

## LAMPIRAN 1. Outline Kuisisioner

### **KUISISIONER PENGARUH DAYA TARIK DAN *BRAND IMAGE* STRAY KIDS SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE E-COMMERCE***

Halo, perkenalkan nama saya Indri Rahmadania mahasiswa semester 8 dari Universitas Esa Unggul yang sedang menyusun penelitian akhir (skripsi) berjudul “Pengaruh Daya Tarik dan Brand Image Stray Kids Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Nacific di Shopee (Survei Pada Followers Nacific di Shopee @nacificcosmeticsofficial)”.

Penelitian ini berisi pertanyaan dengan jumlah 34 pertanyaan yang akan diisi oleh responden dengan satu jawaban untuk satu pertanyaan sesuai dengan keterangan ini.

Skala Likert

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

Mohon bantuan dari teman-teman semua untuk mengisi kuisisioner di bawah ini. Terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini

Peneliti,

Indri Rahmadania

Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Public Relations

Universitas Esa Unggul

#### **1. Data Responden**

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Pria/Wanita
3. Domisili:
  - Jakarta Pusat
  - Jakarta Barat
  - Jakarta Timur
  - Jakarta Selatan
  - Jakarta Utara
4. Usia
  - 17 – 20 tahun
  - 21 – 25 tahun
  - >25 tahun
5. Apakah anda pengguna Skincare Nacific?

6. Apakah anda menggunakan Shopee?
7. Apakah anda mengetahui Stray Kids?

## 2. Pertanyaan

Penelitian ini berisi pertanyaan dengan jumlah 36 pertanyaan yang akan diisi oleh responden dengan satu jawaban untuk satu pertanyaan sesuai dengan keterangan ini.

Skala Likert

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

### *Brand Ambassador*

No	Indikator	Frekuensi Skor Jawaban			
	Transparan	STS	TS	S	SS
1	<i>Stray Kids</i> berbagi informasi terkait produk-produk <i>Nacific</i> .				
2	<i>Stray Kids</i> tidak berlebihan dalam menyampaikan informasi terkait produk-produk <i>Nacific</i> .				
3	<i>Stray Kids</i> dapat menyampaikan informasi terkait produk-produk <i>Nacific</i> dengan baik dan kreatif.				
	Kesesuaian				
4	<i>Stray Kids</i> merupakan <i>boy grup</i> yang terkenal di kalangan anak muda pecinta Korea (Korean Wave) yang sangat terpengaruh dengan budaya Korea seperti <i>K-Beauty</i> sehingga cocok menjadi <i>brand ambassador Nacific</i> .				
	Kredibilitas				
5	<i>Stray Kids</i> dapat dipercaya sebagai <i>brand ambassador Nacific</i> .				
6	<i>Stray Kids</i> memiliki prestasi di Industri <i>Music K-Pop</i> sehingga membuat masyarakat yang menyukai Korea lebih mengenalnya, contohnya Penghargaan Musik Seoul Piala Bonsang 2021.				
	Daya Tarik				
7	<i>Stray Kids</i> memiliki daya tarik dengan delapan personel yang memiliki berbagai kemampuan berbeda-beda dalam bermusik.				
8	<i>Stray Kids</i> memproduksi musik mereka sendiri dengan tiga personel yang terbentuk menjadi tim produser.				
	Power				

9	<i>Stray Kids</i> selalu tampil memukau pada setiap penampilannya ( <i>come back</i> , <i>special stage</i> dan lain-lain).				
10	Saya tertarik dengan hal-hal yang dipromosikan oleh <i>Stray Kids</i> .				

### **Brand Image**

No	Indikator	Frekuensi Skor Jawaban			
	Kekuatan ( <i>Strengthness</i> )	STS	TS	S	SS
1	<i>Nacif</i> adalah <i>brand</i> perawatan kulit yang sedang <i>hypening</i> dan banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia.				
2	<i>Nacif</i> memiliki banyak varian dalam rangkaian perawatan kulit yang mampu menyesuaikan dengan jenis kulit masyarakat Indonesia.				
3	<i>Nacif</i> memiliki harga yang sebanding dengan kualitas yang dimiliki sehingga dapat digunakan oleh semua kalangan.				
	Keunikan ( <i>Uniqueness</i> )				
4	<i>Nacif</i> memiliki tekstur yang unik dimana ada dua lapisan yang berbeda antara minyak ( <i>oil</i> ) dan air ( <i>water</i> ) dalam satu kemasan ( <i>Fresh Herb</i> ).				
5	<i>Nacif</i> memiliki produk perawatan kulit dengan teknologi yang unik yaitu <i>micro bubble</i> ( <i>Nacif Glow Intensive Bubble Essence</i> ).				
6	<i>Nacif</i> memiliki aroma yang segar dan tidak menyengat.				
	Keunggulan ( <i>Favorable</i> )				
7	<i>Nacif</i> memiliki <i>packaging</i> yang terbuat dari <i>demi-plastic</i> dimana terbuat dari plastik yang kuat hampir seperti kaca sehingga tidak membuatnya mudah pecah. Dilengkapi dengan pipet kaca yang bisa menjangkau sampai lantai botol.				
8	<i>Nacif</i> memiliki isi yang cukup banyak mulai dari 50 ml hingga 150 ml.				
9	<i>Nacif</i> menyediakan <i>skincare</i> dalam ukuran mini atau <i>travel size</i> guna mempermudah konsumen yang ingin menguji kemampuan produk tanpa mengurangi sedikitpun kandungan didalamnya dengan harga yang lebih terjangkau.				

**Keputusan Pembelian**

No	Indikator	Frekuensi Skor Jawaban			
	Tentang Produk	STS	TS	S	SS
1	Saya membeli produk <i>Nacific</i> karena menggunakan bahan yang alami dan tidak berbahaya.				
2	Saya membeli produk <i>Nacific</i> karena harga yang sesuai dengan kualitasnya.				
	Tentang Merek				
3	Saya membeli produk <i>Nacific</i> karena memiliki kandungan yang sesuai dengan kebutuhan kulit saya.				
	Tentang Waktu Pembelian				
4	Saya membeli produk <i>Nacific</i> pada saat <i>Stray Kids</i> menjadi <i>brand ambassador Nacific</i> yang baru.				
	Tentang Jumlah Pembelian				
5	Saya selalu membeli produk <i>Nacific</i> dengan pada setiap bulannya.				
	Tentang Metode Pembayaran.				
6	Saya membeli produk <i>Nacific</i> melalui aplikasi <i>Shopee</i> .				
7	Saya membeli produk <i>Nacific</i> dengan menggunakan metode pembayaran <i>Shopee Pay</i> .				
8	Saya membeli produk <i>Nacific</i> dengan menggunakan metode pembayaran <i>Cash On Delivery (COD)</i> melalui <i>Shopee</i> .				

**LAMPIRAN 2. Kartu Absensi**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Program Studi Ilmu Komunikasi

Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510

021 - 567 4223 (hunting). Hotline Services : 021 - 7064 6060 / 021 - 7024 7272

**KARTU ABSENSI BIMBINGAN**

**KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR**

**NAMA** : Indri Rahmadania  
**NIM/PEMINATAN** : 20180502199 / Hubungan Masyarakat  
**NO. TELP/EMAIL** : 08111719599 / rindri913@gmail.com  
**JUDUL** : Pengaruh Daya Tarik dan Brand Image Stray Kids Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Nacific Di Shopee (Survei Pada Followers Nacific di Shopee @nacificcosmeticofficial)  
**DOSEN PEMBIMBING** : Drs. Dani Vardiansyah Noor, M.Si

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	10/4/2022	IV	Konsultasi dan pengajuan	
2	15/4/2022	IV	Konsultasi hasil uji validitas dan reliabilitas	
3	20/4/2022	IV	Konsultasi hasil uji pada bab IV	
4	22/4/2022	IV	Revisi Bab IV	
5	7/5/2022	IV	Acc Bab IV	
6	10/5/2022	V-VI	Konsultasi dan pengajuan Bab V dan VI	
7	13/5/2022	V-VI	Revisi Bab V dan VI	
8	13/6/2022	V-VI	Acc Bab V dan VI	
9	2/7/2022	I-VI	Acc bab I-VI	
10	21/7/2022	I-VI	Membuat outline presentasi dan jurnal	

*Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan/pembimbingan*

Mahasiswa

(Indri Rahmadania)  
 (Mahasiswa)

Mengetahui,

(Ka. Peminatan)