

APPENDIX

Sudut Pandang Masyarakat Mengenai Penggunaan Bahasa Inggris dalam Kemasan Produk untuk Menarik Pelanggan

Kuesioner ini ditujukan untuk mengetahui sudut pandang masyarakat mengenai penggunaan Bahasa Inggris dalam kemasan produk. Segala bentuk informasi mengenai data pribadi responden dilindungi.

* Required

Informasi Responden

1. Nama *

2. Angkatan

Mark only one oval.

- 2015
 2016
 2017

Bagian 1

3. Saya membeli sebuah produk karena kemasannya menarik *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
 Setuju
 Netral
 Tidak Setuju
 Sangat Tidak Setuju

4. Kemasan produk adalah media pemasaran yang baik di era ini *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
 Setuju
 Netral
 Tidak Setuju
 Sangat Tidak Setuju

5. Kemasan produk dengan menggunakan bahasa Inggris dapat menarik lebih banyak calon konsumen *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

6. Kemasan produk dengan menggunakan bahasa Inggris dapat menciptakan kesan pertama yang baik terhadap calon konsumen *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

7. Warna-warna yang terdapat pada kemasan produk dapat menarik calon pembeli *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

8. Slogan yang terdapat pada kemasan produk dapat menarik perhatian calon pembeli *

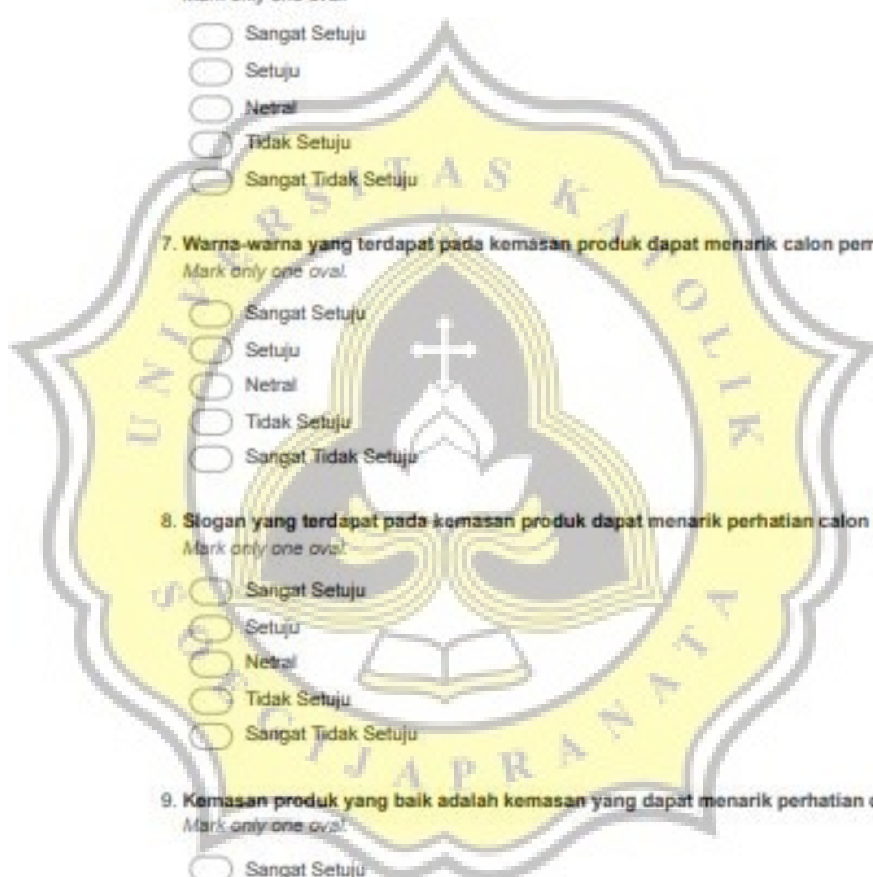
Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

9. Kemasan produk yang baik adalah kemasan yang dapat menarik perhatian calon pembeli *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju



10. Kemasan produk yang baik adalah kemasan yang dapat menyampaikan nilai lebih dari produk tersebut *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

11. Kemasan produk yang baik dapat menaikkan nilai pasar suatu produk *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

12. Saya lebih suka membeli produk dengan kemasan berbahasa Inggris *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

13. Saya lebih percaya diri ketika membeli produk dengan kemasan berbahasa Inggris *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

14. Saya merasa bangga ketika membeli produk dengan kemasan berbahasa Inggris *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju



15. Penggunaan bahasa Inggris pada kemasan dapat menambah nilai lebih pada produk tersebut

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

16. Penggunaan Bahasa Inggris dalam kemasan dapat membuat produk lebih menjual *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

17. Kemasan produk yang baik perlu mempertimbangkan keragaman calon konsumen *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

18. Saya mengamati bahwa kemasan produk yang menggunakan bahasa Inggris bernilai lebih daripada kemasan produk yang menggunakan bahasa Indonesia *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

19. Saya mendapati bahwa kemasan produk yang berbahasa Inggris lebih banyak mengundang konsumen daripada produk yang menggunakan bahasa Indonesia *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Bagian 2

20. Konsumen adalah kunci penting dalam dunia bisnis *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

21. Pelaku bisnis perlu menjaga hubungan baik dengan konsumen *


Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

22. Perlakuan baik pada konsumen akan membuahkan pemasaran mulut-ke-mulut yang baik pula dari produk tersebut *

Mark only one oval.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Powered by
 Google Forms

Doc vs Internet + Library

96.32% Originality

3.68% Similarity

188 Sources

Web sources: 121 sources found

1. https://www.slideshare.net/TundeOAAromire/effects-of-internal-control-system-on-the-profits-of-ma...	0.29%
2. https://www.dss.gov.au/our-responsibilities/disability-and-carers/publications-articles/policy-researc...	0.28%
3. https://journal-jger.springeropen.com/articles/10.1186/s40497-018-0143-1	0.21%
4. https://jurnal.ugm.ac.id/jieb/article/download/6843/18184	0.2%
5. http://isindexing.com/isi/searchedpapers.php?page=11350&limit=50	0.19%
6. https://mrmc.amedd.army.mil/assets/docs/orp/guidelinesForInvestigators.doc	0.19%
7. http://www.iosrjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol19-issue12/Version-3/J0191237594.pdf	0.19%
8. http://atashinchiguriz.blogspot.com	0.19%
9. https://jurnal.ugm.ac.id/gamaijb/article/view/22783	0.18%
10. http://factmyth.com/factoids/the-united-states-is-a-corporation	0.12%
11. http://www.thelibertybeacon.com/when-the-united-states-became-a-corporation	0.12%
12. http://staiic.curry.com/nashownotes/579/index.html	0.12%
13. http://www.litu.tu.ac.th/journal/FLLTCP/Proceeding/620.pdf	0.12%
14. http://johnfitzgeraldforcongress.com	0.12%
15. http://www.iosrjournals.org/iosr-jrme/papers/Vol-6%20Issue-1/Version-3/L06136269.pdf	0.12%
16. https://roycecarlton.com/speaker/sylvia-ann-hewlett	0.11%
17. https://www.linkedin.com/pulse/20141014164938-198507110-services-quality-and-customer-satis...	0.11%
18. http://www.iefpedia.com/english/wp-content/uploads/2010/07/Islamic-Economics.doc	0.11%
19. http://devia86.blogspot.com/2009/08	0.11%
20. https://www.slideshare.net/mithunsheel1/performance-appraisal-mithun	0.09%
21. https://www.ukessays.com/essays/marketing/consumer-behavior-of-young-generation-towards-co...	0.09%
22. http://www.niss.gov.ua/public/File/Str_prioritetu/SP_4_2016.pdf	0.09%
23. http://www.oecd.org/site/educeri21st/40554299.pdf	0.09%
24. http://campurcampurilife.blogspot.com/2014/02/research-proposal-improving-students.html	0.09%
25. http://www.greenharbor.com/ffolder/questions.html	0.09%
26. http://procure.ohio.gov/ProcOppForm/0A1150_DNR%20OWLS%20RFP%20-%20MSWORD%20V..	0.09%
27. https://thefullertoninformer.com/californias-geo-engineered-drought	0.09%
28. https://www.slideshare.net/abhike/hdfc-bank-project-report	0.09%
29. http://www.pbs.org/makingschoolswork/sbs/kipp/feinberg.html	0.09%
30. http://www.shellharbour.nsw.gov.au/getfile/7ec6e37b-bd0f-4e33-8078-778bd6d353fb/Fourth-Quart..	0.09%
31. https://www.amazon.com/Social-Media-Effective-Strategies-Dominating-ebook/dp/B00UQEJ711	0.09%
32. https://slatestarcodex.com/2017/03/06/book-review-behavior-the-control-of-perception	0.09%
33. https://quizlet.com/123523637/chapter-5-system-selection-and-implementation-flash-cards	0.09%
34. https://makurdijournal.files.wordpress.com/2010/11/kusugh-main-dissertation.doc	0.09%

 Similarity	 Citation
 Similarity from a chosen source	 References
 Possible character replacement	