

OBJEK PENELITIAN: PERUSAHAAN SEPEDA MOTOR LISTRIK DI INDONESIA

KUESIONER

Data Responden:

1. Umur :
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :

Pilihlah jawaban pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia, untuk:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Netral (N)
4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
	Variabel 1: Orkestrasi Manusia–Teknologi					
1.	Perusahaan mampu mengintegrasikan proses kerja manusia dan teknologi dengan baik.					
2.	Sistem teknologi yang digunakan selaras dengan kebutuhan tenaga kerja.					
3.	Karyawan memahami cara menggunakan teknologi dalam pekerjaan sehari-hari.					
4.	Teknologi digital membantu meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten pemasaran.					
5.	Teknologi mempermudah tim dalam menghasilkan ide-ide inovatif.					
6.	Tim merasa lebih kreatif saat dibantu alat atau platform digital.					
7.	Kolaborasi manusia dan teknologi meningkatkan hasil kampanye pemasaran.					
8.	Teknologi membuat proses kolaboratif antartim menjadi lebih efektif.					
9.	Penggunaan teknologi terbukti meningkatkan produktivitas tim pemasaran.					
10.	Teknologi mempercepat proses pengambilan keputusan pemasaran.					
11.	Data dari teknologi membantu menghasilkan keputusan yang lebih akurat.					
12.	Tim pemasaran sangat bergantung pada teknologi untuk membuat keputusan cepat.					
	Variabel 2: Pemasaran di Era Digital					
13.	Teknologi digital membantu memahami kebutuhan pelanggan.					
14.	Perusahaan memantau perilaku konsumen melalui data digital.					
15.	Analisis digital memberikan wawasan yang relevan tentang pelanggan.					
16.	Perusahaan memanfaatkan AI untuk memprediksi tren konsumen.					
17.	Big data digunakan untuk menyusun strategi pemasaran.					
18.	Teknologi AI memberikan rekomendasi yang membantu proses pemasaran.					
19.	Teknologi digital membuat proses pemasaran menjadi lebih efisien.					
20.	Penggunaan teknologi menghemat waktu dalam aktivitas pemasaran.					
21.	Sistem digital mempermudah pelaksanaan kampanye pemasaran.					
22.	Teknologi membantu perusahaan memahami nilai yang penting bagi pelanggan.					
23.	Data digital digunakan untuk menyesuaikan penawaran sesuai kebutuhan konsumen.					
24.	Teknologi membantu perusahaan memberikan layanan yang lebih relevan.					
	Variabel 3: Peran Manusia dalam Pemasaran					
25.	Tim pemasaran mampu memahami emosi pelanggan.					
26.	Empati karyawan membantu meningkatkan kualitas pelayanan.					
27.	Keputusan pemasaran dibuat dengan mempertimbangkan kebutuhan emosional pelanggan.					
28.	Karyawan terlibat aktif dalam menghasilkan ide strategi pemasaran.					
29.	Kreativitas manusia menjadi sumber utama inovasi pemasaran.					
30.	Tim mampu menciptakan konsep pemasaran baru tanpa bergantung sepenuhnya pada teknologi.					
31.	Intuisi karyawan sering digunakan dalam menentukan arah pemasaran.					
32.	Keputusan pemasaran tidak selalu bergantung pada data teknologi.					
33.	Intuisi manusia sering membantu menemukan peluang pemasaran baru.					
34.	Karyawan memastikan strategi pemasaran sesuai nilai perusahaan.					

35.	Keputusan pemasaran mempertimbangkan dampak pada konsumen dan masyarakat.					
36.	Tim menjaga agar pemasaran tetap beretika dan berorientasi manusia.					
	Variabel 4: Peran Teknologi Digital					
37.	Perusahaan menggunakan data real-time untuk memahami perilaku konsumen.					
38.	Data real-time membantu meningkatkan kecepatan respons pemasaran.					
39.	Analisis real-time membuat strategi pemasaran lebih tepat sasaran.					
40.	Sistem CRM membantu perusahaan mengelola hubungan dengan pelanggan.					
41.	Automation memudahkan perusahaan mengirim pesan pemasaran otomatis.					
42.	CRM meningkatkan efektivitas pelayanan kepada pelanggan.					
43.	Teknologi membantu perusahaan memberikan rekomendasi yang personal.					
44.	Konten pemasaran disesuaikan berdasarkan preferensi individu.					
45.	Teknologi memungkinkan perusahaan menciptakan pengalaman pengguna yang unik.					
46.	Teknologi memberikan informasi akurat mengenai preferensi konsumen.					
47.	Perusahaan mempelajari kebiasaan pelanggan melalui data digital.					
48.	Data digital digunakan untuk mengidentifikasi perubahan minat konsumen.					
	Variabel 5: Tantangan Integrasi Manusia–Teknologi					
49.	Karyawan masih kurang memiliki keterampilan digital yang memadai.					
50.	Perusahaan perlu meningkatkan pelatihan digital bagi karyawan.					
51.	Keterbatasan kemampuan digital menghambat integrasi teknologi.					
52.	Perusahaan terlalu bergantung pada sistem otomatis dalam pekerjaan.					
53.	Ketergantungan terhadap otomatisasi menurunkan kreativitas karyawan.					
54.	Banyak tugas diserahkan ke mesin sehingga mengurangi peran manusia.					
55.	Perusahaan menghadapi dilema etika dalam penggunaan data pelanggan.					
56.	Pelanggan sering khawatir tentang keamanan data mereka.					
57.	Penggunaan data pelanggan perlu diawasi secara ketat.					
58.	Karyawan menunjukkan resistensi ketika teknologi baru diterapkan.					
59.	Perubahan digital sering menimbulkan penolakan dari sebagian karyawan.					
60.	Kurangnya pemahaman teknologi menjadi penyebab resistensi.					
61.	Budaya kerja perusahaan lambat beradaptasi dengan perkembangan teknologi.					
62.	Transformasi digital sering terhambat oleh budaya organisasi.					
63.	Lingkungan kerja tidak sepenuhnya mendukung inovasi teknologi.					