

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian Pelanggan Sogan Batik

Assalamu'alaimum wr.wb

Dengan segala hormat, perkenalkan Saya Deviana Pratiwi Mahasiswi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia yang sedang melaksanakan penelitian Tugas Akhir. Pada penelitian ini responden diminta untuk mengisi kuesioner dalam rangka membuktikan hipotesis yang ada berkaitan dengan model struktural pengaruh *word of mouth* pada pemasaran melalui teknologi elektronik *Facebook*. Ruang lingkup yang luas seseorang dapat memberikan opini yang tidak terbatas. Konsumen berkesempatan untuk berbagi pemikiran dan pendapat berkaitan dengan produk kepada konsumen lain (Shu-Chuan & Yoojung Kim, 2011) salah satunya dengan menggunakan *electronic word of mouth* karena keterlibatan konsumen dalam komunikasi e-WOM pada *social marketing sites* menjadi faktor yang sangat penting sebab komunikasi e-WOM merupakan komunikasi yang efektif. Pada penelitian kriteria responden merupakan pelanggan sogan batik. Maka dari itu, bagi anda yang memiliki kriteria seperti diatas, dengan segala kerendahan hati saya meminta untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaan dan partisipasi anda dalam pengisian kuesioner saya mengucapkan terimakasih.

Petunjuk pengisian:

Bagian Pertama mengisi profil responden

Mohon anda mengisi biodata dibawah ini dengan memberikan tanda silang (x) pada salah satu kotak yang disediakan.

Profil Responden

Nama :

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan Laki-laki

Bagian kedua pengisian pertanyaan

Berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan dibawah ini dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangan:

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. KS = Kurang Setuju
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
Ikatan Konsumen (<i>Tie Strength</i>)						
1	Setujukah Anda seringkali berkomunikasi akan mempengaruhi ikatan konsumen pada media <i>online</i> ?					
2	Setujukah Anda bahwa berbagi informasi dapat menjalin ikatan konsumen pada media <i>online</i> ?					

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
3	Setujukah anda pemikiran yang sama tentang produk akan mempengaruhi ikatan konsumen pada media <i>online</i> ?					
Pemahaman yang sama (<i>Homophily</i>)						
1	Setujukah Anda tentang pemberian informasi (Jelas) yang diberikan berpengaruh terhadap perasaan suka pada media <i>online</i> ?					
2	Setujukah Anda dengan adanya pendapat yang sama dari konsumen lain dapat memberi pemahaman tentang informasi pada media <i>online</i> ?					
Kepercayaan (<i>Trust</i>)						
1	Setujukah Anda dengan adanya rekomendasi dari teman membuat Anda percaya tentang media <i>online</i> tersebut?					
2	Setujukah Anda bahwa Informasi yang diberikan teman dapat membuat percaya tentang media <i>online</i> tersebut?					
Mudah Terpengaruh Opini (<i>Normative Influence</i>)						
1	Setujukah Anda tanggapan positif dapat mempengaruhi orang lain dalam membeli produk di media <i>online</i> ?					

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
2	Setujukah jika teman Anda merekomendasikan untuk membeli produk di media <i>online</i> yang sama?					
3	Setujukah Anda tanggapan orang lain dapat mempengaruhi pencapaian rasa (puas) ketika membeli produk di media <i>online</i> ?					
Menerima Informasi (<i>Informational Influence</i>)						
1	Setujukah Anda untuk mendapatkan informasi yang sesuai Anda sering bertanya kepada teman tentang produk tersebut?					
2	Setujukah Anda bahwa sering berkomunikasi dengan konsumen lain akan banyak mendapatkan informasi tentang produk?					
3	Setujukah Anda sebelum membeli produk mengumpulkan informasi sebelum membeli produk di media <i>online</i> ?					
e-WOM SNS						
1	Apakah Anda setuju bahwa semakin banyak informasi yang diperoleh pada <i>social networking site</i> dapat memberi keuntungan pada konsumen di media <i>online</i> ?					

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
2	Setujukah Anda dengan adanya Informasi negatif dapat mempengaruhi pembelian di media <i>online</i> ?					
3	Apakah Anda Setuju dengan memperoleh informasi pada <i>social networking site</i> dapat mendorong konsumen dalam melakukan pembelian di media <i>online</i> ?					
4	Setujukah Anda Informasi dapat dikatakan berkualitas jika dapat menyebar secara luas?					

