Lampiran 1

KUESIONER

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr,

Di tempat

Dengan hormat, sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Manajemen di Universitas Nias mengenai "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias", saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner yang terlampir.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat. Oleh karena itu, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur. Perlu diketahui bahwa informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini. Saya menjamin kerahasiaan dan privasi partisipan.

Saya mengucapkan terima kasih atas perhatian, bantuan, dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu/Saudara.

Hormat Saya,

Peneliti

ANUGERAH ZEGA
NPM. 2318024

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama:

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan beriku)
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)

6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun
   - Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
SEGMENTASI					
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias				
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan				
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias				
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima				
hh	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias				

h5.	dengan masyarakat				
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat				

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?				
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.				
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.				
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?				
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Waoziduhu Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun

- > 1 tahun ✓
- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Endang Herni Yanti Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun

- > 1 tahun ✓
- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

   Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Hirasbani Laoli

1. Jenis Kelamin
    - Laki-laki ✓
    - Perempuan
2. Usia
    - 15 – 20 tahun
    - 20 – 30 tahun
    - 30 – 40 tahun ✓
    - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
    - Pelajar/Mahasiswa
    - Pendidik ✓
    - Pegawai Negeri Sipil
    - Pegawai Swasta
    - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
    - > Rp. 500.000
    - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
    - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
    - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
    - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
    - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
    - 6 bulan
    - 6 bulan – 1 tahun
    - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Oktorianus zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Dustin Harefa

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa ✓
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun

- > 1 tahun ✓
- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

   Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan			✓	
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Yusmar Ziliwu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun

- > 1 tahun ✓
- Lainnya

7. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

3. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
4. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Wendi Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun ✓
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000 ✓
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias			✓	
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan			✓	
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima			✓	
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Oman Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun ✓
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa ✓
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000 ✓
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Temazaro Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Juni Sadarman Harefa

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Ratakan Laoli

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

7. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

3. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
4. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓			

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.	✓			
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?	✓			
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. DENTITAS RESPONDEN

Nama : Hardiman Ziliwu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Nurlina Halawa

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000 ✓
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Mila Zebua

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

7. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Salima Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

7. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

5. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
6. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

   Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Agus Firman Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Finti Resta Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Vince Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa ✓
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000 ✓
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Meriba Harefa

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000 ✓
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya ✓

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Masadikari Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Mesieli Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya ✓

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.	✓			
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Fredly Nataniel Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun ✓
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa✓
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓			

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.	✓			
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?	✓			
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Uci Novendra Dawolo

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Nonitehe Zendrato

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya ✓

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Alvin Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun ✓
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa✓
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Axel Samohouni Zebua

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun ✓
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa ✓
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya ✓

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓			

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.	✓			
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?	✓			
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Celin Amoreiza Zebua

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Zielwaldo Harefa

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun ✓
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Abram Samowua Gulo

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun ✓
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya ✓

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Calvianus Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Endang Fitriani Marunduri

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Indah Daeli

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Martin Ziliwu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Luxman Jaya Harefa

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓			

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.	✓			
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?	✓			
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Tri Ratnawati Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Darwin Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Magdalena Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Anis Dawolo

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan ✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Adisari Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Sodieli Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Lestarijun Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Warman Jaya Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun

- > 1 tahun ✓
- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Elvin Zega

7. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
8. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
9. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
10. Pendapatan setiap bulan
    - > Rp. 500.000
    - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
    - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
    - > Rp. 3.000.000 ✓
11. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
    - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
    - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
12. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
    - 6 bulan
    - 6 bulan – 1 tahun✓

- > 1 tahun
- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

   Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Mesawato Zega

7. Jenis Kelamin
    - Laki-laki ✓
    - Perempuan
8. Usia
    - 15 – 20 tahun
    - 20 – 30 tahun
    - 30 – 40 tahun ✓
    - > 50 tahun
9. Pekerjaan saat ini
    - Pelajar/Mahasiswa
    - Pendidik
    - Pegawai Negeri Sipil✓
    - Pegawai Swasta
    - Lainnya
10. Pendapatan setiap bulan
    - > Rp. 500.000
    - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
    - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
    - > Rp. 3.000.000 ✓
11. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
    - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
    - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
12. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
    - 6 bulan
    - 6 bulan – 1 tahun
    - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Berkat Ziliwu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat	✓			
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Emanuel Gulo

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki ✓
   - Perempuan
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya ✓
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun

- > 1 tahun ✓
- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan			✓	
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Rostiwan Duha

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun

- > 1 tahun ✓
- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan	✓			
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa		✓		

	Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Beni Friska Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan✓
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias			✓	
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan			✓	
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima			✓	
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Silemi Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun ✓
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SB	B	TB	STB
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Hadi Hulu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Agustina Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Deliria zendrato

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta ✓
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?	✓			
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓			

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.	✓			
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.	✓			
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?	✓			
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. DENTITAS RESPONDEN

Nama : Ramona Dawolo

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ✓
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Swit Dwi Fia Zega

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun ✓
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik ✓
   - Pegawai Negeri Sipil
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Yarni Wati Zebua

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
   - > Rp. 3.000.000 ✓
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun
   - > 1 tahun ✓

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat	✓			

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Wida Warni Zalukhu

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
SEGMENTASI		**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias		✓		
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias		✓		
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima		✓		
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran
Terhadap Peningkatan Penjualan Indihome
Pada Plasa Telkom Nias

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Demiria Harefa

1. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Perempuan ✓
2. Usia
   - 15 – 20 tahun
   - 20 – 30 tahun
   - 30 – 40 tahun
   - > 50 tahun ✓
3. Pekerjaan saat ini
   - Pelajar/Mahasiswa
   - Pendidik
   - Pegawai Negeri Sipil ✓
   - Pegawai Swasta
   - Lainnya
4. Pendapatan setiap bulan
   - > Rp. 500.000
   - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
   - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 ✓
   - > Rp. 3.000.000
5. Apakah Anda konsumen yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa Telkom Nias?
   - Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikut) ✓
   - Tidak (berhenti di sini, terimakasih atas partisipasi Anda)
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Indihome?
   - 6 bulan
   - 6 bulan – 1 tahun ✓
   - > 1 tahun

- Lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah menggunakan layanan Indihome Plasa PT Telkom. Berikut adalah petunjuk untuk mengisi daftar pernyataan:

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan di bawah ini dengan tepat dan jujur.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Keterangan :

   SB : Sangat Baik

   B : Baik

   TB : Tidak Baik

   STB : Sangat Tidak Baik

III. Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
	SEGMENTASI	**SB**	**B**	**TB**	**STB**
1.	Seberapa sering penjualan langsung produk Indihome yang dilakukan Plasa Telkom Nias	✓			
2.	Seberapa banyak mengenal produk Indihome Plasa Telkom Nias, seiring dengan penjualan langsung yang dilakukan		✓		
3.	Bagaimana kualitas promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias	✓			
4.	Dari promosi yang dilakukan Plasa Telkom Nias. Seberapa jelas informasi yang dapat diterima	✓			
5.	Seberapa dekat hubungan Plasa Telkom Nias dengan masyarakat		✓		
6.	Seberapa baik citra produk Plasa Telkom Nias terhadap masyarakat		✓		

IV. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	**PERTANYAAN**	**JAWABAN**			
		SB	**B**	**TB**	**STB**
1.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian?		✓		
2.	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓		

	secara tidak langsung?				
3.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara langsung.		✓		
4.	Sejauh mana pengaruh media iklan yang digunakan oleh Plasa Telkom Nias terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung.		✓		
5.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat memengaruhi Keputusan Pembelian secara langsung?		✓		
6.	Apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung?		✓		

BERBAGI

BELAJAR
DAN
BERBAGI

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage : https: / / mnj.unias.ac.id email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, Mei 2023

Hal : Pengajuan Judul Rancangan Penelitian

Kepada Yth. Bapak Dosen
Pembimbing Akademik

Dengan Hormat,

1. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	**Anugerah Zega**
NIM	:	2318024
Jumlah SKS yang telah diselesaikan	:	162 SKS

Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian dan memohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini:

No.	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1.	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus di Plasa Telkom Nias)		

2. Demikian permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga bapak/ibu dapat mempertimbangkannya.

Hormat Saya
Pemohon,

ANUGERAH ZEGA
NIM. 2318024

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec.Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage:https://mnj.unias.ac.id email: mnj@unias.ac.id

OUTLINE TOPIK PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Anugerah Zega
NIM : 2318024
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Judul	Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias
Fenomena	Kebutuhan terhadap teknologi, informasi dan komunikasi di Indonesia juga berkembang dengan pesat. Dari waktu ke waktu menunjukkan teknologi, informasi dan komunikasi merupakan hal wajib yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia saat ini setelah kebutuhan primer. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, informasi dan komunikasi yang tertarik terhadap bisnis tersebut dan ingin mendapatkan keuntungan yang besar dari kondisi ini. Oleh karena itu banyak perusahaan yang menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan kepada masyarakat agar dapat menarik banyak konsumen. Perkembangan internet masa kini yang didorong oleh kemajuan teknologi yang semakin maju dan luas membuat perusahaan yang terlibat dalam bisnis produk internet semakin mengembangkan produknya agar tidak kalah bersaing. Dalam bisnis penyedia penyedia jasa internet, perusahaan semakin gencar mempromosikan produknya untuk memperoleh pasar sasaran yang diinginkan. Berbagai cara promosi yang digunakan sebagai senjata dalam menjual produk perusahaan meliputi periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Plasa Telkom Nias merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi, yang mampu menguasai pasar dalam hal ini pelanggan, dan menawarkan produk yang sangat dimanfaatkan untuk mencukupi kebutuhan masayakat saat ini, seperti telepon rumah, telepon seluler, jaringan intenet wi-fi (Indihome), dan TV kabel. Dengan perkembangan yang ada maka Plasa Telkom melakukan strategi produk bundling dengan produk *triple play* (3) layanan yaitu telepon rumah, jaringan internet wi-fi dan TV kabel (Usee TV) yang kemudian dijadikan satu paket layanan bernama Indihome Fiber. Didalam produk ini juga terdapat beberapa fitur tambahan lainnya seperti Indihome view, Melon dan Trend Micro Internet Security. Plasa Telkom Nias juga melakukan komunikasi pemasaran yang merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang

	mempunyai kegiatan dalam penyebaran informasi untuk mempengaruhi masyarakat dalam pembelian untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Adapun komunikasi pemasaran terdiri dari periklanan, personal selling, promosi penjualan, hubungan masyarakat, direct marketing, pemasaran via internet. Komunikasi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Nias pada produk Indihome dilakukan melalui iklan di televise, poster dan berbagai promosi penjualan seperti promo akhir tahun serta penambahan fitur streaming video gratis. Sebagaimana mengutip dari buku Manajemen Komunikasi Pemasaran (2021) karya Astri Rumondang Banjarmahor, dkk, defenisi komunikasi pemasaran menurut Kotler dan keller, yaitu sarana untuk menginformasikan, mempersuasi, dan mengingatkan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak, mengenai produk serta merek yang dijual perusahaan. Sementara menurut Kayode, komunikasi pemasaran adalah interaksi antara konsumen dan perusahaan menggunakan satu atau lebih media, seperti surat kabar, majalah, televise, radio, papan reklame, internet, dan telemarketing. Dalam buku Manajemen pemasaran (2020) karya Melati, dituliskan bahwa komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran, berupa penyebaran informs untuk mempengaruhi atau membujuk calon pelanggan agar menerima, membeli, serta bersikap loyal terhadap produk perusahaan yang ditawarkan. Berdasarkan observasi kepada pelanggan Indihome pada Kualitas Pelayanan yang diberikan konsumen, *tangible* pada Indihome di Plasa Telkom Nias sudah sesuai dengan keinginan/ekspetasi dari pelanggan. Dilihat dari kelengkapan fasilitas fisik Indihome bahwa ketika pegawai datang kerumah untuk memasang atau memperbaiki internet yang sedang bermasalah mereka telah membawa peralatan yang lengkap. Akan tetapi, ada responden yang merasa kurang terpuaskan karena tindakan pegawai yang meninggalkan tugasnya hingga perbaikan menjadi tertunda. Plasa PT Telkom juga melakukan komunikasi pemasaran yang merupakan salah satu strategi pemasaran yang mempunyai kegiatan dalam penyebaran informasi untuk mempengaruhi masyarakan dalam pembelian untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Adapun komunikasi pemasaran terdiri darvi perviklanan, personal selling, promosi penjualan, hubungan masyarakan, direct marketing, pemasaran via internet, Komunikasi yang dilakukan oleh Telkom pada produk Indihome dilakukan melalui iklan di televisi, poster dan berbagai promosi penjualan seperti promo akhir tahun serta penambahan fitur streaming video gratis. Kualitas produk Indihome sendiri sudah sangat baik bagi konsumen. Akan tetapi, masih terdapat ketidaksesuaian dengan yang dijanjikan kepada konsumen, seperti: produk Indihome masih sering mengalami gangguan koneksi internet hingga beberapa hari, kemudian masih tidak sesuainya kecepatan internet yang didapatkan oleh konsumen.
Lokus	Plasa Telkom Nias
Alamat	Jln. Moh. Hatta No. 7, Kota Gunungsitoli
Perumusan masalah	Pada penelitian ini penulis memberikan rumusan masalah, sebagai berikut: 1. Apakah ada pengaruh komunikasi pemasaran terpadu produk Indihome yang dilaksanakan Plasa Telkom Nias? 2. Seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap

	proses keputusan pembelian produk Indihome yang dilaksanakan oleh Plasa Telkom Nias? 3. Bagaimana mengetahui proses keputusan pembelian produk Indihome yang dilaksanakan oleh Plasa Telkom Nias?
Tujuan penelitian	Pada penelitian ini penulis memiliki tujuan, sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui komunikasi pemasaran terpadu produk Indihome yang dilaksanakan oleh Plasa Telkom Nias. 2. Untuk mengetahui proses keputusan pembelian produk Indihome yang dilaksanakan oleh Plasa Telkom Nias. 3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome yang dilaksanakan oleh Plasa Telkom Nias.
Metode penelitian	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang berusaha memperlihatkan hasil dari suatu pengumpulan data kuantitatif atau statistic seperti survey dengan apa adanya, tanpa dihitung atau dilihat hubungannya dengan perlakuan atau variableel lain. Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2018: 86) adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahuo nilai variable mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel lainnya. Artinya penelitian ini hanya ingin mengetahui bagaimana keadaan variabel itu sendiri tanpa ada pengaruh atau hubungan terhadap variabel lain seperti penelitian eksperimen atau korelasi. Menurut Sugiyono 2019: 17) penelitian kuantitatif adalah metode yang memiliki landasan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.
Daftar pustaka	Astri Rumondang Banjarnahor, d. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran. Medan: Yayasan Kita Menulis. Dr, Melati. 2020. Manajemen Pemasaran. Deepublish. Hlm. 76. Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar. Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alphabet.

Gunungsitoli, 30 Maret 2023

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing,

Nov Elhan Gea, S.E., M.M.
NIDN. 0120118505

Disahkan oleh
Ketua Program Studi

Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.
NIDN. 0112078103

Tembusan :
1. *Kepala LPPM Universitas Nias*
2. *Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias*

SIMAT ANUGERAH ZEGA

ANUGERAH ZEGA

NIM :	NAMA MAHASISWA :	PRODI :
2318024	ANUGERAH ZEGA	Manajemen

JUDUL :
Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias

Dosen Pembimbing :	Konsentrasi :	Tema :
NOV ELHAN GEA, S.E, M.M.	Pemasaran	STRATEGI PEMASARAN

Riwayat Bimbingan Proposal

NO	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *02 Oct 2023 22:38:43*	**1.1 Latar Belakang Masalah** Kebutuhan terhadap teknologi, informasi dan komunikasi di Indonesia juga berkembang dengan pesat. Dari waktu ke waktu menunjukkan teknologi, informasi dan komunikasi merupakan hal wajib yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia saat ini setelah kebutuhan primer. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, informasi dan komunikasi yang tertarik terhadap bisnis tersebut dan ingin mendapatkan keuntungan yang besar dari	Fenomena dan Rumusan Masalah belum tepat, tujuan penelitian harus disesuaikan dengan judul yang anda angkat. pada bab II usahakan indikatornya konsisten dengan judulnya. sehingga pembuatan daftar angket sesuai dan menjawab rumusan permasalahannya. *06 Oct 2023 10:54:12*
2	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *03 Oct 2023 19:17:05*	**2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*)** **2.1.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu** Komunikasi pemasaran terpadu atau *Integrated Marketing Communication* (IMC) menurut Kotler dan keller (2020: 18) adalah sebuah konsep dimana suatu perusahaan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai saluran komunikasi untuk mengirim pesan yang jelas, konsisten, dan meyakinkan berkenan dengan perusahaan dan produknya. Schultz dalam Diwati & Santoso (2015) mengatakan IMC adalah proses pengembangan dan implementasi berbagai bentuk program komunikasi persuasif dengan pelanggan dan prospek dari waktu ke waktu. Tujuan IMC untuk mempengaruhi atau langsung mempengaruhi perilaku khalayak komunikasi yang dipilih. Sedangkan definisi IMC menurut American Association of Publicity and public relations Agencies dalam Diwati & Santoso (2021) adalah sebuah konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang memberikan nilai tambah terhadap suatu perencanaan yang mendalam dengan cara melakukan evaluasi terhadap peran strategis dari bermacam ilmu komunikasi dan mengkombinasikannya untuk menghasilkan keakuratan, konsistensi, dan efek komunikasi secara maksimal melalui integrasi dari pesan – pesan yang	Perbaiki Bab II urutkan teorinya sesuaikan dengan kebutuhan yang dapat menjawab rumusan masalahnya *06 Oct 2023 10:55:17*
3	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *04 Oct 2023 18:53:28*	**2.1.7 Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu** Pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu dilakukan setelah perencanaan yang dilakukan pelaku usaha. Kegiatan dilakukan dengan mengkomunikasikan konsep pemasaran kepada konsumen secara massa yang terdiri dari iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, serta hubungan masyarakat. Sedangkan secara pribadi dilakukan dengan pemasaran langsung dan interaktif, berita dari mulut ke mulut, dan penjualan personal. Dengan perkembangan ilmu pemasaran dan kemajuan teknologi perusahaan harus memadukan tiap elemen tersebut secara keseluruhan agar efektif dalam mengkomunikasikan pesan dan positioning strategis yang konsisten terhadap konsumen. Penjelasan komunikasi pemasaran terpadu melalui bauran komunikasi pemasaran adalah sebagai berikut : 1. Periklanan Periklanan adalah semua bentuk berbayar atas presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas (Kotler dan Keller, 2019: 202). Iklan bisa menjadi cara yang efektif dari segi biaya untuk mendistribusikan pesan dengan tujuan membangun preferensi. Dalam iklan terjadi proses	Pada Bab III disesuaikan dengan Buku Panduan. *06 Oct 2023 10:56:02*

4	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *05 Oct 2023 21:13:05*	**BAB III** **METODOLOGI PENELITIAN** **3.1 Lokasi Penelitian** Adapun lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di Plasa Telkom Nias yang berada di Jl. Moh. Hatta No. 07 Gunungsitoli. Didalam penelitian ini, peneliti melihat sebuah keadaan tentang judul yang diangkat yang berkaitan pada objek penelitian yaitu Divisi *Sales Force* pemasaran Indihome dan keadaan lapangan. Peneliti dibimbing langsung oleh *Head Office* selaku Kepala Kantor, yaitu Arjuna H Siburian, dan memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome yang berlaku saat ini di Plasa Telkom Nias. **3.2 Jenis Penelitian** Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang berusaha memperlihatkan hasil dari suatu pengumpulan data kuantitatif atau statistic seperti survey dengan apa adanya, tanpa dihitung atau dilihat hubungannya dengan perlakuan atau variableel lain. Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2020: 8) adalah suatu penelitian yang	Buat setiap judul ada teori para ahli *06 Oct 2023 10:57:20*
5	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *06 Oct 2023 20:13:51*	**DAFTAR PUSTAKA** Arikunto, S. 2019.*Prosedur Penelitian.* Jakarta: Rineka Cipta. A Purba, Ramen, dkk. 2020.*Media dan Teknologi Pembelajaran.* Jakarta: Yayasan Kita Menulis. Adi, M.S., R. A., & Jannah, Q. 2019.*The Effectiveness of Ice Breaking to Increase Students' Motivation in Learning English. Internasional Journal of English Education and Linguistics (IJoEEL),* 3(1), 31-38. https://doi. Org/10.33650/ijoeel.v3i1.2256. Basu Swastha D. 2014. *Manajemen Pemasaran.* BPFE: Yogyakarta. Keller, K. L., & Swaminathan, V. 2020.*Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition).* Pearson. Education.	Indikator harus bisa menjawab Rumusan Masalah. Pengolahan data di usahakan SPSS 24 *17 Oct 2023 10:04:44*
6	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *01 Feb 2024 10:27:28*	**BAB IV** **HASIL DAN PEMBAHASAN** Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25.* Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 57 orang pelanggan yang sudah memutuskan untuk menggunakan produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-4. Penelitian ini menggunakan dua variabel, dimana variabel X merupakan komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari *advertising* (iklan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *digital/internet marketing, sales promotion, publicity,* dan *personal selling.* Sedangkan variabel Y merupakan keputusan pembelian terdiri dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Kuesioner yang dibuat dengan variabel yang diteliti masing-masing memiliki paling banyak dua item pertanyaan.	Perhatikan Latarbelakng usahakan menggambarkan fenomena dan konsisten pada judul anda *07 Jun 2024 12:38:13*

7	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *03 Feb 2024 14:17:06*	4.2.3 Pengujian Koefisien Korelasi Pengujian korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Pada pengujian ini juga memiliki jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif dan negatif. Jika nilai signifikansi < 0> 0,05, maka tidak berkorelasi. Dengan didasarkan pada pedoman derajat hubungan antara variabel X (komunikasi pemasaran terpadu) dan variabel Y (keputusan pembelian) memiliki nilai korelasi yang positif sebesar 0,877 yang terdapat pada rentang 0,81 sd/ 1,00 memiliki korelasi atau keterkaitan yang sempurna. Hasil pengujian koefisien korelasi ini dapat dilihat pada tabel 4.12. Tabel 4.12 Pengujian Koefisien Korelasi **Correlations** Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pearson Correlation 1; Sig. (2-tailed) ; Keputusan Pembelian: Pearson Correlation ,877**; Sig. (2-tailed) ,000	Perhatikan Saran dan Kesimpulan anda, sesuaikan dengan hasil Kusioner anda *07 Jun 2024 12:39:57*
8	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias *06 Feb 2024 10:20:57*	**BAB IV** **HASIL DAN PEMBAHASAN** Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 57 orang pelanggan yang sudah memutuskan untuk menggunakan produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-4. Penelitian ini menggunakan dua variabel, dimana variabel X merupakan komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari *advertising* (iklan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *digital/internet marketing, sales promotion, publicity,* dan *personal selling.* Sedangkan variabel Y merupakan keputusan pembelian terdiri dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Kuesioner yang dibuat dengan variabel yang diteliti masing-masing memiliki paling banyak dua item pertanyaan.	Rumusan masalah dibuat berdasarkan fenomena demikian juga tujuan dari penelitian. *07 Jun 2024 12:38:31*
9	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *09 Feb 2024 08:54:29*	**BAB IV** **HASIL DAN PEMBAHASAN** Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 57 orang pelanggan yang sudah memutuskan untuk menggunakan produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-4. Penelitian ini menggunakan dua variabel, dimana variabel X merupakan komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari *advertising* (iklan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *digital/internet marketing, sales promotion, publicity,* dan *personal selling.* Sedangkan variabel Y merupakan keputusan pembelian terdiri dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Kuesioner yang dibuat dengan variabel yang diteliti masing-masing memiliki paling	Pada Bab II dilengkapi dengan teori yang berkaitan dengan Judul Anda *07 Jun 2024 12:38:49*

10 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias
19 Feb 2024 10:34:24

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25.* Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 57 orang pelanggan yang sudah memutuskan untuk menggunakan produk Indihome di Plasa Telkom Nias.

Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-4. Penelitian ini menggunakan dua variabel, dimana variabel X merupakan komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari *advertising* (iklan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *digital/internet marketing, sales promotion, publicity,* dan *personal selling.* Sedangkan variabel Y merupakan keputusan pembelian terdiri dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Kuesioner yang dibuat dengan

Perhatikan pedoman penyusunan proposal penelitian, Lengkapi daftar pustaka anda dan Daftar Kuisioner berdasarkan indikator

07 Jun 2024 12:39:04

LEMBAR PERSETUJUAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh :

Nama	:	Anugerah Zega
NIM	:	2318024
Program	:	Sarjana
Program Studi	:	S-1 Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi
Judul	:	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan.

Gunungsitoli, 29 Oktober 2023

Dosen Pembimbing	Ketua Program Studi Manajemen
NOV ELHAN GEA, S.E., M.M	**YUPITER MENDROFA, SE.,MM**
NIDN. 0120118505	NIDN. 0112078103

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Kamis tanggal Empat belas bulan Desember tahun dua ribu dua puluh tiga telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama	: **Anugerah Zega**
NIM	: 2318024
Program	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias

Waktu Pelaksanaan : 10.00 WIB s.d. selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

Tanda Tangan

1. Nov Elhan Gea, S.E., M.M.. (Pembimbing) — 1.
2. Emanuel Zebua, S.H., M.AP (Penelaah) — 2.

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Nov Elhan Gea, S.E., M.M. (Pembimbing)	80
2. Emanuel Zebua, S.H., M.AP (Penelaah)	79
Total Nilai	159

Rata-rata nilai adalah: 79,5

Gunungsitoli, 14 Desember 2023
Ketua Program Studi Manajemen,

Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Plt. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias menerangkan bahwa :

Nama	: **Anugerah Zega**
NIM	: 2318024
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias

Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :

hari / tanggal	: Kamis, 14 Desember 2023
Pukul	: 10.00 Wib s/d Selesai
tempat	: Ruang 10

Dengan hasil penilaian :

- [ ] Rancangan penelitian telah cukup baik dan lengkap sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data. (90-100)
- [x] Rancangan penelitian telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan isntrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data. (70-89)
- [ ] Rancangan rancangan penelitian masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap cukup baik untuk dijadikan topik permasalahan skripsi. Dianjurkan seminar perbaikan. (55-69)
- [ ] Rancangan penelitian tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi. (0-5)

Gunungsitoli, 14 Desember 2023
Ketua Program Studi Manajemen,

Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103

Catatan:
Beri tanda centang (✓)
Pada salah satu kotak.

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. **Mahasiswa**

Nama : **Anugerah Zega**

NIM : 2318024

Judul Penelitian :Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias

2. **Materi Perbaikan**

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
		* Sempurnakan latar belakang proposal penelitian anda dengan menambahkan Gap penelitian
		* Sempurnakan dan tambahkan indikator dari judul anda minimal 1 atau lebih, buku, artikel atau jurnal anda dapatkan
		* Sempurnakan tata tulis.
		* Sempurnakan dan perbaiki daftar pustaka anda

Gunungsitoli, 14 Desember 2023
Dosen Penelaah,

Emanuel Zebua, S.H., M.AP
NIDN. 0123087901

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. **Mahasiswa**

Nama : **Anugerah Zega**

NIM : 2318024

Judul Penelitian :Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias

2. **Materi Perbaikan**

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
		Susun proposal anda berdasarkan pembahasan.

Gunungsitoli, 14 Desember 2023
Dosen Pembimbing,

Nov Elhan Gea, S.E., M.M.
NIDK. 0120118505

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ■ +626392620815 Nias 22814
Homepage: https://unias.ac.id email: admin@unias.ac.id

Nomor : 106 /UN06/PN.01.02/2023 — 22 Desember 2023
Lampiran : 1 (Satu) set
Perihal : **Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian**

Kepada Yth,

Direktur Utama Plasa Telkom Nias

di

Tempat

1 Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :

Nama	:	**Anugerah Zega**
NIM	:	2318024
Fakultas	:	Ekonomi
Program Studi	:	Manajemen
Jenjang Pendidikan	:	Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi	:	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias
Lokasi Penelitian	:	Plasa Telkom Nias
Jadwal Penelitian	:	27 Desember 2023 sampai selesai

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberi izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut, untuk melaksanakan Penelitian di lokasi penelitian tersebut di atas (Rancangan Skripsi Terlampir)

2 Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Plt. Kepala LPPM,

Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si
NIDK. 8934030021

Tembusan :
Yth. 1 Pj. Rektor Universitas Nias (sebagai laporan);
2 Plt Warek Lingkup Universitas Nias;
3 Plt. Dekan Fakultas Ekonomi ;
4 Plt. Ketua Prodi Manajemen;
5 Peneliti yang bersangkutan (**Anugerah Zega**);
6 Arsip.

Gunungsitoli, 05 Januari 2024

Nomor : -

Lampiran : 1 (Satu) set

Perihal : **Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian**

Kepada Yth,

Plt. Kepala LPPM Universitas Nias

Sehubungan dengan Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian No: 107 /UN06/PN.01.02/2023 yang diajukan kepada kami oleh mahasiswa Universitas Nias atas nama:

Nama	:	**Anugerah Zega**
NIM	:	2318024
Fakultas	:	Ekonomi
Program Studi	:	Manajemen
Jenjang Pendidikan	:	Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi	:	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias
Lokasi Penelitian	:	Plasa Telkom Nias
Jadwal Penelitian	:	27 Desember 2024 sampai selesai

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut di atas untuk melakukan Kegiatan Pelaksanaan Penelitian dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan tersebut.

Demikian Surat Balasan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Plasa Telkom Nias,

Telkom Indonesia

Arjuna Hasanto Siburian

Gunungsitoli, 20 Januari 2024

Nomor : -

Lampiran : 1 (Satu) set

Perihal : **Surat Keterangan Selesai Penelitian**

Kepada Yth,

Plt. Kepala LPPM Universitas Nias

Sehubungan dengan Surat Permohonan Izin Pelaksanaan serta penyelesaian melaksakan Penelitian No: 107/UN06/PN.01.02/2023 yang diajukan kepada kami oleh mahasiswa Universitas Nias atas nama:

Nama	: **Anugerah Zega**
NIM	: 2318024
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Jenjang Pendidikan	: Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi	: Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias
Lokasi Penelitian	: Plasa Telkom Nias
Jadwal Penelitian	: 27 Desember 2023 sampai selesai

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melaksanakan Penelitian di Plasa Telkom Nias di Gunungsitoli, dengan pembimbing Arjuna Hasanto Siburian.

Selama Pelaksanaan Penelitian mulai dari bulan Desember 2023 sampai dengan Januari 2024 yang bersangkutan melaksanakan Penelitian dengan baik, sangat memperhatikan peraturan yang kami terapkan dan setelah selesai, Ybs masih menjalin hubungan baik dengan pihak Plasa Telkom Nias tanpa ada masalah yang tidak terselesaikan.

Demikian kami sampaikan, dan terima kasih atas kerjasamanya.

Plasa Telkom Nias,

Telkom Indonesia

Arjuna Hasanto Siburian

ANUGERAH ZEGA

NIM :	NAMA MAHASISWA :	PRODI :
2318024	ANUGERAH ZEGA	Manajemen

JUDUL :
Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias

Dosen Pembimbing :	Konsentrasi :	Tema :
NOV ELHAN GEA, S.E, M.M.	Pemasaran	STRATEGI PEMASARAN

Riwayat Bimbingan Skripsi

NO	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *01 Feb 2024 10:27:28*	**BAB IV** **HASIL DAN PEMBAHASAN** Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25.* Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan,	Perhatikan Latarbelakng usahakan menggambarkan fenomena dan konsisten pada judul anda *07 Jun 2024 12:38:13*
2	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *03 Feb 2024 14:17:06*	4.2.3 Pengujian Koefisien Korelasi Pengujian korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Pada pengujian ini juga memiliki jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif dan negatif. Jika nilai signifikansi < 0> 0,05, maka tidak berkorelasi. Dengan didasarkan pada pedoman derajat hubungan antara variabel X (komunikasi pemasaran terpadu) dan variabel Y (keputusan pembelian) memiliki nilai korelasi yang positif sebesar 0,877 yang terdapat pada rentang 0,81 sd/ 1,00 memiliki korelasi atau keterkaitan yang sempurna. Hasil pengujian koefisien korelasi ini dapat dilihat pada tabel 4.12. Tabel 4.12 Pengujian Koefisien Korelasi **Correlations** Komunikasi Pemasaran Terpadu / Keputusan Pembelian Komunikasi — Pearson Correlation: 1 / ,877**	Perhatikan Saran dan Kesimpulan anda, sesuaikan dengan hasil Kusioner anda *07 Jun 2024 12:39:57*
3	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias *06 Feb 2024 10:20:57*	**BAB IV** **HASIL DAN PEMBAHASAN** Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25.* Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 57 orang pelanggan yang sudah memutuskan untuk menggunakan produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-4. Penelitian ini menggunakan dua variabel, dimana variabel X merupakan komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari *advertising* (iklan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *digital/internet marketing, sales promotion, publicity,* dan *personal selling.* Sedangkan variabel Y merupakan keputusan pembelian terdiri dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan	Rumusan masalah dibuat berdasarkan fenomena demikian juga tujuan dari penelitian. *07 Jun 2024 12:38:31*

4	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI PLASA TELKOM NIAS *09 Feb 2024 08:54:29*	**BAB IV** **HASIL DAN PEMBAHASAN** Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 57 orang pelanggan yang sudah memutuskan untuk menggunakan produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-4. Penelitian ini menggunakan dua variabel, dimana variabel X merupakan komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari *advertising* (iklan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *digital/internet marketing, sales promotion, publicity,* dan *personal selling.* Sedangkan variabel Y merupakan keputusan pembelian terdiri dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Kuesioner yang dibuat dengan variabel yang diteliti masing-masing memiliki paling banyak dua item pertanyaan.	Pada Bab II dilengkapi dengan teori yang berkaitan dengan Judul Anda *07 Jun 2024 12:38:49*
5	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Plasa Telkom Nias *19 Feb 2024 10:34:24*	**BAB IV** **HASIL DAN PEMBAHASAN** Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software *IBS SPSS Statistics25*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 57 orang pelanggan yang sudah memutuskan untuk menggunakan produk Indihome di Plasa Telkom Nias. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-4. Penelitian ini menggunakan dua variabel, dimana variabel X merupakan komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari *advertising* (iklan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *digital/internet marketing, sales promotion, publicity,* dan *personal selling.* Sedangkan variabel Y merupakan keputusan pembelian terdiri dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Kuesioner yang dibuat dengan variabel yang diteliti masing-masing memiliki paling	Perhatikan pedoman penyusunan proposal penelitian, Lengkapi daftar pustaka anda dan Daftar Kuisioner berdasarkan indikator *07 Jun 2024 12:39:04*

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI D-III AKUNTANSI
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec.Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli.
Homepage:https://fe.unias.ac.id unias.ac.id email: fe@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul Pengaruh Komunikasi Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias, yang di susun oleh Anugerah Zega dengan NIM 2318024 Program Studi Manajemen, telah di koreksi dan di revisi oleh pembimbing sehingga dapat di lanjutkan untuk siding ujian Skripsi.

Gunungsitoli, Februari 2025
Dosen Pembimbing,

NOV ELHAN GEA, S.E., M.M
NIDN. 0120118505

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: https://fe.unias.ac.id email: fe@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 037/UN11/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	: Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M.
NIDN	: 0111038208
Pangkat/Golongan	: Penata Tk. I/ IIId
Jabatan	: Dekan Fakultas Ekonomi

dengan ini menerangkan bahwa,

Nama	: **ANUGERAH ZEGA**
NIM	: 2318024
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* ***08%*** sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi/tugas akhir.

Gunungsitoli, 24 Januari 2025

Dekan Fakultas,

Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M.
NIDN: 0111038208

Tembusan :

1. Ka. LPPM Universitas Nias
2. Ketua Program Studi Manajemen
3. Arsip

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec.Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage:https://mnj.unias.ac.id email: mnj@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

No : 1182/UN.11.02/PP.09.01/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Program Studi S1 Manajamen, Universitas Nias, menerangkan bahwa :

Nama	:	**Anugerah Zega**
Nim	:	2318024
Judul Skripisi	:	Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk Indihome di Plasa Telkom Nias.

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua mata kuliah di Program Studi S-1 Manajemen. Untuk itu dimohon kiranya untuk ditertitkan transkrip nilai kepada mahasiswa yang bersangkutan. Atas kerjasama yang baik di ucapkan terimakasih.

Gunungsitoli, 25 Agustus 2025
Ketua Program Studi Menajemen,

Heniwati Gulo, S.E.,M.E.
NUPTK. 2839774675230262

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec.Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage:https://mnj.unias.ac.id email:

Gunungsitoli, 25 Agustus 2025

Hal : **Permohonan Ujian Skripsi**
Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir. Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	**Anugerah Zega**
NIM	:	2318024
Program	:	Sarjana
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian Skripsi.
Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Surat permohonan ujian skripsi
2. Surat Kesediaan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti skripsi telah melewati cek *plagiat* dari LPPM
4. Surat keterangan bebas mata kuliah
5. Surat pengesahan skripsi yang ditandatangani oleh dosen pembimbing
6. Surat keterangan telah berakhir meneliti dari tempat penelitian
7. Surat pernyataan keaslian skripsi yang ditandatangani oleh mahasiswa
8. Menggandakan *hardcopy* skripsi yang telah di jilid sebanyak 3 (tiga) rangkap
9. Riwayat bimbingan skripsi di simat dari dosen pembimbing
10. Menunjukkan KRS/KHS asli semester 1 sampai terakhir
11. Fotokopi KHS terakhir
12. Trankrip nilai sementara dari SIMAT
13. Slip pembayaran uang kuliah terakhir
14. Map merah 3 buah

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,

Anugerah Zega
NIM. 2318024

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI D-III AKUNTANSI
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec.Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli.
Homepage:https://fe.unias.ac.id unias.ac.id email: fe@unias.ac.id

Hal : **Kesediaan Menghadiri Sidang Skripsi**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No. 30 Kel. Ilir, kec. Gunungsitoli,
Kota Gunungsitoli.

Nama	:	**ANUGERAH ZEGA**
NIM	:	2318024
Program	:	Sarjana
Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi (FE)

Menyatakan bahwa saya bersedia untuk menghadiri Ujian Skripsi sesuai dengan jadwal yang telah di tentukan.

Atas perhatian Bapak/Ibu, Saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon,

ANUGERAH ZEGA
NIM. 2318024

Tembusan di sampaikan kepada
Rector Universitas Nias
c.q. Wakil rector 1

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: https://mnj.unias.ac.id email: mnj@unias.ac.id

26 Agustus 2025

Nomor : 1192/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **ANUGERAH ZEGA**

Kepada Yth.

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM	Penguji I
2. Serniati Zebua, SE.,M.Si	Penguji II
3. Nov Elhan Gea, S.E., M.M	Pembimbing

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama	: **ANUGERAH ZEGA**
NIM	: 2318024
Program	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias

diharapkan kehadiran Bapak/ibu pada acara dimaksud yang diselenggarakan:

hari/tanggal	: Rabu, 27 Agustus 2025
pukul	: 15.00 Wib s/d selesai
tempat	: Ruang Rapat

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Kaprodi Manajemen

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK. 2839774675230262

Tembusan disampaikan kepada
1. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen diwajibkan memakai kemeja non batik pakai dasi

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: https://mnj.unias.ac.id email: mnj@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal Delapan belas Bulan Juni tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

N a m a	:	**ANUGERAH ZEGA**
NIM	:	2318024
Program	:	Sarjana
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi
Judul Skripsi	:	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias

W a k t u Pelaksanaan : 15.00 WIB s.d.selesai

Susunan Dewan Penguji :

TandaTangan

1. Nov Elhan Gea, S.E., M.M — 1. _____
2. Yupiter Mendrofa, SE.,MM — 2. _____
3. Serniati Zebua, SE.,M.Si — 3. _____

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Nov Elhan Gea, S.E., M.M	89
2. Yupiter Mendrofa, SE.,MM	83
3. Serniati Zebua, SE.,M.Si	85
Total Nilai	257

Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah 85,6
(Delapan Puluh Lima koma Enam)
Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/~~Tidak Lulus~~ dengan Predikat Kelulusan A-

Gunungsitoli, 18 Juni 2025
Ketua Program Studi,

Heniyati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262

Keterangan:
Nilai Yudisium:

90.00-100.	= A
85.00-89.99	= A-
80.00 -84.99	= B+
75.00 - 79.99	= B
70.00 - 74.99	= B-
65.00 - 69.99	= C+
60 .00 – 64.99	= C
55.00 – 59.99	= C-
50.00 – 54.99	= D
< 40.99	= E

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : **ANUGERAH ZEGA**

NIM : 2318024

Judul Penelitian : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
1.		Sempurnakan Abstrak
2.		Sempurnakan Daftar Isi
3.		Sempurnakan Manfaat penelitian
4.		Sempurnakan tinjauan pustaka
5.		Sempurnakan Analisis hasil pembahasan
6.		Sempurnakan kesimpulan dan saran
7.		Perbaiki Daftar pustaka
8.		Sempurnakan Data penelitian
9.		Perbaiki teknik Analisis Data di bab III

Gunungsitoli, 27 Agustus 2025
Dosen Penguji I,

Yupiter Mendrofa, SE.,MM
NIDN. 0112078103

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

1. **Mahasiswa**

Nama : **ANUGERAH ZEGA**

NIM : 2318024

Judul Penelitian : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias

2. **Materi Perbaikan**

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
	1.	Perbaiki sesuai catatan pada lisit
		penguji pada saat ujian.
	2.	Hindari plagiat

Gunungsitoli, 27 Agustus 2025
Dosen Penguji II

Semiati Zebua, SE.,M.Si
NIDN. 103098702

YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

1. **Mahasiswa**

Nama : **ANUGERAH ZEGA**

NIM : 2318024

Judul Penelitian : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome di Plasa Telkom Nias

2. **Materi Perbaikan**

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
		- Perbaiki Skripsi sesuai dg pedoman.
		- Perbaiki Daftar isi, pustaka.

Gunungsitoli, 27 Agustus 2025
Dosen Pembimbing,

Nov Elhan Gea, S.E., M.M
NIDN. 0120118505

BIODATA PENULIS

Penulis bernama Anugerah Zega, lahir di Tetehosi afia, pada tanggal 24 Juni 1998. Penulis merupakan anak ke empat dari lima bersaudara, dari pasangan atas nama Temazaro Zega sebagai Ayah dan Agustina Zalukhu sebagai Ibu. Riwayat Pendidikan penulis dimulai dari Pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 071030 Afia dan menamatkan Pendidikan pada tahun 2010. Selanjutnya, penulis meneruskan Pendidikan di SMP Negeri 1 Gunungsitoli Utara dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2013.

Setelah itu, pada tahun 2016 penulis lulus dari SMA N 2 Gunungsitoli, dan pada tahun 2018 penulis melanjutkan Pendidikan ke perguruan tinggi yaitu di Universitas Nias Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen pada program Sarjana (S1).

Dalam rangka menyelesaikan studi, penulis mengangkat judul **"Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap proses keputusan pembelian produk indihome di Plasa Telkom Nias"**. Di bawah bimbingan dosen pembimbing Nov Elhan Gea, S.E., M.M dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Agustus 2025.

Gunungsitoli, 30 Agustus 2025

Anugerah Zega