

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN* #BISABANGET PRODUK BEAR BRAND TERHADAP *BRAND* *IMAGE* DAN *CONSUMER BEHAVIOR* DI KOTA SEMARANG

Saya Adi awaludin, merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Sultan Agung yang sedang menyelesaikan penelitian untuk memenuhi mata kuliah Skripsi. Pertanyaan dan jawaban pada kuesioner dalam penelitian ini, termasuk pengumpulan data dan hasil kesimpulan yang didapatkan hanya saya gunakan untuk kepentingan pendidikan. Identitas responden dalam kuesioner ini dirahasiakan.

I. Petunjuk Pengisian

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

- a. Mengisi pernyataan dengan sungguh – sungguh dan sejujur – jujur nya. Perlu diketahui bahwa jawaban anda tidak berhubungan dengan benar atau salah
- b. Memilih jawaban dengan memberi tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai

II. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pekerjaan :

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)

Digital Integrated Campaign (X)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Informasi Campaign #bisabanget Bear brand mudah untuk dipahami.					
2	Campaign #bisabanget Bear brand memberikan konten media online yang relevan.					
3	Pesan Campaign #bisabanget Bear brand bersifat persuasif.					
4	Saya tertarik dengan Iklan Campaign #bisabanget Bear brand.					
5	Campaign #bisabanget Bear brand memberikan konten media online yang unik.					
6	Campaign #bisabanget Bear brand mudah untuk saya temukan.					
7	Saya dapat berinteraksi dengan Campaign #bisabanget Bear brand.					
8	Saya membeli produk Bear brand setelah mengetahui Campaign #bisabanget Bear.					
9.	Saya dapat berbagi pengalaman melalui Campaign #bisabanget Bear brand.					

10	Saya mendapat pesan <i>Feedback</i> dari Campaign #bisabanget Bear brand.					
----	---	--	--	--	--	--

Brand Image (Y1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Campaign #bisabanget Bear brand membuktikan kepada saya, Bear brand merupakan produk yang berkualitas.					
2	Saya nyaman dengan produk Bear brand, setelah mengetahui Campaign #bisabanget Bear brand.					
3	Saya mengenali produk Bear brand lebih dalam, melalui Campaign #bisabanget Bear brand.					
4	Produk Bear brand menjadi kebutuhan saya, melalui Campaign #bisabanget Bear brand.					
5	Campaign #bisabanget Bear brand memiliki kesesuaian dengan produk.					
6	Produk Bear brand memberikan kepuasan untuk saya, melalui Campaign #bisabanget Bear brand.					
7	Saya dapat membedakan produk Bear brand dengan produk lainnya, melalui Campaign #bisabanget Bear brand.					
8	Saya tidak membeli merek/produk lain sejenis, setelah mengetahui Campaign #bisabanget Bear brand.					

9.	Saya percaya dengan produk setelah mengetahui Campaign #bisabanget Bear brand.					
----	--	--	--	--	--	--

Cunsomer Behavior (Y2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya melakukan perilaku baru setelah mengetahui Campaign #bisabanget Bear brand.					
2	Tempat tinggal saya sesuai dengan Campaign #bisabanget Bear brand.					
3	Perilaku saya sama seperti di Campaign #bisabanget Bear brand.					
4	Campaign #bisabanget Bear brand menjadi acuan sikap saya.					
5	Campaign #bisabanget Bear brand berperan dalam aktivitas saya.					
6	Campaign #bisabanget Bear brand sesuai dengan usia saya.					
7	Campaign #bisabanget Bear brand berperan dalam pekerjaan saya.					
8	Campaign #bisabanget Bear brand mempengaruhi gaya hidup saya.					
9	Campaign #bisabanget Bear brand menjadi dorongan untuk saya bertindak.					
10	Saya termotivasi oleh Campaign #bisabanget Bear brand.					
11	Campaign #bisabanget Bear brand berpengaruh terhadap keyakinan sikap saya.					

Analisa Regresi Sederhana X1 – Y1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SUMDIC ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: SUMBI

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.592	3.04571

a. Predictors: (Constant), SUMDIC

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1339.666	1	1339.666	144.417	.000 ^b
	Residual	909.084	98	9.276		
	Total	2248.750	99			

a. Dependent Variable: SUMBI

b. Predictors: (Constant), SUMDIC

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.629	2.187		3.032	.003
	SUMDIC	.709	.059	.772	12.017	.000

a. Dependent Variable: SUMBI

Analisa Regresi Sederhana X1 – Y2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SUMDIC ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: SUMCB

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.486	.480	4.95699

a. Predictors: (Constant), SUMDIC

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2273.724	1	2273.724	92.534	.000 ^b
	Residual	2408.036	98	24.572		
	Total	4681.760	99			

a. Dependent Variable: SUMCB

b. Predictors: (Constant), SUMDIC

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.421	3.559		.961	.339
	SUMDIC	.924	.096	.697	9.619	.000

a. Dependent Variable: SUMCB