3	1	2	5	4	3	2	1	3	4	5
56	1	3	5	4	2	1	3	5	4	2	2	1	4	3	5
57	1	4	5	2	3	1	5	4	2	3	2	1	5	3	4
58	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	4	5	3
59	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	2	1	3	4	5
60	1	4	2	3	5	1	4	2	3	5	3	2	4	1	5
61	1	2	4	5	3	5	1	2	4	3	1	3	2	5	4
62	1	4	2	3	5	1	4	2	3	5	4	2	3	1	5
63	1	5	2	3	4	1	4	3	2	5	3	1	4	5	2
64	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	3	1	5	2	4
65	1	3	5	2	4	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
66	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	1	3	2	4	5
67	1	2	5	4	3	1	2	5	4	3	1	3	2	4	5
68	2	1	3	5	4	1	2	5	4	3	2	1	3	5	4
69	1	3	4	5	2	1	3	4	5	2	3	1	2	5	4
70	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	3	4	5
71	1	2	5	3	4	1	2	5	3	4	1	3	2	4	5
72	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	1	2	4	5	3
73	1	2	4	5	3	1	2	4	5	3	3	2	5	1	54
74	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	4	3	5
75	1	2	5	4	3	1	2	5	4	3	2	1	3	4	5
76	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	4	3	5
77	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	4	3	5
78	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	4	3	5
79	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	4	3	5
80	2	4	5	1	3	2	4	5	1	3	2	1	4	3	5
81	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	4	5	3
82	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4	2	1	3	5	4
83	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	3	5	4
84	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3	2	1	4	5	3
85	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	3	1	2	5	4
86	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	3	1	2	5	4
	423	204	148	303	211	40	202	148	315	215	348	385	210	182	167
ing	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3	2	1	3	4	5

LAMPIRAN 11

Tempat Mendapatkan Produk (Pertanyaan No. 1)
 Kuantitas (Pertanyaan No. 2)
 Pengambil Keputusan Pembelian (Pertanyaan No. 3)
 Loyalitas (Pertanyaan No. 4)

NO	Tempat Mend Produk						Kuantitas			Pengambil Kpts. Pembelian			Loyalitas		
	Pepsodent			Ciptadent											
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	1				1		1				1		1		
2	1				1		1				1			1	
3	1				1		1				1		1		
4	1				1				1		1			1	
5		1			1		1				1		1		
6		1			1		1				1			1	
7		1			1		1			1			1		
8	1				1		1				1		1		
9		1			1		1				1		1		
10		1			1		1				1		1		
11		1		1			1				1		1		
12		1			1			1			1		1		
13		1			1		1				1		1		
14		1			1			1			1		1		
15	1			1			1				1			1	
16		1			1		1			1			1		
17		1			1			1		1				1	
18		1			1			1			1		1		
19	1			1				1			1		1		
20	1			1				1			1		1		
21		1			1			1			1		1		
22	1			1			1				1			1	
23	1			1			1				1			1	
24	1			1			1			1				1	
25		1			1			1			1			1	
26		1			1		1				1			1	
27		1			1		1				1			1	
28		1			1		1			1				1	
29		1			1		1				1			1	
30		1			1		1				1			1	
31		1			1		1				1			1	
32		1			1		1				1		1		
33		1		1			1				1			1	
34			1	1			1				1		1		
35	1			1				1			1			1	
36		1			1			1			1				1
37		1			1			1				1	1		
38		1			1				1			1		1	
39	1			1				1		1				1	
40		1			1		1					1		1	
41		1			1		1				1			1	

42	1			1			1			1				1	
43			1			1			1	1				1	
44		1		1					1		1		1		
45		1			1			1			1		1		
46		1			1				1		1		1		
47	1			1					1	1			1		
48		1			1		1				1			1	
49		1			1			1			1		1		
50		1			1			1			1		1		
51		1			1			1			1			1	
52		1			1			1			1			1	
53		1			1			1			1			1	
54		1			1			1			1			1	
55		1			1			1			1		1		
56		1			1			1			1		1		
57		1			1				1		1		1		
58		1			1				1		1		1		
59		1			1		1				1		1		
60		1			1		1			1			1		
61		1			1			1			1		1		
62		1			1		1				1		1		
63		1		1			1			1			1		
64		1			1			1			1		1		
65		1			1		1				1		1		
66		1			1		1				1		1		
67		1			1			1			1			1	
68		1			1		1				1		1		
69		1			1		1			1			1		
70	1			1				1			1			1	
71		1			1		1				1			1	
72		1			1		1			1			1		
73		1			1			1		1			1		
74		1			1		1				1		1		
75		1			1		1				1		1		
76	1			1			1				1			1	
77	1			1			1				1			1	
78	1			1			1				1			1	
79	1			1				1			1		1		
80	1			1			1				1			1	
81		1			1		1				1		1		
82		1			1		1			1			1		
83		1			1			1			1		1		
84		1			1		1				1			1	
85		1		1				1			1		1		
86		1		1			1				1		1		
JMLAH	21	63	2	23	62	1	49	29	8	15	68	3	49	36	1

RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama : Andreas Almareza
2. Tempat/Tgl. Lahir : Jakarta, 27 Oktober 1984
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Kewarganegaraan : Indonesia
5. Agama : Islam
6. Alamat rumah : Pondok Ungu Permai Blok AL 10/21, Bekasi Utara
7. Pendidikan : - SDN Rawa Rotan II, Bekasi Barat, lulus tahun 1996
- SLTP Taman Harapan, Bekasi Barat, lulus tahun 1999
- SMUN 10 Bekasi, Bekasi Barat, lulus tahun 2002
- Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada, Pondok Kelapa, Jakarta Timur, lulus tahun 2007