**Kuesioner Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal**

1. Identitas Responden

Nama :

Email :

Usia :

Klasifikasi Usia :

Pekerjaan :

Pendidikan Terakhir :

1. Petunjuk Pengisian

Pilihlah pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Anda. Kriteria Penilaian :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. | Pertanyaan | Skor |
| 1. | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2. | Setuju (S) | 4 |
| 3. | Cukup Setuju (CS) | 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Skala Ukur | | | | |
| A. Perilaku Konsumen | STS | TS | CS | S | SS |
| Saya sering menggunakan produk-produk dalam negeri |  |  |  |  |  |
| Saya lebih tertarik dengan produk dalam negeri dibandingkan produk asing |  |  |  |  |  |
| Saya bangga saat menggunakan produk dalam negeri |  |  |  |  |  |
| Produk dalam negeri lebih mudah didapatkan |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | |
| B. Promosi di Media Sosial | STS | TS | CS | S | SS |
| Saya sering melihat produk-produk dalam negeri dipromosikan di sosial media |  |  |  |  |  |
| Produk-produk dalam negeri yang dipromosikan dalam sosial media bervariasi |  |  |  |  |  |
| Saya melihat media sosial adalah sarana yang tepat untuk melakukan promosi produk |  |  |  |  |  |
| Produk-produk luar negeri lebih gencar melakukan promosi di sosial media |  |  |  |  |  |
| Saya menilai melakukan promosi di sosial media akan membangkitkan ketertarikan minat beli produk dalam negeri |  |  |  |  |  |
| Saya menilai bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam negeri kurang terpublikasikan |  |  |  |  |  |
| Saya melihat bahwa produk dalam negeri yang jarang melakukan promosi produk di sosial media sulit mendapatkan konsumen |  |  |  |  |  |
| Promosi yang dilakukan perusahaan asing lebih menarik |  |  |  |  |  |
| Saya akan membantu mempromosikan produk-produk dalam negeri |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | |
| C. Green Marketing | STS | TS | CS | S | SS |
| Pemasaran dengan mengangkat isu-isu lingkungan dapat menarik minat masyarakat |  |  |  |  |  |
| Perusahaan harus memikirkan lingkungan dalam memproduksi dan memasarkan seluruh produknya |  |  |  |  |  |
| Saya yakin bahwa menggunakan isu tentang lingkungan merupakan strategi terbaik untuk memasarkan produk |  |  |  |  |  |
| Saya menyukai perusahaan yang berkolaborasi dengan komunitas-komunitas yang peduli terhadap kelestarian lingkungan di dalam melakukan promosinya |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | |
| D. Minat Beli Produk Lokal | STS | TS | CS | S | SS |
| Saya lebih menyukai strategi pemasaran yang memotivasi konsumen untuk mencintai lingkungan melalui iklan dan media sosial |  |  |  |  |  |
| Saya bersedia membayar lebih mahal untuk produk ramah lingkungan |  |  |  |  |  |
| Saya menyukai produk yang selalu menyampaikan pesan-pesan cinta lingkungan |  |  |  |  |  |
| Saya bersedia membeli suatu produk karena saya menyadari akan kebutuhan saya untuk menggunakan produk yang ramah lingkungan |  |  |  |  |  |