

LAMPIRAN

MATRIKS PENELITIAN

Variabel	Indikator	Tolak Ukur
<i>Brand ambassador (X)</i>	<i>Brand ambassador</i> merupakan aset penting dalam periklanan karena dapat menarik konsumen dengan daya tarik yang dimiliki	Fisik
		Karya
		Prestasi
		Fashion
	<i>Brand ambassador</i> merupakan seseorang atau sekelompok orang yang mewakili suatu produk atau perusahaan, jadi ada kesesuaian profesi atau budaya antara <i>brand ambassador</i> dengan perusahaan yang diwakili	Ciri khas k-pop
		Kemampuan menyebarkan budaya
	<i>Brand ambassador</i> menjadi cerminan dari kepribadian suatu <i>brand</i> , jadi antara <i>brand</i> dan <i>brand ambassador</i> harus memiliki suatu hubungan yang sama.	Sama-sama terhubung melalui media sosial
		Sama-sama mencerminkan sikap semangat
	<i>Brand ambassador</i> juga dipilih berdasarkan pengalamannya dalam berhubungan dengan suatu <i>brand</i> dan dianggap mampu menjadi <i>brand ambassador</i> .	Sesuai untuk menjadi <i>brand ambassador</i>
		Mampu menjadi <i>brand ambassador</i>
	<i>Brand ambassador</i> juga harus memiliki kharisma diri atau wibawa dalam mengelola diri sendiri seperti mampu mendalami <i>passion</i> dan mengembangkan kelebihan diri agar mampu menaikkan penjualan	Memiliki <i>passion</i> yang kuat
		Memiliki kepercayaan diri yang tinggi
		Mampu berkomunikasi langsung dengan orang lain

		Memiliki aura tersirat
		Mampu mengatur emosi

Citra Perusahaan (Y1)	Prestasi merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan perencanaan yang telah ditentukan (Mangkunegara 2011:67)	Mendapatkan pengakuan
		Mendapatkan penghargaan
	Reputasi atau pembentukan citra dapat dibentuk dan diatur oleh <i>Public Relations</i>	Pembuatan <i>event</i>
		Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dan konsumen
		Adanya hubungan saling pengertian antara perusahaan dan konsumen
	Kebijakan pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan upaya untuk melayani konsumen dengan baik dan mendapatkan keuntungan.	Pengembangan Kemitraan
		Membuat calon konsumen sadar akan adanya suatu perusahaan
	Komitmen kepada konsumen merupakan kunci dalam keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan.	Konsumen mendapatkan fasilitas terbaik
		Konsumen mendapatkan layanan terbaik

Minat Beli (Y2)	Kecenderungan membeli merupakan sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap	Sikap cenderung selalu ingin membeli suatu objek
-----------------	-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

	individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan obyek	Memiliki tingkah laku untuk memiliki suatu objek
	Konsumen cenderung mereferensikan kepada orang lain setelah mendapatkan objek yang diinginkan	Pereferensian perusahaan
		Pereferensian produsen
		Pereferensian produk
	Konsumen memiliki referensi atau kriteria tersendiri terhadap objek	Referensi perusahaan
		Referensi produsen
		Referensi produk
	Sikap konsumen merasa senang terhadap suatu objek dengan cara mencari informasi sebelum membeli	Informasi <i>mouth to mouth</i>
		Informasi melalui survei
		Informasi melalui internet

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BLACKPINK TERHADAP
***CORPORATE IMAGE* DAN MINAT BELI DI SHOPEE**

Saya Laila Santi Aryani, merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Sultan Agung yang sedang menyelesaikan penelitian untuk memenuhi mata kuliah Skripsi. Pertanyaan dan jawaban pada kuesioner pada penelitian ini, termasuk pengumpulan data dan hasil kesimpulan yang didapatkan hanya akan saya gunakan untuk kepentingan pendidikan. Data yang ada pada kuesioner ini juga akan dirahasiakan.

I. Petunjuk Pengisian

Terima kasih sudah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, bersama ini saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini dengan

1. Menjawab pertanyaan dengan sungguh-sungguh dan sejujur-jujurnya.
Perlu diketahui bahwa jawaban anda tidak berhubungan dengan benar atau salah
2. Memilih jawaban dengan memberi tanda *checkboxlist* (✓) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai

II. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
Usia : 15-19 tahun 20-24 tahun
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta
 Pegawai Negeri Lain-lain

Keterangan Jawaban

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

BRAND AMBASSADOR (X)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Daya Tarik						
1.	Anggota blackpink memiliki fisik yang menarik dan mudah dikenali					
2.	Blackpink memiliki lagu yang menarik dan berbeda dengan <i>girl group</i> lain					
3.	Blackpink memiliki prestasi yang mengagumkan dan mampu bersaing dengan <i>girl group</i> lain					
4.	Blackpink memiliki <i>style fashion</i> yang menarik dan berbeda dengan <i>girl group</i> lain					
Kesesuaian Budaya						
5.	Blackpink merupakan <i>girl group</i> dengan ciri khas budaya k-pop					
6.	Blackpink memiliki image k-pop yang berbeda dari <i>girl group</i> lainnya					
7.	Blackpink memiliki kemampuan untuk menyebarluaskan budaya k-pop melalui Shopee					
Kesesuaian Hubungan						
8.	Saya pernah terhubung dengan Shopee melalui media sosial					
9.	Saya pernah terhubung dengan Blackpink melalui media sosial					
10.	Blackpink dan Shopee saling mempromosikan melalui media sosial					
11.	Blackpink mencerminkan sikap semangat yang sesuai dengan Shopee					
Pengalaman						
12.	Blackpink pernah berhasil menjadi <i>brand ambassador</i> pada <i>brand</i> lain					
13.	Blackpink dianggap mampu menjadi <i>brand ambassador</i> Shopee					
Kharisma Diri						

14.	Blackpink memiliki fokus tinggi ketika bernyanyi					
15.	Blackpink memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan berkemampuan untuk dihargai					
16.	Blackpink mampu berkomunikasi langsung dengan para penggemar seperti pada saat di konser					
17.	Blackpink mampu berkomunikasi tidak langsung dengan para penggemar seperti melalui <i>online</i>					
18.	Jika menyampaikan pendapat, blackpink terlihat terpercaya dan meyakinkan					
19.	Blackpink memiliki aura tersendiri yang berbeda dari <i>girl group</i> lain					
20.	Blackpink selalu tampil menarik dan professional					
21.	Blackpink tidak pernah menunjukkan ekspresi dan perilaku yang negatif					

CORPORATE IMAGE (Y1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Prestasi						
1.	Shopee memiliki keunggulan dalam sistem aplikasi					
2.	Shopee memiliki keunggulan dalam sistem transaksi					
3.	Shopee memiliki keunggulan dalam sistem pelayanan					
4.	Shopee merupakan e-commerce yang atraktif					
5.	Shopee sebagai e-commerce yang layak mendapatkan penghargaan					
Reputasi						
6.	Shopee pernah membuat event yang informatif dan inovatif					

7.	Shopee pernah menjadi bagian dari sponsorship					
8.	Shopee memiliki fitur tanya jawab untuk memenuhi pertanyaan konsumen					
9.	Shopee memiliki <i>customer service</i> untuk melayani keluhan konsumen					
10.	Shopee memiliki media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi konsumen					
11.	Shopee memiliki fitur tanya jawab yang cepat dan tanggap dalam menjawab pertanyaan konsumen					
12.	Shopee memiliki <i>customer service</i> yang cepat dan tanggap dalam menerima keluhan konsumen					
13.	Shopee memiliki media sosial yang aktif dalam memberikan informasi kepada konsumen					
Kebijakan						
14.	Shopee bekerja sama dengan banyak produsen untuk memperbanyak variasi produk					
15.	Shopee bekerja sama dengan banyak bank atau pihak keuangan untuk memudahkan dalam pembayaran produk					
16.	Shopee bekerja sama dengan ekspedisi pengiriman untuk memudahkan pengiriman produk					
17.	Shopee memiliki iklan yang menarik perhatian dan mudah diingat					
18.	Shopee memiliki warna khas yang menarik perhatian dan mudah diingat					
19.	Shopee memiliki <i>jingle</i> yang menarik perhatian dan mudah diingat					
Komitmen						
20.	Shopee memiliki fitur yang lengkap dan mudah dimengerti					

21.	Konsumen merasa puas atas transaksi yang dilakukan di Shopee					
22.	Konsumen merasa aman dan nyaman atas transaksi yang dilakukan di Shopee					

MINAT BELI (Y2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Kecenderungan Membeli						
1.	Saya membuka aplikasi maupun website Shopee untuk melihat produk yang dibutuhkan					
2.	Saya membuka aplikasi maupun website Shopee hanya untuk melihat produk yang tidak dibutuhkan atau sekadar menghabiskan waktu					
3.	Saya mengetahui dan mengikuti informasi atau promo terbaru dari Shopee					
4.	Saya melakukan transaksi ketika mendapatkan produk yang dibutuhkan					
5.	Saya melakukan transaksi ketika mendapatkan produk dengan harga yang murah					
Kecenderungan Merefensikan						
6.	Saya menyarankan orang lain untuk melakukan transaksi di Shopee					
7.	Saya menyarankan orang lain untuk melakukan transaksi di Shopee pada penjual tertentu					
8.	Saya menyarankan orang lain untuk melakukan transaksi di Shopee pada produk tertentu					
Memiliki Referensi						
9.	Saya mencari informasi sebelum melakukan transaksi di Shopee					
10.	Saya mencari informasi penjual tertentu sebelum melakukan transaksi di Shopee					

11.	Saya mencari informasi sebuah produk sebelum melakukan transaksi di Shopee					
Pencarian Informasi						
12.	Saya mencari dan mendapatkan informasi terhadap produk melalui pendapat dan saran dari orang lain					
13.	Saya mencari dan mendapatkan informasi terhadap produk melalui kesamaan pendapat dan saran dari orang lain					
14.	Saya mencari dan mendapatkan informasi terhadap produk melalui pencarian di internet					