

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Miftah Tarina
Tempat/Tanggal Lahir : Lhokseumawe, 6 Desember 1999
Status Keluarga : Anak Ke-Empat
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Bontang No.16 Komplek PT.
PAG, Aceh.
Nama Ayah : Tarmizi
Nama Ibu : Nabawiyah
Riwayat Pendidikan :

1. 2006-2012: SD Negeri Arun
2. 2012-2015: SMP Negeri Arun
3. 2015-2018: SMA Negeri Modal Bangsa Arun
4. 2018-Sekarang: Universitas Esa Unggul

Riwayat Pekerjaan :

1. Magang di Marcommads sebagai Copywriter (2020)
2. Magang di MNC Portal Buddyku Sebagai Content Creator (2022)

Riwayat Organisasi :

1. Sekretaris BEM FIKOM UEU (2019/2020)
2. Social Development BEM FIKOM UEU (2020/2021)



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 : Miftah Tarina
 NIM/PEMINATAN : 20180501038 / Marketing Communication
 NO. TELP/EMAIL : 0822 1666 4301 / miftahtarina@gmail.com
 JUDUL : Pengaruh Personal Branding Tasya Farasya di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother Of Pearl
 DOSEN PEMBIMBING : Safiani A. Faaroek, SE, M. Kom

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	18/06/2022	4	Perbaiki Item kuesioner	
2	25/06/2022	4	Acc kuesioner	
3	23/07/2022	4	4 ^{Revisi} Pengiriman BAB 4	
4	29/07/2022	4-5	Revisi analisa mean secara keseluruhan, tabel data deskriptif, Bab 5 sesuai dgn bab 4.	
5	5/08/2022	5	Pembahasan masih belum lengkap	
6	6/08/2022	5	Acc Bab 5	
7	7/08/2022	6	Bab 6 belum mererminkan bab 5, kesimpulan dan saran belum sesuai	
8	8/08/2022	6	Acc Skripsi	
9	8/08/2022	-	Revisi Jurnal (sumber teori, hapus tabel validitas reliabilitas, kerangka)	
10	9/08/2022	-	Acc Jurnal	

Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan/pembimbingan

Mahasiswa

Miftah Tarina
 (Mahasiswa)

Mengetahui,

(Ka. Peminatan)

RANCANGAN KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *PERSONAL BRANDING* TASYA FARASYA DI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MOTHER OF PEARL

PENDAHULUAN

Perkenalkan saya Miftah Tarina, mahasiswi Universitas Esa Unggul, Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Marketing Communication 2018. Saat ini saya sedang mengumpulkan data untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul penelitian “Pengaruh *Personal Branding* Tasya Farasya Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother Of Pearl’.

Saya mohon kesediaan Saudara/I meluangkan waktu menjadi partisipan dengan mengisi kuesioner apabila memenuhi kriteria berikut ini:

- 1) Followers Instagram Tasya Farasya
- 2) Mengetahui produk Mother of Pearl
- 3) Perempuan berusia 18 – 34 tahun

Tidak ada jawaban benar dan salah dalam kuesioner ini. Data pribadi tidak akan dipublikasikan dan hanya digunakan untuk keperluan riset semata. Atas bantuan dan kesediaan waktunya saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Sadara/I diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang ada pada angket ini sesuai dengan keadaan pendapat dan perasaan, bukan berdasarkan pendapat umum atau pendapat orang lain.
2. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang saudara/I anggap sesuai dengan jawaban.

IDENTITAS DIRI

1. Apakah anda berjenis kelamin perempuan?
2. Nama
3. Usia
4. Domisli
 - Jabodetabek
 - Pulau Jawa (non Jabodetabek)
 - Luar Pulau Jawa

5. Pekerjaan
 - Mahasiswa
 - Wiraswasta
 - Karyawan
 - Ibu Rumah Tangga

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Personal Branding (Variabel X)

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Tasya Farasya merupakan <i>beauty influencer</i> yang memiliki follower Instagram terbanyak nomor satu di Indonesia				
2.	Salah satu personality Tasya Farasya adalah memiliki sifat jujur setiap mereview dan merekomendasikan produk				
3.	<i>Personal branding</i> Tasya Farasya di media sosial Instagram sangat menarik				
4.	Saya memperoleh banyak informasi tips dan trick <i>makeup</i> dari Instagram Tasya Farasya				
5.	Saya lebih mudah memahami penyampaian Tasya Farasya tentang suatu produk dibandingkan <i>beauty influencer</i> lainnya				
6.	Penyampaian Tasya Farasya Ketika mereview produk memudahkan saya mengambil keputusan dalam membeli				
7.	Dalam membuat konten Instagram, Tasya Farasya memiliki keunikan tersendiri				
8.	Penampilan Tasya Farasya yang diperlihatkan di Instagram sangat unik dan beda dari yang lain				
9.	Tasya Farasya ahli dalam mempadu padankan setiap produk kecantikan untuk mendapatkan hasil <i>makeup</i> yang maksimal				
10.	Tasya Farasya salah satu <i>beauty influencer</i> yang konsisten dalam bidang kecantikan				

Keputusan Pembelian (Variabel Y)

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Saya mengetahui produk kecantikan Mother of Pearl dari review Tasya Farasya di Instagram				
2.	Konten produk Mother Of Pearl di Instagram Tasya Farasya sangat menarik perhatian				
3.	Saya tertarik dengan produk Mother of Pearl karena rekomendasi dari orang lain				
4.	Saya memiliki minat membeli produk Mother of Pearl setelah melihat review di Instagram Tasya Farasya				
5.	Saya memiliki minat membeli produk Mother of Pearl karena melihat konsumen lain memakainya				
6.	Keinginan saya untuk membeli produk Tasya Farasya meningkat setelah melihat reviewnya				
7.	Saya berkeinginan membeli produk Mother of Pearl karena review yang diberikan sesuai dengan kenyataan				
8.	Saya memutuskan membeli produk Mother of Pearl karena <i>personal branding</i> Tasya Farasya				
9.	Saya memutuskan membeli produk Mother of Pearl setelah membandingkannya dengan produk kecantikan lain				
10.	Saya memutuskan membeli produk Mother of Pearl karena membutuhkannya				