

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Variabel Independen (X) Promosi melalui <i>Social Media</i> (Heuer dalam Solis 2010)	<i>Context</i> (Konteks)	1. Penyampaian pesan / informasi kepada konsumen	1. Daya tarik penyampaian pesan/ informasi menarik dan inovatif	1. Daya tarik penyampaian pesan/ informasi BeeFlorist kepada konsumen melalui gambar produk sangat menarik dan inovatif	Skala Ketentuan adalah : 5 = Gambar produk buket bunga penuh warna cerah sehingga menarik perhatian dan mendorong konsumen untuk membeli produk 4 = Gambar produk buket bunga penuh warna cerah sehingga menarik perhatian konsumen namun belum mendorong konsumen untuk membeli produk 3 = Gambar produk buket bunga meragukan minat konsumen sehingga tidak terlalu menarik perhatian konsumen 2 = Gambar produk buket bunga tidak penuh warna cerah sehingga tidak menarik perhatian konsumen 1 = Gambar produk buket bunga tidak penuh warna cerah sehingga tidak menarik perhatian dan tidak mendorong konsumen untuk membeli produk

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

			<p>2. Penyampaian pesan/ informasi mudah dipahami</p>	<p>2. Penyampaian pesan/ informasi BeeFlorist kepada konsumen mudah dipahami</p>	<p>Skala Ketentuan adalah :</p> <p>5 = Konsumen memahami pesan yang disampaikan, yakin akan produk yang ditawarkan dan berniat membeli produk</p> <p>4 = Konsumen memahami pesan yang disampaikan, yakin akan produk yang ditawarkan namun belum berniat untuk membeli produk</p> <p>3 = Konsumen meragukan pesan yang disampaikan dan belum yakin akan produk yang ditawarkan serta belum berniat untuk membeli produk</p> <p>2 = Konsumen tidak memahami pesan yang disampaikan dan belum yakin akan produk yang ditawarkan serta belum berniat untuk membeli produk</p> <p>1 = Konsumen tidak memahami pesan yang disampaikan dan tidak yakin akan produk yang ditawarkan serta belum berniat untuk membeli produk</p>
--	--	--	---	--	---

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

	<p><i>Communications</i> (Komunikasi)</p>	<p>2. Merespon atau mengembangkan pesan kepada konsumen</p>	<p>1. Menanggapi pertanyaan konsumen</p>	<p>1. BeeFlorist menanggapi pertanyaan yang konsumen berikan</p>	<p>Skala Ketentuan adalah :</p> <p>5 = BeeFlorist sangat menanggapi pertanyaan yang diajukan dan konsumen yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>4 = BeeFlorist menanggapi pertanyaan yang diajukan konsumen namun konsumen belum yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>3 = BeeFlorist ragu-ragu dalam menanggapi pertanyaan yang diajukan dan konsumen belum yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>2 = BeeFlorist tidak menanggapi pertanyaan yang diajukan konsumen dan konsumen belum yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>1 = BeeFlorist sangat tidak menanggapi pertanyaan yang diajukan konsumen dan konsumen belum yakin akan produk yang ditawarkan</p>
--	---	---	--	--	---

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

			<p>2. Kesiediaan dalam menjawab pertanyaan konsumen</p>	<p>2. BeeFlorist sangat ramah dalam melayani konsumen</p>	<p>Skala Ketentuan adalah :</p> <p>5 = Konsumen sangat merasakan keramahan dan terlayani oleh BeeFlorist dan akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>4 = Konsumen merasakan keramahan dan terlayani oleh BeeFlorist namun belum akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>3 = Konsumen ragu-ragu dalam merasakan keramahan dan tidak terlalu terlayani oleh BeeFlorist serta belum akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>2 = Konsumen tidak merasakan keramahan dan tidak terlayani oleh BeeFlorist serta belum akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>1 = Konsumen sangat tidak merasakan keramahan dan tidak terlayani oleh BeeFlorist dan tidak akan melakukan pembelian</p>
--	--	--	---	---	--

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

	<p><i>Collaboration</i> (Kolaborasi)</p>	<p>1. Kerjasama antara pemberi dan penerima pesan agar pesan disampaikan efektif</p>	<p>1. Konsumen memahami pesan/ informasi yang disampaikan oleh perusahaan</p>	<p>1. Konsumen memahami pesan/ informasi yang diberikan oleh BeeFlorist dengan jelas</p>	<p>Skala Ketentuan adalah :</p> <p>5 = Konsumen sangat memahami pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist dan yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>4 = Konsumen memahami pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist Konsumen namun belum yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>3 = Konsumen ragu-ragu dalam memahami pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist serta belum yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>2 = Konsumen tidak memahami pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist serta belum yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>1 = Konsumen sangat tidak memahami pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist dan tidak yakin akan produk yang ditawarkan</p>
--	--	--	---	--	---

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

				<p>2. Konsumen menanggapi pesan/ informasi produk yang ditawarkan</p>	<p>Skala Ketentuan adalah :</p> <p>5 = Konsumen sangat mempunyai tanggapan akan pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist dan akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>4 = Konsumen mempunyai tanggapan akan pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist namun belum akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>3 = Konsumen ragu-ragu dalam mempunyai tanggapan akan pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist serta belum akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>2 = Konsumen tidak mempunyai tanggapan akan pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist serta belum akan melakukan pembelian setelahnya</p> <p>1 = Konsumen sangat tidak mempunyai tanggapan akan pesan/ informasi yang disampaikan oleh BeeFlorist dan tidak akan melakukan pembelian setelahnya</p>
--	--	--	--	---	--

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

	<p><i>Connection</i> (Koneksi)</p>	<p>1. Hubungan yang terjalin antara pemberi dan penerima pesan</p>	<p>1. Perusahaan memberi informasi produk baru kepada konsumen</p>	<p>1. Perusahaan BeeFlorist memberikan informasi produk buket bunga baru kepada konsumen</p>	<p>Skala Ketentuan adalah :</p> <p>5 = Konsumen sangat mendapatkan informasi produk buket bunga terbaru dan akan menanggapi informasi tersebut</p> <p>4 = Konsumen mendapatkan informasi produk buket bunga terbaru namun belum akan menanggapi informasi tersebut</p> <p>3 = Konsumen ragu-ragu dalam mendapatkan informasi produk buket bunga terbaru serta belum akan menanggapi informasi tersebut</p> <p>2 = Konsumen tidak mendapatkan informasi produk buket bunga terbaru serta belum akan menanggapi informasi tersebut</p> <p>1 = Konsumen sangat tidak mendapatkan informasi produk buket bunga terbaru dan tidak akan menanggapi informasi tersebut</p>
--	--	--	--	--	---

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

		<p>2. Konsumen melakukan pembelian berulang kepada perusahaan</p>	<p>2. Konsumen akan menghubungi BeeFlorist jika ingin memesan kembali produk buket bunga</p>	<p>Skala Ketentuan adalah :</p> <p>5 = Konsumen sangat akan menghubungi BeeFlorist jika memesan kembali produk buket bunga dan merasa terlayani dengan baik</p> <p>4 = Konsumen akan menghubungi BeeFlorist jika memesan kembali produk buket bunga namun belum merasa terlayani dengan baik</p> <p>3 = Konsumen ragu-ragu dalam menghubungi BeeFlorist jika ingin memesan kembali produk buket bunga</p> <p>2 = Konsumen tidak akan menghubungi BeeFlorist jika ingin memesan kembali produk buket bunga serta belum merasa terlayani dengan baik</p> <p>1 = Konsumen sangat tidak akan menghubungi BeeFlorist jika ingin memesan kembali produk buket bunga dan tidak merasa terlayani dengan baik</p>
--	--	---	--	--

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Variabel Dependen (Y) Keputusan Pembelian (Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2004)	Pengenalan Kebutuhan	Pengenalan masalah konsumen	Masalah yang dialami konsumen menjadikan kebutuhan	Produk yang ditawarkan dapat menjawab kebutuhan konsumen	Skala Ketentuan adalah : 5 = Sangat setuju 4 = Setuju 3 = Netral / Ragu-Ragu 2 = Tidak setuju 1 = Sangat tidak setuju
	Pencarian Informasi	Konsumen berusaha mencari informasi sebanyak mungkin	Pencarian informasi didukung dari kekuatan dorongan akan kebutuhan tsb	Pencarian informasi mengenai produk dilakukan di sumber internet untuk memudahkan pembelian	Skala Ketentuan adalah : 5 = Sangat akan melakukan 4 = Akan melakukan 3 = Netral / Ragu-Ragu 2 = Tidak akan melakukan 1 = Sangat tidak akan melakukan
	Evaluasi Alternatif	Konsumen membandingkan suatu produk dengan produk lain	Menjadikan produk sebagai alternative pilihan konsumen	Konsumen memilih buket bunga BeeFlorist sebagai alternative pilihan untuk kebutuhannya	Skala Ketentuan adalah : 5 = Sangat setuju 4 = Setuju 3 = Netral / Ragu-Ragu 2 = Tidak setuju 1 = Sangat tidak setuju

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

Keputusan Pembelian	Konsumen membentuk preferensi brand yang sesuai kebutuhan	Pembelian dilakukan dengan mempertimbangkan faktor tertentu	Konsumen mempercayai produk sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan beberapa faktor yang dipertimbangkan	Skala Ketentuan adalah : 5 = Sangat mempercayai 4 = Mempercayai 3 = Netral / Ragu-Ragu 2 = Tidak mempercayai 1 = Sangat tidak mempercayai
Perilaku Pasca Pembelian	Setelah pembelian konsumen bertindak berdasarkan kepuasan	Konsumen merasa puas akan terpenuhinya kebutuhan akan produk yang ditawarkan	Kepuasan akan produk nantinya akan membuat konsumen merekomendasikan ke orang lain	Skala Ketentuan adalah : 5 = Sangat akan merekomendasikan 4 = Akan merekomendasikan 3 = Netral / Ragu-Ragu 2 = Tidak merekomendasikan 1 = Sangat tidak merekomendasikan