

# **KUISIONER PENELITIAN ANALISIS FLASH SALE PROMOTION, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTEREST PADA E-COMMERCE ( STUDI PADA APLIKASI SHOPEE )**

## **LAMPIRAN 1**

### **Kuesioner Penelitian**

Assalamualaikum Wr Wb. Dengan hormat, Saya Eka Oktaviani mahasiswa Prodi Manajemen dan Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, memohon kesediaan saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian dan mengisi kuesioner dengan judul “Analisis Flash Sale Promotion, Online Customer Review, dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Interest pada E-Commerce ( Studi Pada Aplikasi Shopee )”. Penelitian ini dilakukan dalam rangka artikel sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya.

Berdasarkan latar belakang demikian, saya memohon bantuan dan kesediaanya saudara/I untuk terlibat dalam penelitian ini dan mengisi kuesioner yang telah terlampir. Saya sangat berharap saudara/I dapat memberikan jawaban yang akurat yang sesuai dengan apa yang saudara/I yang pernah alami dan lakukan. Atas waktu dan perhatian yang saudara/I berikan saya ucapkan terimakasih.

### **IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  1. Laki-laki
  2. Perempuan
3. Usia:
  - a. 17-25 tahun
  - b. 26-30 tahun
  - c. 31-40 tahun
  - d. >40 tahun
4. Apakah anda warga negara indonesia ?
  1. Ya
  2. Tidak
5. Apakah anda pernah mendownload atau memiliki aplikasi shopee?
  1. Ya
  2. Tidak
6. Apakah anda pernah berbelanja menggunakan aplikasi shopee?
  1. Ya
  2. Tidak

### **PETUNJUK PENGISIAN**

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat kalian, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

VARIABEL FLASH SALE PROMOTION						
INDIKATOR						
FREKUESI PROMOSI ( <i>PROMOTION FREQUENCY</i> )		JAWABAN				
NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Seringnya promosi flash sale di Shopee, dapat meningkatkan keinginan saya untuk mengeksplorasi produk yang ditawarkan.					
2.	Seringnya promosi flash sale harian di Aplikasi Shopee membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk-produk yang biasanya jarang saya beli.					
KUALITAS PROMOSI ( <i>PROMOTION QUALITY</i> )						
1.	Promosi flash sale yang dilakukan oleh perusahaan ini dikomunikasikan secara efektif melalui berbagai saluran media.					
2.	Promosi flash sale Shopee seringkali memberikan penawaran eksklusif yang belum bisa ditemukan di tempat lain.					
WAKTU PROMOSI ( <i>PROMOTION TIME</i> )						
1.	Saya merasa waktu pelaksanaan flash sale shopee sudah tepat					
2.	Saya merasa durasi pelaksanaan promosi flash sale yang diberikan sudah cukup bagi konsumen					
AKURASI ATAU KESESUAIAN SASARAN PROMOSI ( <i>ACCURACY OR SUITABILITY OF PROMOTION TARGETS</i> )						
1.	Saya merasa bahwa produk-produk yang ditawarkan dalam promosi flash sale sesuai dengan kebutuhan dan preferensi belanja konsumen.					
2.	Saya merasa bahwa promosi flash sale yang dilaksanakan oleh shopee sudah tepat, sehingga dapat menumbuhkan rasa minat pembelian.					

VARIABEL ONLINE CUSTOMER REVIEW						
INDIKATOR						
DAPAT DIPERCAYA ( <i>TRUSTWORTHY</i> )		JAWABAN				
NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa bahwa review online yang diucapkan oleh pengguna shopee terkait aplikasi shopee dapat dipercaya.					
2.	Saya merasa bahwa review yang menunjukkan kelebihan kekurangan secara seimbang dapat meningkatkan kepercayaan terhadap aplikasi					
JUJUR ( <i>HONEST</i> )						

1.	Saya merasa bahwa review online yang jujur mengenai pengalaman penggunaan, dapat menumbuhkan rasa minat beli pada aplikasi shopee.					
2.	Saya merasa bahwa memberikan umpan balik yang spesifik dapat mempengaruhi minat beli anda terhadap suatu produk.					
<b>BERGUNA (<i>USEFUL</i>)</b>						
1.	Saya merasa bahwa online customer review yang menyediakan informasi yang relevan dengan kebutuhan dapat membantu saya dalam mengambil keputusan pembelian					
2.	Saya merasa jika online customer review memberikan sebuah rekomendasi saran yang berguna terkait produk dapat meningkatkan rasa minat beli.					
<b>MENARIK (<i>INTERESTING</i>)</b>						
1.	Saya merasa jika online review dikemas dengan cara yang menarik dapat meningkatkan ketertarikan dalam menggunakan aplikasi tersebut.					
2.	Saya merasa jika online review dikemas dengan cerita konten yang menarik dapat mempengaruhi minat beli dalam aplikasi.					
<b>PROFESIONAL (<i>PROFESSIONAL</i>)</b>						
1.	Saya merasa jika review yang ditulis secara profesional, dengan bahasa yang jelas terstruktur, dapat meningkatkan rasa percaya sehingga dapat menimbulkan rasa minat beli.					
2.	Saya merasa bahwa online customer review yang ditulis oleh pengguna yang terlihat kompeten dan berpengalaman dapat mempengaruhi minat beli terhadap aplikasi yang diulas.					

VARIABEL CELEBRITY ENDORSER						
INDIKATOR						
VISIBILITAS ( <i>VISIBILITY</i> )					JAWABAN	
NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa bahwa semakin sering selebriti muncul di media, semakin dikenalnya selebriti dimata masyarakat, maka semakin banyaknya peluang meningkatnya minat beli terhadap suatu merek/aplikasi yang mereka endorse.					
2.	Saya merasa bahwa semakin sering melihat seorang selebriti muncul diberbagai iklan, maka dapat menimbulkan ketertarikan.					
KREDIBILITAS ( <i>CREDIBILITY</i> )						

1.	Saya merasa bahwa semakin berkompeten seorang selebriti dalam bidang merek yang mereka endorse, maka dapat mempengaruhi rasa minat beli.					
2.	Saya merasa bahwa semakin terpercayanya seorang selebriti, maka semakin dapat meningkatkan minat beli merek yang mereka endorse					
<b>DAYA TARIK (ATTRACTIVENNES)</b>						
1.	Saya merasa bahwa semakin terkenalnya seorang selebriti, maka dapat memberikan pengaruh baik bagi aplikasi shopee.					
2.	Saya merasa bahwa semakin dekat hubungan emosional pengguna dengan seorang selebriti, maka dapat mempengaruhi minat pembelian terhadap merek yang mereka dukung.					
<b>KEKUATAN (POWER)</b>						
1.	Saya merasa bahwa semakin berpengaruhnya seorang selebriti yang menjadi Brand Ambassador Shopee, maka semakin meningkatkan rasa minat beli penggunanya.					
2.	Saya merasa bahwa semakin besar popularitas selebriti maka semakin banyak pengguna yang berminat menggunakan aplikasi shopee sabagai tempat belanja online mereka.					

VARIABEL PURCHASE INTEREST						
INDIKATOR						
MINAT TRANSAKSIONAL ( <i>TRANSACTIONAL INTEREST</i> )		JAWABAN				
NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya akan menggunakan aplikasi shopee sebagai aplikasi belanja online.					
2.	Saya memiliki keinginan untuk melakukan transaksi dalam waktu dekat ini.					
MINAT REFERENSIAL ( <i>REFERENTIAL INTEREST</i> )						
1.	Saya akan merekomendasikan aplikasi shopee kepada orang lain.					
2.	Saya akan menyarankan kepada keluarga untuk menggunakan aplikasi shopee sebagai e-commerce yang terpercaya.					
MINAT PREFERENSIAL ( <i>PREFERENTIAL INTEREST</i> )						
1.	Saya akan memilih berbelanja melalui aplikasi shopee dibandingkan platform lain yang sejenis.					
2.	Saya akan lebih tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan di aplikasi shopee dibandingkan dengan platform lain.					
MINAT EKSPLORATIF ( <i>EXPLORATIVE INTEREST</i> )						
1.	Saya akan mencari tahu lebih lanjut terkait fitur-fitur penawaran yang tersedia di aplikasi shopee					
2.	Saya akan mengeksplor berbagai kategori produk yang ada didalam aplikasi shopee.					