

LAMPIRAN

Lampiran 1 – Daftar Pertanyaan

PENGARUH *BRAND* AMBASSADOR STRAY KIDS TERHADAP MINAT BELI SUSU ULTRA MILK (STUDI KASUS PADA *AUTOBASE STAY* DI X)

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Rania Febi Noumy mahasiswa Kelas Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir, bersama ini peneliti menyampaikan kuesioner penelitian mengenai "Pengaruh Brand Ambassador Stray Kids Terhadap Minat Beli Susu Ultra Milk (Studi Kasus Pada Autobase Stay di X)". Adapun hasil dari kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir pada program sarjana Universitas Bakrie.

Peneliti berharap atas kesediaan waktu saudara/i untuk menjadi responden dan menjawab kuesioner ini. Mohon untuk mengisi kuesioner dengan ketelitian karena jawaban yang teman-teman berikan sangatlah penting untuk kelancaran penelitian ini. Peneliti mengucapkan terima kasih banyak atas kesediaan saudara/i telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini.

...

Usia *

- ☐ <18 Tahun
- ☐ 18 - 23 Tahun
- ☐ 24 – 29 Tahun
- ☐ 30 – 35 Tahun
- ☐ >35 Tahun



Jenis Kelamin *

- ☐ Laki – laki
- ☐ Perempuan

Pendidikan Terakhir *

- ☐ SMP
- ☐ SMA/Sederajat
- ☐ Perguruan Tinggi
- ☐ Lainnya

Pekerjaan *

- ☐ Pelajar
- ☐ Mahasiswa/i
- ☐ Karyawan
- ☐ Wiraswasta
- ☐ Other...

Pendapatan Responden Perbulan *

- ☐ < Rp 1.000.000

- ☐ Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
- ☐ Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
- ☐ Rp 5.000.000 - Rp 6.000.000
- ☐ > Rp 6.000.000

Berapa kira-kira total pengeluaran Anda dalam setahun untuk segala hal yang berkaitan dengan Stray Kids? *

- ☐ < Rp 1.000.000
- ☐ Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
- ☐ Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
- ☐ Rp 5.000.000 - Rp 6.000.000
- ☐ > Rp 6.000.000

⋮

Berapa lama Anda sudah menjadi penggemar Stray Kids? *

- ☐ < 1 Tahun
- ☐ 1 Tahun – 2 Tahun
- ☐ 3 Tahun – 4 Tahun
- ☐ > 5 Tahun

Apakah Anda mengetahui kolaborasi antara brand Ultra Milk dengan Stray Kids? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Section 2 of 4

A. Brand Ambassador



Pilih Jawaban yang paling sesuai dengan Anda. Urutan pilihan jawaban dari paling kiri adalah Sangat Tidak Setuju (STS) sampai paling kanan Sangat Setuju (SS). Berikut merupakan penjelasannya.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

KS = Kurang Setuju (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat Setuju (5)

*

Stray Kids memiliki popularitas yang tinggi.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

⋮

Stray Kids memiliki banyak penggemar. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

*

Stray Kids sering tampil di stasiun TV maupun media sosial.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

*

Dalam setiap penampilan Stray Kids selalu tampil memukau.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

*

Stray Kids mempunyai pengetahuan yang baik mengenai susu Ultra Milk.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

*

Stray Kids dapat membuat saya paham terhadap pesan yang ingin disampaikan susu Ultra Milk.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Stray Kids dapat dipercaya untuk menjadi brand ambassador Susu Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Masing-masing member Stray Kids dapat dipercaya dalam representasi mereka terhadap varian susu Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Stray Kids memiliki visual yang tampan dan menarik. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Visual yang dimiliki masing-masing member Stray Kids membuat saya memilih susu Ultra Milk berdasarkan pilihan rasa yang disukai oleh bias saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya tertarik terhadap visual yang terdapat dalam *photocard* Ultra Milk x Stray Kids. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Stray Kids mempunyai pribadi yang baik dan menyenangkan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Stray Kids memiliki kepribadian yang dapat mencerminkan jiwa anak muda. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Stray Kids memiliki selera varian susu yang sama dengan saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Stray Kids sebagai *brand ambassador* dapat mempersuasi saya untuk membeli Susu Ultra Milk.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Photocard Ultra Milk x Stray Kids dapat mempersuasi saya untuk membeli Susu Ultra Milk.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Stray Kids sebagai *brand ambassador* dapat membuat saya mempertimbangkan untuk membeli Susu Ultra Milk.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

...

Photocard Ultra Milk x Stray Kids dapat membuat saya mempertimbangkan untuk membeli Susu Ultra Milk.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Section 3 of 4

B. Minat Beli

Pilih Jawaban yang paling sesuai dengan Anda. Urutan pilihan jawaban dari paling kiri adalah Sangat Tidak Setuju (STS) sampai paling kanan Sangat Setuju (SS). Berikut merupakan penjelasannya.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

KS = Kurang Setuju (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat Setuju (5)

Saya memiliki keinginan untuk membeli produk Ultra Milk karena ingin mencoba pilihan rasa yang disukai oleh bias saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju



Stray Kids membuat saya menjadi tertarik untuk mencoba varian susu Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya memiliki keinginan untuk memiliki produk Ultra Milk karena mendapatkan koleksi *photocard* Ultra Milk x Stray Kids.

*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya melakukan pertimbangan dalam membeli produk Ultra Milk berdasarkan pilihan rasa yang disukai oleh bias saya.

*

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	

Saya melakukan pertimbangan terhadap susu Ultra Milk karena Stray Kids menjadi *brand ambassador*.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya melakukan pertimbangan terhadap susu Ultra Milk karena untuk mendapatkan *photocard* edisi Stray Kids x Ultra Milk.

*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya merekomendasikan produk varian rasa susu Ultra Milk kepada orang lain. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

...

Saya merekomendasikan produk susu Ultra Milk kepada orang lain karena Stray Kids menjadi *brand ambassador*. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya merekomendasikan produk susu Ultra Milk kepada orang lain karena mendapatkan *photocard* Ultra Milk x Stray Kids. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

...

Saya memberikan komentar yang positif kepada orang lain mengenai produk varian rasa susu Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya memberikan komentar yang positif kepada orang lain mengenai kolaborasi yang dilakukan Ultra Milk dengan *brand ambassador* Stray Kids.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

...

Saya memberikan komentar yang positif kepada orang lain mengenai *photocard* Ultra Milk x Stray Kids.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Menurut saya, produk susu Ultra Milk memiliki harga yang terjangkau.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Menurut saya, produk susu Ultra Milk sudah terpercaya dalam memiliki kualitas yang baik.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya merasa puas ketika membeli susu Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya merasa puas membeli susu Ultra Milk karena Stray Kids menjadi *brand ambassador*. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya merasa puas ketika dapat mengoleksi *photocard* edisi Ultra Milk x Stray Kids. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya mencari informasi terkait produk susu Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya mencari informasi mengenai varian dari susu Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya mencari informasi mengenai kolaborasi yang dilakukan Stray Kids dengan Ultra Milk. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya mencari informasi mengenai *photocard* Ultra Milk x Stray Kids. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Section 4 of 4

Terima Kasih



Terima kasih sudah mengisi kuesioner di atas. Partisipasi anda sangat berarti dalam penelitian saya yang berjudul Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Susu Ultra Milk (STUDI KASUS PADA AUTOBASE STAY DI X). Data yang diberikan akan diperlakukan secara rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini. Jika memiliki pertanyaan lebih lanjut, jangan ragu untuk menghubungi peneliti.

Lampiran 2 – Validitas dan Reliabilitas (30 Responden)

Validitas *Brand Ambassador*

		Correlations																		
		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	TOTAL_BA
B1	Pearson Correlation	1	.315	.458 ^{**}	.371 [†]	.459 ^{**}	.362 [†]	.522 ^{**}	.703 ^{**}	.475 ^{**}	.447 [†]	.391 [†]	.551 ^{**}	.505 ^{**}	.367 [†]	.641 ^{**}	.482 ^{**}	.201	.280	.889 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.090	.011	.043	.011	.049	.003	.000	.008	.013	.033	.002	.004	.046	.000	.007	.287	.135	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B2	Pearson Correlation	.315	1	.648 ^{**}	.312	.385 ^{**}	.384 [†]	.334	.590 ^{**}	.399 [†]	.547 ^{**}	.328	.154	.071	.168	.539 ^{**}	.511 [†]	.697 ^{**}	.470 [†]	.664 [†]
	Sig. (2-tailed)	.090		.000	.093	.035	.036	.071	.001	.029	.002	.077	.415	.710	.374	.002	.004	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B3	Pearson Correlation	.458 ^{**}	.648 ^{**}	1	.557 ^{**}	.633 ^{**}	.495 ^{**}	.597 ^{**}	.552 ^{**}	.490 ^{**}	.501 [†]	.545 ^{**}	.460 [†]	.337	.509 ^{**}	.513 [†]	.406 [†]	.490 ^{**}	.280	.800 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.001	.000	.005	.000	.002	.006	.005	.002	.011	.069	.004	.004	.026	.006	.135	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B4	Pearson Correlation	.371 [†]	.312	.557 ^{**}	1	.211	.205	.425 ^{**}	.298	.286	.116	.266	.341	.422 [†]	.385 [†]	.476 ^{**}	.179	.448 [†]	.208	.479 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.043	.093	.001		.263	.277	.019	.109	.125	.542	.155	.065	.020	.036	.008	.344	.013	.271	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B5	Pearson Correlation	.459 ^{**}	.385 ^{**}	.633 ^{**}	.211	1	.592 ^{**}	.661 ^{**}	.649 ^{**}	.270	.713 [†]	.719 ^{**}	.321	.287	.581 ^{**}	.381 [†]	.301	.224	.195	.791 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.011	.035	.000	.263		.001	.000	.000	.150	.000	.000	.084	.124	.001	.038	.106	.234	.301	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B6	Pearson Correlation	.362 [†]	.384 [†]	.495 ^{**}	.205	.592 ^{**}	1	.656 ^{**}	.474 ^{**}	.262	.303	.315	.658 ^{**}	.472 ^{**}	.346	.508 ^{**}	.500 ^{**}	.207	.298	.679 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.049	.036	.005	.277	.001		.000	.008	.162	.104	.090	.000	.009	.061	.004	.005	.273	.110	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B7	Pearson Correlation	.522 ^{**}	.334	.597 ^{**}	.425 ^{**}	.661 ^{**}	.656 ^{**}	1	.520 [†]	.278	.515 [†]	.415 [†]	.622 ^{**}	.578 ^{**}	.595 ^{**}	.561 [†]	.520 [†]	.255	.278	.788 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.071	.000	.019	.000	.000		.003	.138	.004	.023	.000	.001	.001	.001	.003	.174	.137	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B8	Pearson Correlation	.703 ^{**}	.590 ^{**}	.552 ^{**}	.298	.649 ^{**}	.474 ^{**}	.520 [†]	1	.381 [†]	.631 [†]	.640 ^{**}	.236	.203	.537 ^{**}	.577 ^{**}	.407 [†]	.363 [†]	.427 [†]	.811 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.109	.000	.008	.003		.038	.000	.000	.209	.282	.002	.001	.026	.048	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B9	Pearson Correlation	.475 ^{**}	.399 [†]	.490 ^{**}	.286	.270	.262	.278	.381 [†]	1	.293	.166	.436 [†]	.090	.313	.335	.229	.304	.265	.503 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.008	.029	.006	.125	.150	.162	.138	.038		.116	.380	.016	.636	.092	.070	.224	.102	.156	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B10	Pearson Correlation	.447 [†]	.547 ^{**}	.501 ^{**}	.116	.713 [†]	.303	.515 [†]	.631 ^{**}	.293	1	.695 ^{**}	.050	.021	.529 ^{**}	.320	.183	.253	.167	.707 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.005	.542	.000	.104	.004	.000	.116		.000	.794	.914	.003	.085	.334	.177	.379	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B11	Pearson Correlation	.391 [†]	.328	.545 ^{**}	.266	.719 ^{**}	.315	.415 [†]	.640 ^{**}	.166	.695 ^{**}	1	.024	.033	.655 ^{**}	.384 [†]	.056	.177	.146	.679 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.033	.077	.002	.155	.000	.090	.023	.000	.380	.000		.900	.863	.000	.036	.768	.350	.443	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B12	Pearson Correlation	.551 ^{**}	.154	.460 [†]	.341	.321	.658 ^{**}	.622 ^{**}	.236	.436 [†]	.050	.024	1	.836 ^{**}	.098	.377 [†]	.466 ^{**}	.111	.041	.490 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.415	.011	.065	.084	.000	.000	.209	.016	.794	.900		.000	.605	.040	.009	.560	.829	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B13	Pearson Correlation	.505 ^{**}	.071	.337	.422 [†]	.287	.472 ^{**}	.578 ^{**}	.203	.090	.021	.033	.836 ^{**}	1	.017	.389 [†]	.500 ^{**}	.102	.000	.405 [†]
	Sig. (2-tailed)	.004	.710	.069	.020	.124	.009	.001	.282	.636	.914	.863	.000		.929	.034	.005	.593	1.000	.027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B14	Pearson Correlation	.367 [†]	.168	.509 ^{**}	.385 ^{**}	.581 ^{**}	.346	.595 ^{**}	.537 ^{**}	.313	.529 ^{**}	.655 ^{**}	.098	.017	1	.394 [†]	.139	.141	.205	.659 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.046	.374	.004	.036	.001	.061	.001	.002	.092	.003	.000	.605	.929	.000		.031	.464	.457	.276
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B15	Pearson Correlation	.641 ^{**}	.539 ^{**}	.513 ^{**}	.476 ^{**}	.381 [†]	.508 ^{**}	.561 ^{**}	.577 ^{**}	.335	.320	.384 [†]	.377 [†]	.389 [†]	.394 [†]	1	.806 ^{**}	.619 ^{**}	.746 ^{**}	.772 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.004	.008	.038	.004	.001	.001	.070	.085	.036	.040	.034	.031		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B16	Pearson Correlation	.482 ^{**}	.511 ^{**}	.406 [†]	.179	.301	.500 ^{**}	.520 ^{**}	.407 [†]	.229	.183	.056	.466 ^{**}	.500 ^{**}	.139	.806 ^{**}	1	.657 ^{**}	.709 ^{**}	.627 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.007	.004	.026	.344	.106	.005	.003	.026	.224	.334	.768	.009	.005	.464	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B17	Pearson Correlation	.201	.697 ^{**}	.490 ^{**}	.448 [†]	.224	.207	.255	.363 [†]	.304	.253	.177	.111	.102	.141	.619 ^{**}	.657 ^{**}	1	.758 ^{**}	.555 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.287	.000	.006	.013	.234	.273	.174	.048	.102	.177	.250	.560	.593	.457	.000	.000		.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B18	Pearson Correlation	.280	.470 ^{**}	.280	.208	.195	.298	.278	.427 ^{**}	.265	.167	.146	.041	.000	.205	.746 ^{**}	.709 ^{**}	.758 ^{**}	1	.527 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.135	.009	.135	.271	.301	.110	.137	.019	.156	.379	.443	.829	1.000	.276	.000	.000	.000		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_BA	Pearson Correlation	.689 ^{**}	.664 ^{**}	.800 ^{**}	.479 ^{**}	.791 ^{**}	.679 ^{**}	.788 ^{**}	.811 ^{**}	.503 ^{**}	.707 ^{**}	.679 ^{**}	.490 ^{**}	.405 [†]	.659 ^{**}	.772 ^{**}	.627 ^{**}	.555 ^{**}	.527 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.006	.027	.000	.000	.000	.001	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Validitas Minat Beli

[illegible]

Reliabilitas *Brand Ambassador*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	18

Reabilitas Minat Beli

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	18