

Lampiran 1



INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Lampung 35142

KUESIONER

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
LAZADA**

IDENTITAS PENELITI

Nama : ANGGI BAGUS PRASETYA
Jurusan : Ekonomi Manajemen
Alamat : Jl. Sukardi Hamdani No 28 Palapa 5 labuan Ratu,
Bandar Lampung
E-Mail : Anggibagus1409.ab@gmail.com

KUESIONER

Pernyataan di bawah ini dalam rangka penelitian skripsi dengan judul :

“Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui LAZADA”

Petunjuk pengisian :

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur
2. Berilah tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang paling benar

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

KARAKTERISTIK RESPONDEN:

No :

Usia : <17 18-23 24-29 30-35 >36

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Media Online yang digunakan : HP Tab/Ipad Laptop PC/Komputer

1. Variabel Social Media (X₁)

No	Pernyataan	SS 5	S 4	B 3	TS 2	STS 1
1	Menurut saya penyampaian informasi LAZADA kepada konsumen melalui sangat menarik dan mudah dipahami					
2	LAZADA menanggapi pertanyaan yang saya berikan					
3	LAZADA sangat ramah dalam melayani konsumen					
4	Saya memahami informasi yang diberikan LAZADA kepada saya					
5	Saya menanggapi informasi mengenai produk baru yang ditawarkan oleh LAZADA					
6	Saya menghubungi LAZADA jika ingin mencari kembali produk yang saya butuhkan					
7	Saya mengetahui berbagai produk yang ditawarkan LAZADA					
8	Saya mengetahui kualitas produk yang ditawarkan LAZADA					

2. Variabel Word Of Mouth (X₂)

No	Pernyataan	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1
1	Semenjak Anda berbelanja di "LAZADA", Anda akan menyebutkan nama "LAZADA"					
2	Anda akan mengatakan pada orang lain tentang kenyamanan berbelanja di "LAZADA"					
3	Anda akan mengatakan pada banyak orang tentang citra yang baik dari Toko Online "LAZADA" dibandingkan Toko Online yang lain					
4	Anda memberikan kesempatan kepada orang lain untuk menceritakan Toko Online "LAZADA"					
5	Anda akan membicarakan Toko Online "LAZADA" secara detail kepada orang lain					
6	Anda menyebutkan nama Toko Online "LAZADA" daripada nama Minimarket yang lain					
7	Anda akan bercerita kepada orang lain tentang kualitas pelayanan yang baik dari Toko Online "LAZADA"					
8	Anda akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Toko Online "LAZADA"					
9	Anda akan bercerita pada orang lain tentang hal-hal positif Toko Online "LAZADA"					
10	Anda merasa bangga untuk membicarakan Toko Online "LAZADA" sebagai tempat berbelanja kepada orang lain					

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1
1	Saya memutuskan membeli keperluan di LAZADA karena sesuai kebutuhan					
2	Berbagai keperluan yang saya butuhkan tersedia di LAZADA					
3	LAZADA memberikan informasi mengenai produk yang Ditawarkan					
4	Informasi yang diberikan di LAZADA sangat membantu dalam memilih produk					
5	Jika saya memerlukan sesuatu saya akan membeli di LAZADA					
6	Saya merasa puas setelah membeli produk di LAZADA					
7	LAZADA banyak mempunyai kelebihan dibanding toko online lain					
8	Produk yang dijual di LAZADA lebih lengkap dibanding toko online lain					
9	Saya akan mengatakan keunggulan LAZADA kepada orang lain					
10	Saya akan berbelanja di LAZADA jika membutuhkan sesuatu lagi.					