

Jika jawaban Anda YA, maka Anda dapat melanjutkan untuk mengisi kuisisioner. Namun jika jawaban yang diberikan adalah TIDAK, maka pengisian kuisisioner tidak dapat dilanjutkan.

B. Identitas responden

Untuk kelengkapan data pada penelitian ini, dimohon untuk mengisi data dibawah ini.

1. **Nama** :
2. **No. HP** :
3. **Email** :
4. **Jenis kelamin :**
 - a. Pria
 - b. Wanita
5. **Usia** :
 - a. 17 - 21 tahun
 - b. 22 - 26 tahun
 - c. > 27 tahun
6. **Pekerjaan** :
 - a. Karyawan Swasta
 - b. Wirausaha
 - c. Pegawai BUMN
 - d. Pegawai Negeri Sipil
 - e. Pelajar / Mahasiswa
 - f. Lainnya

C. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom jawaban sesuai dengan keadaan anda yang sebenarnya!

- Skor 1 apabila Sangat Setuju (STS)
- Skor 2 apabila Setuju (TS)
- Skor 3 apabila Netral (N)
- Skor 4 apabila Setuju (SS)
- Skor 5 apabila Sangat Setuju (SS)

Pernyataan Variabel X *Brand Ambassador*

A. Soal *Visibility*

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	SS
1.	Boyband BTS merupakan idol populer yang dikenal luas oleh masyarakat					
2.	Boyband BTS mempunyai banyak <i>followers</i> di media sosial					
3.	Saya mengetahui Boyband BTS sebagai <i>brand ambassador</i> dari Gojek					
4.	Boyband BTS merupakan sosok selebriti yang sesuai untuk mewakili <i>brand</i> Gojek					
5.	Boyband BTS memiliki pengaruh positif yang menginspirasi masyarakat					

B. Soal *Credibility*

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	SS
1.	Boyband BTS mampu menyampaikan informasi mengenai layanan dan promo Gojek dengan baik					
2.	Boyband BTS mempunyai pengetahuan yang baik mengenai Gojek					
3.	Boyband BTS dapat dipercaya sebagai <i>brand ambassador</i> Gojek					
4.	Boyband BTS mampu memberikan keyakinan kepada saya bahwa Gojek					

	merupakan ojek <i>online</i> yang terbaik dan terpercaya					
5.	Boyband BTS mampu mengajak konsumen untuk menggunakan Gojek					
6.	Boyband BTS telah memiliki pengalaman dalam menjadi <i>brand ambassador</i> yang baik					

C. Soal *Attraction*

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	SS
1.	Boyband BTS memiliki penampilan fisik yang menarik					
2.	Boyband BTS memiliki kepribadian yang baik					
3.	Boyband BTS memiliki banyak prestasi					
4.	Boyband BTS memberikan penyampaian yang menarik mengenai brand Gojek sehingga mudah dipahami					
5.	Boyband BTS memiliki kesamaan dengan Gojek yaitu ingin memberikan pesan dan dampak positif ke masyarakat luas					
6.	Saya merasa memiliki kesamaan dengan Boyband BTS (seperti hobi, bakat, usia, gaya hidup, dan lainnya)					

D. Soal *Power*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Boyband BTS memiliki banyak penggemar					
2.	Boyband BTS membuat saya ingin menggunakan Gojek					
3.	Boyband BTS dapat membuat saya mengingat Gojek lewat iklan					
4.	Program undian merchandise BTS pada Gojek mampu mempengaruhi saya untuk mengikuti misi di aplikasi Gojek					

5.	Boyband BTS dapat membuat saya beralih ke Gojek dari ojek <i>online</i> merek lain					
6.	Boyband BTS memiliki pengaruh yang besar terhadap <i>brand</i> Gojek					

Pertanyaan Variabel Y
Brand Image

E. Keunggulan Asosiasi Merek (*Favorability of Brand Association*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Gojek memiliki berbagai fitur dan layanan yang praktis atau mudah digunakan					
2.	Gojek merupakan ojek <i>online</i> nyaman dan terpercaya					
3.	Gojek memiliki dompet elektronik (Go-Pay) yang memudahkan konsumen dalam transaksi pembayaran					
4.	Gojek selalu konsisten dalam memberikan pelayanan yang berkualitas terbaik untuk konsumen					
5.	Gojek memiliki driver yang ramah dan sopan					
6.	Saya langsung menggunakan Gojek setelah melihat iklan Gojek bersama Boyband BTS					
7.	Gojek menjadi pilihan utama saya setelah saya tahu Boyband BTS menjadi <i>brand ambassador</i> Gojek					
8.	Gojek merupakan aplikasi ojek <i>online</i> dengan harga yang terjangkau					

F. Kekuatan Asosiasi Merek (*Strength of Brand Association*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Gojek adalah ojek <i>online</i> asal Indonesia yang dikenal luas oleh masyarakat					
2.	<i>Brand</i> Gojek mudah diingat masyarakat					
3.	Gojek adalah aplikasi ojek <i>online</i> pertama di Indonesia					
4.	Saya menggunakan Gojek karena sudah familiar dengan brand Gojek					
5.	Gojek merupakan aplikasi ojek <i>online</i> yang dapat memenuhi kebutuhan saya					
6.	Pemilihan Boyband BTS sebagai <i>brand ambassador</i> Gojek merupakan keputusan yang tepat					
7.	Proses pengiriman merchandise BTS X Gojek yang terlalu lama, tidak mempengaruhi citra positif Gojek					

G. Keunikan Asosiasi Merek (*Uniqueness of Brand Association*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Gojek memiliki desain aplikasi yang unik dan kekinian dibanding kompetitornya					
2.	Gojek gencar dalam setiap promosinya pada media sosial yang membuatnya selalu diingat sebagai ojek <i>online</i> terpercaya					
3.	Gojek mampu mengemas pesan ide promosi yang unik dan menarik dengan Boyband BTS					
4.	Gojek memiliki program undian “Pasti Ada Kejutan BTS X Gojek” yang membuatnya unik dan berbeda dari ojek <i>online</i> lainnya					
5.	Konten promosi Gojek lebih unik dan menarik dibandingkan dengan merek					

	ojek <i>online</i> yang lain					
6.	Gojek menggunakan Boyband BTS sebagai <i>brand ambassador</i> yang mana menjadi pembeda dari <i>brand</i> ojek <i>online</i> lainnya					

Hasil Uji Validitas Variabel Y

			Correlations																								
			Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25
Y1	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	1	.889**	.706**	.716**	.478**	.462**	.376*	.507**	.690**	.654**	.289*	.461**	.515**	.573**	.490**	.711**	.864**	.720**	.771**	.693**	.701**	.751**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.899**	1	.711**	.786**	.899**	.699**	.203*	.381**	.478**	.389**	.389**	.426**	.444**	.356*	.727**	.861**	.896**	.534**	.720**	.813**	.915**	.889**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.899**	.811**	1	.738**	.680**	.811**	.738**	.715**	.540**	.704**	.631**	.838**	.818**	.900**	.711**	.865**	.846**	.516**	.854**	.747**	.803**	.871**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.740**	.736**	.764**	1	.756**	.636**	.693**	.710**	.615**	.710**	.659**	.612**	.718**	.587**	.705**	.705**	.766**	.576**	.764**	.747**	.625**	.639**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.816**	.899**	.896**	.756**	1	.722**	.718**	.361**	.515**	.895**	.915**	.621**	.815**	.886**	.757**	.777**	.713**	.481**	.773**	.744**	.585**	.639**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.817**	.868**	.811**	.638**	.733**	1	.816**	.715**	.695**	.681**	.551**	.516**	.458**	.811**	.633**	.565**	.568**	.724**	.604**	.634**	.853**				
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.370**	.569**	.750**	.594**	.710**	.659**	1	.361**	.413**	.492**	.322**	.301**	.366**	.723**	.824**	.679**	.513**	.514**	.770**	.595**	.739**	.629**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.899**	.86**	.752**	.716**	.801**	.719**	.804**	1	.482**	.910**	.842**	.883**	.709**	.896**	.891**	.768**	.638**	.553**	.750**	.823**	.728**	.889**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.638**	.418**	.565**	.635**	.515**	.615**	.581**	.817**	1	.707**	.784**	.736**	.561**	.861**	.660**	.641**	.738**	.788**	.947**	.711**	.684**	.856**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.654**	.699**	.706**	.716**	.635**	.635**	.492**	.589**	.752**	1	.031**	.718**	.517**	.855**	.490**	.679**	.771**	.523**	.578**	.693**	.701**	.790**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.851**	.862**	.851**	.836**	.815**	.844**	.722**	.742**	.726**	.881**	1	.515**	.862**	.904**	.553**	.429**	.557**	.416**	.487**	.846**	.446**	.814**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.467**	.138**	.034**	.637**	.519**	.716**	.881**	.845**	.716**	.714**	.915**	1	.503**	.818**	.460**	.813**	.943**	.486**	.680**	.614**	.877**	.684**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.811**	.614**	.616**	.716**	.815**	.630**	.806**	.708**	.529**	.617**	.802**	.837**	1	.516**	.719**	.703**	.624**	.522**	.762**	.789**	.613**	.689**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.813**	.816**	.844**	.857**	.839**	.844**	.733**	.828**	.854**	.890**	.902**	.818**	.818**	1	.814**	.862**	.898**	.858**	.862**	.892**	.894**	.831**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.498**	.727**	.711**	.738**	.757**	.810**	.814**	.811**	.548**	.488**	.853**	.846**	.778**	.814**	1	.737**	.818**	.760**	.758**	.714**	.684**	.841**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y16	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.771**	.661**	.866**	.726**	.777**	.630**	.679**	.758**	.617**	.679**	.429**	.408**	.700**	.762**	.736**	1	.626**	.769**	.826**	.779**	.801**	.690**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y17	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.894**	.861**	.858**	.756**	.719**	.661**	.843**	.858**	.786**	.711**	.857**	.893**	.854**	.894**	.810**	.925**	1	.755**	.891**	.719**	.728**	.884**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y18	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.710**	.634**	.626**	.676**	.487**	.688**	.634**	.563**	.758**	.685**	.418**	.848**	.757**	.868**	.915**	.795**	.765**	1	.780**	.607**	.874**	.784**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y19	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.771**	.768**	.767**	.726**	.713**	.769**	.770**	.769**	.617**	.679**	.429**	.408**	.702**	.762**	.769**	.825**	.681**	.769**	1	.712**	.801**	.629**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y20	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.899**	.810**	.752**	.747**	.844**	.694**	.598**	.852**	.716**	.892**	.944**	.814**	.756**	.890**	.719**	.773**	.819**	.862**	.812**	1	.790**	.846**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y21	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.701**	.778**	.706**	.676**	.638**	.738**	.778**	.698**	.701**	.414**	.481**	.848**	.843**	.863**	.883**	.801**	.753**	.818**	.867**	.780**	1	.869**			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y22	Pearson Correlation	Hg (2-tailed)	.751**	.709**	.672**	.636**	.839**	.652**	.829**	.856**	.756**	.790**	.611**	.664**	.865**	.821**	.815**	.890**	.664**	.764**	.823**	.810**	.862**	1			
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	21

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	4	5	4.97	.171
X2	100	4	5	4.96	.197
X3	100	4	5	4.81	.394
X4	100	3	5	4.31	.748
X5	100	3	5	4.84	.395
X6	100	3	5	4.38	.708
X7	100	1	5	3.80	.910
X8	100	1	5	4.27	.815
X9	100	3	5	4.78	.462
X10	100	3	5	4.55	.657
X11	100	3	5	4.75	.500
X12	100	4	5	4.98	.141
X13	100	3	5	4.91	.351
X14	100	3	5	4.90	.362
X15	100	2	5	4.68	.618
X16	100	3	5	4.73	.510
X17	100	2	5	4.00	.974
X18	100	4	5	4.97	.171
X19	100	1	5	4.12	.967
X20	100	1	5	4.42	.890
X21	100	1	5	3.59	1.138
X22	100	1	5	4.12	.891
X23	100	2	5	4.59	.683
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	100	3	5	4.50	.595
Y2	100	2	5	4.26	.747
Y3	100	2	5	4.10	.785
Y4	100	2	5	4.35	.687
Y5	100	1	5	3.49	1.115
Y6	100	2	5	3.95	.857
Y7	100	1	5	3.86	1.054
Y8	100	1	5	3.31	1.285
Y9	100	2	5	4.69	.581
Y10	100	3	5	4.81	.443
Y11	100	4	5	4.84	.368
Y12	100	2	5	4.62	.632
Y13	100	2	5	4.33	.766
Y14	100	3	5	4.61	.601
Y15	100	2	5	4.43	.655
Y16	100	3	5	4.69	.581
Y17	100	1	5	4.45	.730
Y18	100	3	5	4.65	.520
Y19	100	2	5	4.53	.627
Y20	100	3	5	4.38	.678
Y21	100	3	5	4.69	.526
Valid N (listwise)	100				



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Program Studi Ilmu Komunikasi

Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11580

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

KARTU ABSENSI BIMBINGAN

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

NAMA : Riska Yuliani Putri
 NIM/PEMINATAN : 20190502108 , Hubungan Masyarakat
 NO. TELP/EMAIL : 081319493661 , riskayuliani307@gmail.com
 JUDUL : Pengaruh Karakteristik Brand Ambassador Boyband BTS Terhadap Brand Image Gopok Bela Akun Twitter @PEMYTEMUID
 DOSEN PEMBIMBING : Dr. Nuria Astagiani, S.Sos, M.Si

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	09/05/23	IV	Revisi gambaran umum perusahaan	
2	19/05/23	IV	Revisi penjelasan data responden	
3	25/05/23	IV	Revisi hasil analisis variabel x & y	
4	09/06/23	IV	Revisi penjelasan uji hipotesis	
5	16/06/23	V & VI	Revisi pembahasan & kesimpulan	
6	07/07/23	V & VI	Revisi pembahasan & saran	
7	14/07/23	1-VI	Review keseluruhan BAB Skripsi	
8	18/07/23	1-VI	Pembuatan Jurnal	
9	24/07/23	1-VI	Review keseluruhan jurnal	
10	25/07/23	1-VI	ACC Skripsi & Jurnal	

Syarat masa sidang minimal 10x pertemuan/pembimbingan

Mahasiswa

(Mahasiswa)

Mengetahui

(Ka. Peminatan)