

## LAMPIRAN



Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### A. KUESIONER PENELITIAN

#### Salam Sejahtera,

Saya Elzha Christy Xzyfanequo, mahasiswi dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie jurusan Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi *Marketing Communication*. Saat ini kami sedang mengadakan penelitian yang bertema “Pengaruh Internet Marketing Terhadap Sikap dan Pengetahuan Konsumen Minuman *Bubble Tea*” dibawah bimbingan Bpk Dr. Imam Nuraryo, M.A. (Comms)

Terkait dengan hal diatas, saya meminta ketersediaan anda untuk membantu mengisi kuesioner penelitian saya. Kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini sangat besar artinya untuk keberhasilan dari penelitian ini. Untuk ketersediaan waktu dan informasi yang diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

#### Petunjuk pengisian :

Berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan jawaban yang anda rasa sesuai. Apabila anda memilih jawaban yang memiliki garis bawah (\_\_\_\_\_), dimohon untuk tidak mengosongi kolom jawaban (\_\_\_\_\_) yang tersedia tersebut. Terima kasih.

#### Profil Responden :

- Jenis kelamin :
  - Pria
  - Wanita
- Usia anda saat ini :
  - 15-20 tahun
  - 21-30 tahun
  - 31-40 tahun
  - Di atas 40 tahun
- Total kisaran penghasilan/uang saku per bulan :
  - <Rp 500.000
  - Rp 500.000 - Rp 1.000.000
  - Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000
  - Rp. 1.500.000 - Rp 2.000.000
  - > Rp 2.000.000
- Total kisaran pengeluaran per bulan
  - <Rp 500.000
  - Rp 500.000 - Rp 1.000.000
  - Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000
  - Rp. 1.500.000 - Rp 2.000.000
  - > Rp 2.000.000
- Tempat tinggal anda sekarang ini :
  - Kelapa Gading
  - Sunter
  - Kemayoran
  - Pluit
  - PIK





f. lainnya.....

5. Apakah anda memiliki sosial media?

- a. Punya
- b. Tidak Punya

6. Apakah anda pernah minum minuman *bubble tea* (minuman teh mutiara/Boba) dari berbagai macam merek apapun?

- a. Ya
- b. Tidak

\* Jika jawaban tidak, cukup sampai disini, terima kasih

7. Dari sekian banyak minuman *bubble tea* (minuman teh mutiara), manakah yang anda paling kenal?

- a. *Chatime*
- b. *KOI*
- c. *Tiger Sugar*
- d. *Onezo*
- e. *Kokumi*
- f. *Ban-Ban*
- g. *Xing Fu Tang*
- h. *Hop-Hop*
- i. Minuman boba lokal (seperti Menantea dan Xiboba)
- j. lain-lain .....

8. Dari sekian banyak minuman *bubble tea* (minuman teh mutiara), manakah yang anda paling sering anda konsumsi?

- a. *Chatime*
- b. *KOI*
- c. *Tiger Sugar*
- d. *Onezo*
- e. *Kokumi*
- f. *Ban-Ban*
- g. *Xing Fu Tang*
- h. *Hop-Hop*
- i. Minuman boba lokal (seperti Menantea dan Xiboba)
- j. lain-lain .....

Pilihan jawaban yang sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia, dan terdapat 5 jawaban, yaitu :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- R = Ragu-Ragu
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menghantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**A. Variabel X1 : Internet Marketing**

| NO                          | PERNYATAAN  | STS | TS | R | S | SS |
|-----------------------------|---|-----|----|---|---|----|
| <b>Dimensi : Produk</b>     |   |     |    |   |   |    |
| 1                           | <i>Design</i> kemasan produk yang diunggah di media sosial untuk beberapa merek <i>bubble tea</i> menarik perhatian                           |     |    |   |   |    |
| 2                           | Menu-menu yang di informasikan di media sosial <i>bubble tea</i> sangat kreatif dan menarik perhatian konsumen                                |     |    |   |   |    |
| 3                           | Foto-foto yang diunggah di media sosial <i>bubble tea</i> sangat menggugah selera   |     |    |   |   |    |
| <b>Dimensi : Harga</b>      |   |     |    |   |   |    |
| 1                           | Promo yang diberikan oleh minuman <i>bubble tea</i> di media sosial membuat saya ingin membeli minuman <i>bubble tea</i>                      |     |    |   |   |    |
| 2                           | Harga yang ditawarkan <i>bubble tea</i> di media sosial sangat terjangkau   |     |    |   |   |    |
| 3                           | Ada varian harga membuat saya tertarik membeli minuman <i>bubble tea</i>  |     |    |   |   |    |
| <b>Dimensi : Komunikasi</b> |   |     |    |   |   |    |
| 1                           | Informasi mengenai minuman <i>bubble tea</i> dari iklan di media sosial tersampaikan dengan jelas kepada konsumen                             |     |    |   |   |    |
| 2                           | Media sosial <i>bubble tea</i> selalu memberitahu informasi terbaru kepada konsumennya  |     |    |   |   |    |
| 3                           | Komentar atau <i>review</i> dari beberapa konsumen yang ada di media sosial membuat saya tertarik membeli minuman <i>bubble tea</i>           |     |    |   |   |    |
| 4                           | <i>Copywriting</i> atau <i>caption</i> dalam media sosial minuman <i>bubble tea</i> sangat kreatif dan menarik                                |     |    |   |   |    |
| <b>Dimensi : Komunitas</b>  |   |     |    |   |   |    |
| 1                           | <i>Followers</i> minuman <i>bubble tea</i> selalu mengikuti aktivitas yang diadakan oleh media sosial <i>bubble tea</i>                       |     |    |   |   |    |
| 2                           | <i>Followers</i> media sosial <i>bubble tea</i> saling mengenal satu sama lain  |     |    |   |   |    |
| 3                           | <i>Followers</i> media sosial <i>bubble tea</i> adalah konsumen yang sangat aktif mengikuti informasi terkini dari <i>bubble tea</i> tersebut |     |    |   |   |    |
| <b>Dimensi : Distribusi</b> |   |     |    |   |   |    |
| 1                           | Kemudahan melakukan pembelian secara <i>online</i> minuman <i>bubble tea</i>  |     |    |   |   |    |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
|    | membuat saya tertarik membeli minuman <i>bubble tea</i>  |  |  |  |  |  |
| 2. | Admin minuman <i>bubble tea</i> yang informatif memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian online |  |  |  |  |  |

**B. Variabel Z1 : Sikap dan Pengetahuan**

| NO                           | PERNYATAAN  | STS | TS | R | S | SS |
|------------------------------|---|-----|----|---|---|----|
| <b>Dimensi : Sikap</b>       |   |     |    |   |   |    |
| 1.                           | Saya mengetahui produk minuman <i>bubble tea</i> banyak dipasarkan di media sosial  |     |    |   |   |    |
| 2.                           | Saya mengetahui asal usul minuman <i>bubble tea</i> karena di informasikan secara jelas melalui media sosial                    |     |    |   |   |    |
| 3.                           | Saya mengetahui varian minuman <i>bubble tea</i> di informasikan secara jelas melalui media sosial                              |     |    |   |   |    |
| 4.                           | Saya mengetahui cara melakukan pembelian minuman <i>bubble tea</i> dari informasi yang tertera pada media sosial                |     |    |   |   |    |
| <b>Dimensi : Pengetahuan</b> |   |     |    |   |   |    |
| 1.                           | Saya merasa dengan meminum minuman <i>bubble tea</i> dapat meningkatkan <i>mood</i> seseorang                                   |     |    |   |   |    |
| 2.                           | Saya merasa harga yang ditawarkan minuman <i>bubble tea</i> relatif mahal   |     |    |   |   |    |
| 3.                           | Saya puas dengan konten-konten yang diberikan dalam media sosial <i>bubble tea</i>  |     |    |   |   |    |
| 4.                           | Saya merasa varian minuman <i>bubble tea</i> sangat beragam sehingga tidak membuat saya bosan membeli minuman <i>bubble tea</i> |     |    |   |   |    |

Terima Kasih

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Validitas dan Reliabilitas Konstruk

### Validitas dan Reliabilitas Konstruk

| Matriks                | Cronbach's Alpha | rho_A | Reliabilitas Komposit | Rata-rata Varians Diekstrak (AVE) |
|------------------------|------------------|-------|-----------------------|-----------------------------------|
| Internet Marketing     | 0.838            | 0.849 | 0.886                 | 0.611                             |
| Z1.Sikap & Pengetahuan | 0.791            | 0.792 | 0.905                 | 0.827                             |

### C. Outer Loading

#### Outer Loading

| Matriks | X.Internet Mar... | Y.Word of Mo... | Z1.Sikap Peng... | Z2.Kesadaran ... |
|---------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|
| X.1     | 0.727             |                 |                  |                  |
| X.2     | 0.767             |                 |                  |                  |
| X.3     | 0.908             |                 |                  |                  |
| X.4     | 0.768             |                 |                  |                  |
| X.5     | 0.725             |                 |                  |                  |
| Z1.1    |                   |                 | 0.905            |                  |
| Z1.2    |                   |                 | 0.914            |                  |
| Z2.1    |                   |                 |                  | 0.695            |
| Z2.2    |                   |                 |                  | 0.817            |
| Z2.3    |                   |                 |                  | 0.783            |
| Z2.4    |                   |                 |                  | 0.775            |

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Ditinjau dari segi isi, format, dan penyajian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# SURAT PERNYATAAN

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**nama yang bertandatangan di bawah ini :**

Elzha Christy Suryanegara

Ilmu Komunikasi

60190121

Jl. Lembah Mjuri Blok K9 no 17 Pondok Kelapa, Jakarta Timur

Kode pos : 13410

081319053571

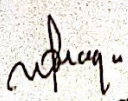
**Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa :**

1. Keabsahan data dan hal-hal lain yang berkenaan dengan keaslian dalam penyusunan karya akhir ini merupakan tanggung jawab pribadi.
2. Apabila dikemudian hari timbul masalah dengan keabsahan data dan keaslian/originalitas karya akhir adalah di luar tanggung jawab Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan saya bersedia menanggung segala resiko sanksi yang dikeluarkan Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan gugatan yang oleh pihak lain yang merasa dirugikan.

Demikian agar yang berkepentingan maklum

Jakarta, 15 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan

  
Elzha Christy Suryanegara

(Nama Lengkap)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.