

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN

**Kepada Yth.
Responden Followers Es Krim MIXUE
Di tempat**

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa S1 jurusan Kewirausahaan Universitas Agung Podomoro sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, saya:

Nama : LA DYAN JUNAGA BENSON
NIM : 11190030
Konsentrasi : Kewirausahaan

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah yang akan dituliskan dalam bentuk skripsi dengan judul:

“ PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE”.

Sehubungan dengan hal tersebut maka saya mohon followers es krim MIXUE responden berkenan meluangkan waktu untuk menjadi responden penelitian. Saya harapkan bersedia mengisi lembar kuesioner yang dilampirkan bersama surat permohonan ini. Saya berharap Bapak/Ibu responden mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Data yang saya peroleh dari jawaban kuesioner responden hanya akan saya gunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian.

Jawaban responden tidak ada yang salah atau benar. Mohon responden memilih rating yang paling menunjukkan perasaan responden. Atas kersediaan dan bantuan. Saya ucapkan Terima Kasih.

Hormat Saya,

(La Dyan Junaga Benson)

KUESIONER

Karakteristik Responden

Pertanyaan 1

Apakah anda pernah membeli Es Krim MIXUE ?

- Ya
- Tidak

Pertanyaan 2

Apakah anda memfollow akun Instagram Es Krim MIXUE ?

- Ya
- Tidak

I. Identitas Responden

Mohon kesedian responden mengisi daftar berikut:

1. Nama Responden :..... *(wajib diisi)
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Pekerjaan :
 - Pelajar
 - Mahasiswa/i
 - Pekerja Bebas
 - Karyawan
 - ASN
 - Tidak Bekerja

4. Usia Responden :

- Dibawah 17 Tahun
- 17 Tahun – 25 tahun
- 26 Tahun – 30 tahun
- 31 Tahun – 35 tahun
- Diatas 35 tahun

5. Penghasilan Per Bulan

- Rp. 500.000,- s.d Rp. 1.000.000,-
- Rp. 1.000.000,- s.d Rp. 5.000.000,-
- Rp. 5.000.000,- s.d Rp. 10.000.000,-
- Rp. 10.000.000,- s.d Rp. 20.000.000,-
- Diatas Rp. 20.000.000,-

6. Domisili Responden

- Jakarta
- Bogor
- Depok
- Tangerang
- Bekasi
- Diluar JABODETABEK

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban untuk setiap pertanyaan yang sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu responden dengan meng-klik pada pilihan jawaban yang ingin dipilih.

Dimohon untuk responden mengisi seluruh pernyataan, karena apabila terdapat salah satu pernyataan yang tidak terisi, maka kuesioner dianggap tidak berlaku.

Apabila seluruh pernyataan telah diisi, maka pastikan Bapak/Ibu responden untuk meng-klik tombol “submit” atau “Kirimkan”.

Setiap pertanyaan terdiri dari pilihan jawaban :

STS	= Sangat tidak Setuju	(1)
TS	= Tidak Setuju	(2)
R	= Ragu-ragu	(3)
S	= Setuju	(4)
SS	= Sangat Setuju	(5)

Variabel Social Media Marketing

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Konten yang ditemukan di media sosial brand MIXUE terlihat menarik					
2.	Menggunakan media sosial brand MIXUE sangat seru					
3.	Mengumpulkan informasi tentang produk melalui media sosial brand MIXUE sangat menyenangkan					
4.	Media sosial brand MIXUE memberikan postingan yang menarik bagi saya					
5.	Media sosial brand MIXUE menyediakan layanan yang disesuaikan					
6.	Media sosial brand MIXUE dapat digunakan kapan saja, dan dimana saja					
7.	Mudah bagi saya untuk menyampaikan pendapat di media sosial Mixue					
8.	Mudah bagi saya untuk berinteraksi dengan followers lain melalui media sosial brand MIXUE					
9.	Dimungkinkan untuk melakukan interaksi dua arah melalui media sosial brand MIXUE					
10.	Saya ingin menyampaikan informasi tentang merek, produk, atau layanan dari media sosial brand MIXUE kepada teman-teman saya					

11.	Saya ingin mengunggah konten dari media sosial brand MIXUE di halaman media sosial pribadi saya					
12.	Saya ingin berbagi informasi tentang merek, barang, atau layanan yang diperoleh dari media sosial brand MIXUE					
13.	Media sosial yang digunakan brand MIXUE sangat trendi					
14.	Postingan konten di media sosial brand MIXUE selalu up to date					
15.	Es krim MIXUE memiliki rasa yang enak dibandingkan produk es krim sejenis					

Variabel Brand Image

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Es krim MIXUE memiliki banyak varian rasa yang sesuai untuk beragam kalangan					
2.	Es krim MIXUE senantiasa meluncurkan varian rasa produk yang up to date					
3.	Es krim MIXUE menawarkan harga yang mampu bersaing dengan produk es krim sejenis					
4.	Saya menyukai MIXUE karena es krim dan minuman yang di pasarkan memiliki rasa yang enak					
5.	Promosi yang dilakukan oleh akun Instagram @MIXUE mampu meyakinkan konsumen terhadap citra merek MIXUE					
6.	Desain gambar yang digunakan MIXUE lebih menarik dibandingkan dengan desain					

	produk es krim sejenis					
7.	Model es krim MIXUE memiliki keunikan dibandingkan dengan produk ice cream lainnya					
8.	Konsep promosi merek MIXUE pada akun media sosial @MIXUE melalui video lucu berkesan dalam ingatan konsumen					
9.	Saya membeli es krim MIXUE karena banyak varian rasa yang ditawarkan					

Variabel Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Saya memilih produk MIXUE karena memiliki rasa yang sesuai dengan harapan					
2.	Es krim MIXUE memberikan pilihan produk minuman masa kini					
3.	Saya memilih MIXUE dibandingkan dengan produk es krim sejenis					
4.	Saya memilih merk MIXUE karena citra yang baik					
5.	Saya memilih merk MIXUE karena kepopuleran di Media sosial					
6.	Saya memutuskan untuk membeli MIXUE karena dapat dipesan melalui aplikasi online (grabfood , gofood dan shopee food)					
7.	Saya membeli MIXUE karena gerainya ada dimana mana.					
8.	MIXUE menawarkan pembelian secara online dan offline yang memudahkan konsumen					
9.	Saya membeli es krim MIXUE setiap					

	minggu					
10.	Dalam sebulan saya sering mengkonsumsi es krim					
11.	Saya membeli lebih dari satu produk MIXUE karena ada diskon dalam jumlah pembelian tertentu					
12.	Saya membeli lebih dari satu produk MIXUE karena terdapat beberapa varian produk yang menarik untuk dicoba					
13.	Pembayaran MIXUE dapat dilakukan melalui e-wallet (ovo , gopay , shoppepay , dan lain -lain)					
14.	Pembayaran minuman MIXUE dapat dilakukan secara cash					
15.	Saya memilih produk MIXUE karena memiliki rasa yang sesuai dengan harapan					

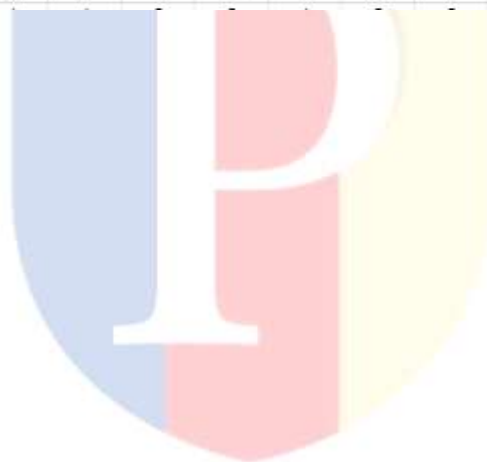
Lampiran 2

Sampel Hasil Tabulasi

Nama	SOCIAL MEDIA MARKETING															SMM
	X1_Q1	X1_Q2	X1_Q3	X1_Q4	X1_Q5	X1_Q6	X1_Q7	X1_Q8	X1_Q9	X1_Q10	X1_Q11	X1_Q12	X1_Q13	X1_Q14	X1_Q15	
Res1	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res2	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	69
Res5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	51
Res6	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	50
Res7	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	69
Res8	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	67
Res9	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	69
Res10	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res11	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res12	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res13	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	69
Res14	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	69
Res15	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	67
Res16	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	69
Res17	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res18	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res19	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
Res20	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	69

Nama	BRAND IMAGE										BI
	X2_Q1	X2_Q2	X2_Q3	X2_Q4	X2_Q5	X2_Q6	X2_Q7	X2_Q8	X2_Q9		
Res1	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	
Res2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	
Res3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	41	
Res4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	
Res5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	30	
Res6	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31	
Res7	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42	
Res8	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42	
Res9	4	4	5	5	5	5	4	5	5	42	
Res10	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	
Res11	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	
Res12	4	4	5	5	5	4	5	5	4	41	
Res13	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	
Res14	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42	
Res15	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42	
Res16	4	4	5	5	5	5	4	5	5	42	
Res17	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	
Res18	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	
Res19	4	4	5	5	5	4	5	5	4	41	
Res20	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	

Nama	Keputusan Pembelian															KP
	Y. Q1	Y. Q2	Y. Q3	Y. Q4	Y. Q5	Y. Q6	Y. Q7	Y. Q8	Y. Q9	Y. Q10	Y. Q11	Y. Q12	Y. Q13	Y. Q14	Y. Q15	
Res1	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	69
Res2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	69
Res3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	68
Res4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	67
Res5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	50
Res6	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	50
Res7	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	68
Res8	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	65
Res9	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	68
Res10	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	69
Res11	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	69
Res12	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	68
Res13	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	67
Res14	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	68
Res15	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	65
Res16	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	68
Res17	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	69
Res18	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	69
Res19	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	68
Res20	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	67



Lampiran 3 Hasil uji SPSS

Uji Hipotesa

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BI, SMM ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KP

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.914	.914	1.38876

a. Predictors: (Constant), BI, SMM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7828.173	2	3914.087	2029.441	.000 ^b
	Residual	734.817	381	1.929		
	Total	8562.990	383			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), BI, SMM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	10.840	.994		10.903	.000
	SMM	.936	.034	1.061	27.828	.000
	BI	-.186	.061	-.116	-3.035	.003

a. Dependent Variable: KP

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40177392
Most Extreme Differences	Absolute	.274
	Positive	.172
	Negative	-.274
Test Statistic		.274
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
b. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.840	.994		10.903	.000		
	SMM	.936	.034	1.061	27.828	.000	.155	6.460
	BI	-.186	.061	-.116	-3.035	.003	.155	6.460

a. Dependent Variable: KP

Uji Heterokedasitas

Correlations					
			SMM	BI	Unstandardize d Residual
Spearman's rho	SMM	Correlation Coefficient	1.000	.343**	-.177**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.136
		N	384	384	384
	BI	Correlation Coefficient	.343**	1.000	-.238**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.192
		N	384	384	384
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.177**	-.238**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.136	.192	.
		N	384	384	384

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).