**KUESIONER**

**Pengaruh Citra Toko, Harga, *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Sidoarjo)**

Kepada Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Rahma Nurlaila, Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Program Studi Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh Citra Toko, Harga, *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Sidoarjo)”**

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara (i) untuk berkenan meluangkan waktu mengisi dan memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Jawaban yang diberikan tidak akan dinilai benar salahnya, melainkan sebagai informasi yang sangat bermanfaat untuk menentukan hasil penelitian yang saya lakukan. Sesuai dengan etika penelitian bahwa jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiannya dan tidak akan dipublikasikan

Namun, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum anda mengisi kuesioner. Kuesioner ini hanya diperuntukan bagi Anda yang pernah melakukan pembelian di gerai Kopi Janji Jiwa di Sidoarjo.

Atas perhatian dan waktu yang Bapak/Ibu/Saudara (i) berikan untuk mengisi/memberikan jawaban melalui kuesioner ini, Saya ucapkan Terima Kasih.

**STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), dan SS (Sangat Setuju)**

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin
2. Laki-laki
3. Perempuan
4. Usia anda sekarang
5. ≥ 17 – 25 Tahun
6. 26 – 35 Tahun
7. 36 – 45 Tahun
8. 46 – 50 Tahun
9. 51 – 56 Tahun
10. Pendidikan
11. SMA
12. Diploma tiga (D3)
13. Strata satu (S1)
14. > Strata satu (S1)
15. Intensitas kunjungan ke gerai Starbucks dalam sebulan
16. 2 kali
17. 3 – 5 kali
18. 6 – 8 kali
19. 9 – 11 kali
20. > 11 kali

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Citra Toko (X1) | Alternatif Jawaban | | | | |
| STS | TS | N | S | SS |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Barang dagangan | | | | | |
|  | Kopi Janji Jiwa menawarkan variasi produk yang beragam |  |  |  |  |  |
| 2. | Promosi | | | | | |
|  | Promosi di media sosial mendorong saya untuk mencoba produk baru dari Kopi Janji Jiwa |  |  |  |  |  |
| 3. | Fasilitas Toko | | | | | |
|  | Fasilitas toko seperti wifi, colokan listrik,dsb membuat saya nyaman berada di kopi janji jiwa di Sidoarjo |  |  |  |  |  |
| 4. | Pelayanan | | | | | |
|  | Saya dapat dengan mudah mendapatkan rekomendasi dari staf mengenai produk yang sesuai dengan selera saya |  |  |  |  |  |
| 5. | Atmosfer toko  Suasana di dalam Kopi Janji Jiwa membuat saya merasa nyaman |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Harga (X2) | Alternatif Jawaban | | | | |
| STS | TS | N | S | SS |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Rentang Harga | | | | | |
|  | Harga produk di Kopi Janji Jiwa sesuai dengan kualitas yang saya terima. |  |  |  |  |  |
| 2. | Keselarasan antara harga | | | | | |
|  | Harga produk di Kopi Janji Jiwa konsisten dalam setiap kunjungan saya. |  |  |  |  |  |
| 3. | Kualitas suatu produk | | | | | |
|  | Saya merasakan konsistensi kualitas kopi di Kopi Janji Jiwa setiap kali berkunjung. |  |  |  |  |  |
| 4. | Persaingan harga | | | | | |
|  | Saya lebih sering membeli di Kopi Janji Jiwa karena adanya penawaran harga khusus |  |  |  |  |  |
| 5. | Kesesuaian harga dengan kegunaan | | | | | |
|  | Kesesuaian antara harga dan kegunaan produk di Kopi Janji Jiwa membuat saya ingin kembali berkunjung |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | *Word Of Mouth* (X3) | Alternatif Jawaban | | | | |
| STS | TS | N | S | SS |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Pembicara | | | | | |
|  | Ulasan positif tentang Kopi Janji Jiwa dari orang lain mempengaruhi keputusan saya untuk mengunjungi. |  |  |  |  |  |
| 2. | Topik | | | | | |
|  | Saya sering merekomendasikan Kopi Janji Jiwa kepada orang-orang di sekitar saya. |  |  |  |  |  |
| 3. | Alat | | | | | |
|  | Saya merasa bahwa cerita positif tentang Kopi Janji Jiwa dari pelanggan lain membantu menarik lebih banyak pengunjung. |  |  |  |  |  |
| 4. | Partisipasi | | | | | |
|  | Saya sering menulis ulasan positif tentang Kopi Janji Jiwa di media sosial atau platform ulasan |  |  |  |  |  |
| 5. | Pelacakan | | | | | |
|  | Informasi yang saya temukan di media sosial tentang Kopi Janji Jiwa membantu saya memutuskan untuk berkunjung. |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Keputusan Pembelian (Y) | Alternatif Jawaban | | | | |
| STS | TS | N | S | SS |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Mencari informasi yang relevan | | | | | |
|  | Saya merasa penting untuk membandingkan ulasan produk dari berbagai sumber sebelum mengambil keputusan pembelian di kopi janji jiwa |  |  |  |  |  |
| 2. | Kebiasaan belanja dan saran | | | | | |
|  | Saya memiliki kebiasaan untuk selalu membeli kopi dari Kopi Janji Jiwa ketika ingin menikmati kopi. |  |  |  |  |  |
| 3. | Rekomendasi dari orang lain | | | | | |
|  | Saya merasa bahwa rekomendasi dari orang-orang di sekitar saya adalah faktor penting dalam keputusan saya untuk mencoba Kopi Janji Jiwa. |  |  |  |  |  |
| 4. | Pembelian ulang | | | | | |
|  | Saya rutin membeli kopi dari Kopi Janji Jiwa sebagai bagian dari kebiasaan harian saya. |  |  |  |  |  |