**LAMPIRAN 1 : KUISIONER PENELITIAN**

KUISIONER PENELITIAN

**Pengaruh *E-Marketing Communication*, Harga, Kualitas Produk, *Brand Trust*, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Top Sell Sidoarjo**

Assalammu'alaikumWarahmatullahi Wabarakatuh.

Saya Mochammad Hendrik Eko Cahyono, Mahasiswi Semester 8 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dalam rangka memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) dengan ini saya melakukan sebuah penelitian mengenai **“Pengaruh *E-Marketing Communication*, Harga, Kualitas Produk, *Brand Trust*, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Top Sell Sidoarjo”**. Untuk tujuan tersebut, saya memohon kesediaan Anda untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi kuisioner penelitian ini sesuai pengetahuan, pengalaman, dan sikap responden. Semua data dan informasi yang diterima sebagai hasil penelitian ini akan dirahasiakan dari semua pihak dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Saya mengucapkan terima kasih bagi Anda yang berkenan untuk mengisi kuisioner ini.

Petunjuk pengisian :

Sesuai dengan pengetahuan, pengalaman, dan sikap Anda, berikan jawaban dengan jujur terkait dengan pertanyaan, pernyataan, dan keadaan yang sebenarnya dengan memilih jawaban yang paling benar dan sesuai.

Hormat saya,

Mochammad Hendrik Eko Cahyono

**Keterangan :**

STS = Sangat tidak setuju

TS = Tidak setuju

KS = Kurang setuju

S = Setuju

SS = Sangat setuju

1. **Identitas Responden**

Nama : …………..

Usia : …………..

Tempat Tanggal Lahir : ..................

Jenis Kelamin : **□** Laki-Laki **□** Perempuan

Pendidikan Terakhir : **□** SMP □ SMA

□ S1 □ >S1

Pekerjaan : □ Pegawai Negeri

□ TNI/Polri

□ Pegawai Swasta

□ Pelajar/Mahasiswa

□ Wiraswasta

□ Ibu Rumah Tangga

□ Lainnya....

Domisili/Alamat : **……...**

Kabupaten/Kota : ….......

**Pertanyaan :**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Varibel (X)** | | | | | | |
| **No** | **Pertanyaan** | **Tingkat Kepentingan** | | | | |
| **STS** | **TS** | **KS** | **S** | **SS** |
| ***E- MARKETING COMUNICATION* (X1)** | | | | | | |
|  | melakukan kegiatan periklanan melalui media cetak dan media masa |  |  |  |  |  |
|  | Topsell melakukan promosi melalui media sosial dan media cetak |  |  |  |  |  |
|  | Top sell membuat konten yang menarik serta edukatif di berbagai media |  |  |  |  |  |
|  | Topsell melakukan interaksi secara langsung terhadap pembeli |  |  |  |  |  |
|  | Topsell meminta pendapat konsumen dan calon konsumen sebagai bentuk keperdulian terhadap kepuasan konsumen |  |  |  |  |  |
| **HARGA (X2)** | | | | | | |
|  | Kemudahan konsumen dalam mendapatkan barang yang diinginkan |  |  |  |  |  |
|  | Harga yamg diberikan sebanding dengan kepuasan yang didapat konsumen |  |  |  |  |  |
|  | Top Sell menetapkan harga untuk memaksimalkan saham pasaran dan mengedapankan keuntungan jangka panjang |  |  |  |  |  |
| **KUALITAS PRODUK (X3)** | | | | | | |
| 12. | Produk yang dijual oleh Top sell memiliki performa yang bagus serta handal |  |  |  |  |  |
| 13. | Produk yamg dijual oleh Top sell mampu bertahan hingga bertahun-tahun |  |  |  |  |  |
| 14. | Produk yang dijual oleh top sell sesuai dengan apa yang dipromosikan |  |  |  |  |  |
| 15 | Produk yang beragam membuat konsumen lebih dapat opsi dalam memilih produk yang diinginkan |  |  |  |  |  |
| ***Brand Trust* (X4)** | | | | | | |
| 16. | Produk yang dijual oleh Top sell memiliki performa yang bagus serta handal |  |  |  |  |  |
| 17. | Produk yamg dijual oleh Top sell mampu bertahan hingga bertahun-tahun |  |  |  |  |  |
| 18. | Produk yang dijual oleh top sell sesuai dengan apa yang dipromosikan |  |  |  |  |  |
| 19. | Produk yang beragam membuat konsumen lebih dapat opsi dalam memilih produk yang diinginkan |  |  |  |  |  |
| 20. | Produk yang dijual oleh Top sell memiliki performa yang bagus serta handal |  |  |  |  |  |
| ***KUALITASPELAYANAN* (X5)** | | | | |  | |
| 20. | Top Sell selalu ada untuk melayani konsumennya |  |  |  |  |  |
| 21. | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen |  |  |  |  |  |
| 22. | Top sell selalu membeeikan sapaan hangat terdahap konsumennya |  |  |  |  |  |
| 23 | Top sell selalu memberikan pendampingan terdahap konsumennya |  |  |  |  |  |
| 24 | kenyaman konsumen |  |  |  |  |  |
| 25 | Tempat yang nyaman serta berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi di Top sell |  |  |  |  |  |
| **LOYALITAS PEALNGGAN (X6)** | | | | | | |
| 26 | Kemantapan membeli dikarenakan kepuasan terhadap pembelian sebelumnya |  |  |  |  |  |
| 27 | Kepercayaan terhadap brand Top Sell sehingga konsumen memenuhi berbagaj kebutuhannya dengan membeli di Top sell |  |  |  |  |  |
| 28 | sudut pandang konsumen sebagai objek yang terpuaskan memunculkan naluri untuk merekomendasikan ke orang lain dengan harapan mendapat kepuasan yang sama |  |  |  |  |  |
| 29 | Konsumen mendapatkan semua yang diinginkan di Top Sell |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **VARIABEL (Y)** | | | | | | |
| **No** | **Pertanyaan** | **Tingkat Kepentingan** | | | | |
| **Tidak Penting** | **Kurang Penting** | **Cukup Penting** | **Penting** | **Sangat Penting** |
| **KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (Y1)** | | | | | | |
|  | keyakinan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan setelah mengetahui informasi yang diberikan top sell |  |  |  |  |  |
|  | Top sell menyediakan berbagai merek untuk memberikan pilihan bagi konsumen |  |  |  |  |  |
|  | Konsumen membeli produk di Top sell karena kebutuhan |  |  |  |  |  |
|  | Mendapatkan rekomendasi dari orang lain karena mendapatkan kepuasan setelah berbelanja di Top sell |  |  |  |  |  |