

LAMPIRAN I

KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Perkenalkan Nama saya Yoshua Indra Abisha, mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta. Penelitian saya berjudul , **Pengaruh Hyper-Personalisasi dan Promo terhadap Minat Beli Mahasiswa di Surakarta dalam E-Commerce dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Mediasi**. Jawaban responden hanya di pergunakan untuk keperluan penelitian. Tidak ada jawaban benar atau salah semua jawaban hanya berdasarkan preferensi dan pengalaman Anda pada saat berbelanja di E-Commerce.

Jikalau ada pertanyaan saran dan masukan mengenai penelitian ini bisa hubungi saya pada email berikut: yoshuaindraa@gmail.com

7. Identitas Responden:

Beri tanda *check* (✓) pada pertanyaan dibawah ini:

A. Universitas:

☐ Nama Universitas Responden

B. Usia:

☐ 17-22 tahun

☐ 23-28 tahun

C. Gender:

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

D. Sumber Pendapatan:

☐ Orang Tua

☐ Part Time

☐ Freelancer

☐ Memiliki Usaha (bisnis)

E. Range Pendapatan Bulanan:

☐ Rp 500.000 – Rp 1.000.000

☐ Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000

☐ Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000

☐ > Rp 2.000.000

F. E-Commerce yang digunakan:

☐ Shopee

☐ Tokopedia/TikTok Shop

☐ Lazada

☐ Blibli

☐ E-Commerce Lainnya

G. Frekuensi Belanja Di E-Commerce selama sebulan:

☐ 1-2

☐ 3-5

☐ 6-10

☐ > 10

H. Frekuensi mendapatkan rekomendasi produk di E-Commerce dalam 1 hari:

- ☐ 1-2
- ☐ 3-5
- ☐ 6-10
- ☐ > 10

I. Frekuensi melakukan pembelian dari produk yang direkomendasikan oleh E-Commerce:

- ☐ 1-2
- ☐ 3-5
- ☐ 6-10
- ☐ > 10

8. Petunjuk Pengisian

- Pada lembar kuesioner ini terdapat beberapa pertanyaan yang harus Bapak/Ibu/Saudara jawab sesuai dengan pengalaman yang dihadapi.
- Dalam menjawab pertanyaan ini usahakan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- Berilah tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.
- Ada 5 (lima) pilihan jawaban.

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Hiper Personalisasi

No	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Belanja di E-Commerce memakan waktu singkat					
	(Perceive cognitive effort)					
2	Belanja di E-Commerce sangat mudah					
	(Perceive cognitive effort)					
3	E-Commerce memberi rekomendasi harga yang saya harapkan					
	(Personalized price promotion)					
4	Rekomendasi produk sesuai dengan saya harapkan					
	(Personalized product recommendation)					
5	Produk yang sering di munculkan relevan dengan pencarian saya					
	(Personalized product recommendation)					

6	Saya berniat tetap belanja di E-commerce di bandingkan dengan retail					
	(Customer Royalty)					
7	Saya beranggapan bahwa E-Commerce menjadi pilihan pertama pada saat ingin belanja					
	(Customer Royalty)					

Promosi

No	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Notifikasi promo yang konsisten dapat menarik minat belanja pada E-Commerce					
	(Pesan Promosi)					
2	Promosi dengan bahasa yang simple menarik minat saya dalam berbelanja di E-Commerce					
	(Pesan Promosi)					
3	Promosi secara live membentuk keinginan berbelanja saya pada E-Commerce					
	(Media Promosi)					
4	Saya tertarik melakukan transaksi pada E- Commerce dikarenakan ada promo di jam- jam tertentu					

	(Waktu Promosi)					
5	Saya tertarik pada promo pada tanggal dan bulan kembar (1.1, 2.2)					
	(Waktu Promosi)					
6	Saya tertarik pada jumlah promo yang banyak dalam E-Commerce					
	(Frekuensi Promosi)					

Emosi Belanja

No	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa nyaman berbelanja di E-Commerce					
	(Pleasure)					
2	Saya merasa senang saat belanja di E-Commerc					
	(Pleasure)					
3	Saya tertarik belanja di e-commerce					
	(Arousel)					
4	Saya bersemangat ketika belanja di e commerce					
	(Arousel)					

5	Saya sangat menikmati berbelanja di e-commerce					
	(Dominance)					
6	saya merasa puas berbelanja di e-commerce					
	(Dominance)					
7	Saya merasa punya kebebasan pada saat berbelanja di e-commerce					
	(Dominance)					

Niat Beli

No	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya sering mempertimbangkan untuk membeli produk melalui E-commerce karena promo yang di berikan					
	(Minat Transaksional)					
2	Saya sering mempertimbangkan untuk membeli produk melalui E-commerce karena promo yang di berikan					
	(Minat Transaksional)					
3	Saya merekomendasikan produk yang sudah saya beli di E-Commerce pada teman/kerabat					

	(Minat referensial)					
4	Saya tertarik memberi produk pada E-Commerce setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat					
	(Minat Preferensial)					
5	Saya mencari informasi tentang produk sebanyak-banyaknya sebelum melakukan transaksi di E-Commerce					
	(Minat Eksplorasi)					
6	Saya saya melihat review produk saat sebelum melakukan transaksi di E-Commerce					
	(Minat Eksplorasi)					

LAMPIRAN II

SURAT PENELITIAN



FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA, DAN SENI UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

Jl. Adi Sucipto No. 145, Solo 57144, Indonesia
Tel. +62 - (0)271 - 743493, 743494, Fax: +62 - (0)271 - 742047
www.usahidsolo.ac.id

Nomor : 023/D/FSHS/Usahid-Ska/I/2025
Lampiran :
Perihal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi / Tugas Akhir

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Universitas Sahid Surakarta

Jl. Adi Sucipto No.154, Jajar, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57144

Dengan hormat,

Guna memenuhi persyaratan perkuliahan Program S-1 di Universitas Sahid Surakarta, mahasiswa diwajibkan untuk menempuh Skripsi / Tugas Akhir. Dimana perlu diadakannya pengambilan data penelitian di instansi yang terkait dengan bidang keilmuan yang diteliti.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut, bersama ini kami menyampaikan permohonan ijin bagi mahasiswa kami untuk dapat melakukan pengambilan data penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama	: Yoshua Indra Abisha
Nomor Induk Mahasiswa	: 2020081003
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Pengaruh Hyper-Personalisasi dan Promo Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Surakarta Pada E-Commerce dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Mediasi
Waktu Penelitian	: 20 Januari 2025 s/d 20 Maret 2025

Demikian atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami mengucapkan terima kasih.

Surakarta, 21 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni

Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si
NIDN. 0602058801

LAMPIRAN III BUKTI KONSULTASI



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB / HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	5 Agustus 2024	Anggit Dyah K. S.AB, M.AB	1-3	1. Tambahkan data empiris 2. Perkuat / Tambahkan Teori 3. Perbaiki sampel dan populasi 4. Redaksional penulisan	
2.	10 Sept 2024	Anggit Dyah K. S.AB, M.AB	1-3	1. Perbaiki kerangka pikir 2. Tambahkan grand theory 3. Pelajari lebih lanjut PLS	
3.	24 Januari 2025	Anggit Dyah K. S.AB, M.AB	1-3	1. Sebar kuesioner 2. Petakan / deskripsikan sampel	
4.	21 Februari 2025	Anggit Dyah K. S.AB, M.AB	1-5	1. Tambahkan pembahasan hasil 2. Tambahkan analisis hasil	
5.	14 Maret 2025	Anggit Dyah K. S.AB, M.AB	1-5	1. Sesuaikan template jurnal 2. Diskusikan hasil penelitian 3. Acc ujian skripsi	



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB / HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1	5 Agustus 2024	Rusnandari Retno C, Msi	1-3	Pendahuluan esp penelitian Penulisan	
2	10 Sept 2024	Rusnandari Retno C, Msi	1-3	Penelitian kuantitatif Penulisan deskripsi metode	
3	24 Jan 2025	Rusnandari Retno C, Msi	1-3	Revisi Kuesioner	
4	21 Feb 2025	Rusnandari Retno C, Msi	1-5	Pembahasan dan data	
5	14 Maret 2025	Rusnandari Retno C, Msi	1-5	Redaksional jurnal template jurnal Acc ujian skripsi	