

LAMPIRAN 1
KUESIONER yang VALID

A. Identitas

1. Usia :
2. Jenis Kelamin :
3. Pekerjaan :
4. Alamat Email :
5. Domisili :
6. Tingkat Pendidikan :
 - a. \leq SMA
 - b. Diploma
 - c. Sarjana (S-1)
 - d. Magister (S-2)
 - e. Doktor atau PhD (S-3)
7. Berapa rata-rata pendapatan Anda tiap bulannya ?
 - a. \leq 1 juta rupiah
 - b. 1.000.001 – 3 juta rupiah
 - c. 3.000.001 – 5 juta rupiah
 - d. 5.000.001 – 10 juta rupiah
 - e. Lebih dari 10 juta rupiah
8. Berapa rata-rata pengeluaran Anda tiap bulannya ?
 - a. \leq 1 juta rupiah
 - b. 1.000.001 – 3 juta rupiah
 - c. 3.000.001 – 5 juta rupiah
 - d. 5.000.001 – 10 juta rupiah
 - e. Lebih dari 10 juta rupiah

9. Berapa lama Anda telah menggunakan internet ?
- ≤ 1 tahun
 - $1 < \text{pengguna} \leq 2$ tahun
 - $2 < \text{pengguna} \leq 3$ tahun
 - $3 < \text{pengguna} \leq 4$ tahun
 - $4 < \text{pengguna} \leq 5$ tahun
 - Lebih dari 5 tahun
10. Apakah Anda pernah mengunjungi situs *eCommerce* ? (Y / T)
11. Apakah Anda mengetahui sistem *eCommerce* dan keunggulannya ?
(Y / T)
12. Apakah Anda pernah bertransaksi *eCommerce* ? (Y / T)
13. Sudah berapa kali Anda melakukan transaksi *eCommerce* ?
- Tidak pernah
 - 1 kali
 - 2 – 3 kali
 - 4 – 5 kali
 - 5 – 10 kali
 - Lebih dari 10 kali
14. Apakah Anda memiliki Kartu Kredit ? (Y / T)
15. Berapa banyak kartu kredit yang Anda miliki saat ini ?
- Tidak Ada
 - 1 buah
 - 2 – 3 buah
 - 4 – 5 buah
 - 5 – 10 buah
 - Lebih dari 10 buah
-

No. 1,2,6,7,8,9 untuk karakteristik konsumen

No. 10 – 16 untuk penyaringan konsumen valid atau tidak

Penilaian cenderung bersifat Positif terhadap penggunaan internet

Bobot Nilai :	SS	(Sangat Setuju)	=	1
	S	(Setuju)	=	2
	BS	(Biasa Saja)	=	3
	TS	(Tidak Setuju)	=	4
	STS	(Sangat Tidak Setuju)	=	5

B. Perilaku Pembelian Konsumen

1. Sistem pembelian barang melalui internet sangat mudah
2. Kegiatan berbelanja menggunakan internet sangat efisien dari segi waktu
3. Belanja lewat internet lebih tenang dan lebih santai karena tanpa gangguan dalam proses pemilihan produk
4. Proses *loading* tiap halaman pada situs *eCommerce* sangat cepat
5. Pemilahan produk tiap kategori pada situs internet sangat teratur daripada pemilahan produk tiap kategori pada tempat berbelanja langsung.
6. Ragam produk yang ditawarkan pada *eCommerce* sama lengkapnya dengan ragam produk yang terdapat pada tempat berbelanja langsung.
7. Sistem pembayaran dengan menggunakan kartu kredit pada transaksi *eCommerce* sangat mudah.

C. Faktor Budaya

1. Saya lebih menyukai berbelanja dengan menggunakan internet
2. Saya akan membeli suatu produk melalui internet walaupun tanpa melihat produk tersebut secara langsung, karena saya sudah pernah lihat produk tersebut sebelumnya.
3. Saya akan membeli suatu produk melalui internet walaupun tanpa memegang produk tersebut. karena saya sudah mengetahui ukuran dan bentuk produk tersebut sebelumnya.
4. Saya lebih menyukai harga pasti (*fixed price*) dalam melakukan pembelian sebuah produk
5. Saya selalu merencanakan jumlah dan kriteria produk apa saja yang akan saya beli.
6. Saya lebih suka berbelanja secara *on-line* karena dana yang dikeluarkan dapat direncanakan.
7. Bagi saya berbelanja secara *on-line* tetap merupakan ajang bersosialisasi
8. Saya suka membeli produk yang baru diluncurkan.

D. Faktor Sosial

1. Jumlah produk yang saya beli masih dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarga
2. Menurut saya, peran seseorang dalam masyarakat berpengaruh pada keputusannya dalam memilih dan membeli produk
3. Menurut saya, peran dan status seseorang dalam masyarakat berpengaruh pada jumlah produk yang akan dibeli
4. Menurut saya, peran dan status seseorang dalam keluarga berpengaruh pada keputusannya dalam memilih dan membeli produk
5. Menurut saya, peran dan status seseorang dalam keluarga berpengaruh pada jumlah produk yang akan dibeli
6. Menurut saya, pemilihan dan pembelian produk dipengaruhi oleh lingkungan yang ada di sekitar kita.
7. Menurut saya, jumlah produk yang akan kita beli sangat dipengaruhi oleh lingkungan di sekitar kita.

E. Faktor Pribadi

1. Saya lebih sering berada di tempat kerja.
2. Saya hanya mempunyai waktu untuk melakukan kegiatan berbelanja secara *on-line*.
3. Saya merasa lebih senang jika berbelanja menggunakan kartu kredit dibandingkan tunai
4. Saya lebih suka melakukan transaksi secara *maya*.
5. Produk yang dijual pada situs *eCommerce* lebih murah dari produk-produk yang dijual langsung
6. Kualitas produk yang dijual pada situs *eCommerce* lebih bagus dari kualitas produk-produk yang dijual langsung
7. Saya merasa lebih mengerti teknologi jika sudah pernah bertransaksi secara *on-line*
8. Menurut saya, kepemilikan kartu kredit dapat mengubah gaya hidup seseorang
9. Menurut saya, gaya hidup masyarakat saat ini lebih memilih penggunaan kartu kredit sebagai alat pembayaran dibandingkan tunai.

F. Faktor Psikologis

1. Sistem berbelanja *on-line* lebih aman daripada berbelanja langsung
2. Proses berbelanja melalui internet lebih praktis daripada berbelanja secara langsung
3. Konsumen cenderung suka berubah-ubah dalam pemilihan penggunaan produk
4. Konsumen lebih suka untuk menggunakan lebih dari satu sistem untuk berbelanja.
5. Apabila konsumen pernah mengalami pengalaman buruk dalam berbelanja langsung, maka yang bersangkutan akan langsung beralih kepada sistem *on-line*.
6. Konsumen sangat memperhatikan ada tidaknya garansi pada setiap produk yang mereka beli.
7. Konsumen lebih yakin akan kualitas produk jika membeli produk dengan merek ternama

8. Konsumen lebih yakin akan kualitas produk jika membeli produk dengan harga yang mahal
 9. Gangguan pada saat berbelanja langsung sangat berpengaruh pada proses pemilihan produk yang akan dibeli
 10. Harga produk yang dijual di *eCommerce* sangat sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
 11. Konsumen lebih menyukai penggunaan kartu kredit karena dapat lebih mudah menghitung jumlah pengeluaran.
 12. Konsumen meyakini bahwa tingkat akurasi atau ketepatan antara iklan yang ditawarkan dengan kenyataan yang ada pada sistem *eCommerce* lebih besar daripada sistem berbelanja langsung.
-
-

Keterangan

Alamat tempat penyebaran kuisioner :

- a. Milis yang **tergabung** dalam yahogroups.com, antara lain :
Dunia-ibu, Jkt-female, ex-boedoet7, budut93, buDut-94, smansa, bebasfinansial, elektro93-trisakti, assosiasi warnet, banyumas, infobintaro, teleponumum, genetika, Indo-WLI, Islam Pembebasan, IT-Center, Kliniknakku, DIKA-OT, Poskobencana, Sosialisme Terapan, Nasionalis Indonesia, Telematika, VOIP Merdeka, Indo Marxist, Bumi-Serpong, detik-daerah, Hotel Cici (milis MMKom UI angk. 6 kelas B), alumni 12 Mei, detikcom, elektro-062, detikcombro, detikerotika, komputer trading, koran-PRD.
- b. Situs-situs dan milis yang digunakan, antara lain :
www.Jualan.com, www.iklanbaris.co.id, www.iklansmsdetik.com,
www.serpong.net, www.telkom.net, dan SNDFocuz@royalbiz.net
- c. Spamming ke beberapa alamat di yahoomassanger dan address book.