

# LAMPIRAN

## Kuesioner

Perkenalkan saya Kadek Dinda Suganda mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Marketing Communication Universitas Esa Unggul. Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir saya untuk mengetahui **Pengaruh Daya Tarik Tagline “Born To Be Loved” Terhadap Brand Image Emina di Instagram @EminaCosmetics**. Maka, saya mengharapkan ketersediaan waktu saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan cara mengisi kuesioner secara lengkap dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya karena pengisian kuesioner sangat mempengaruhi hasil penelitian.

---

### Instruksi Pengisian:

Pilih salah satu jawaban dengan mencentang (✓) dan isi pilihan dengan jawaban yang dianggap sesuai.

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

---

### Data Responden

1. Name/Initial :
2. Email :
3. Jenis Kelamin:
4. Usia :
5. Mengikuti Instagram @eminacosmetics: Ya/Tidak

### Variable X (Pengaruh Daya Tarik Tagline “Born To Be Loved”)

Emina merupakan salah satu brand kosmetik lokal yang tagline nya mengusung tema menyuarakan *self-love*. Tagline “Born To Be Loved” oleh Emina memiliki makna ajakan untuk para perempuan agar lebih percaya diri terhadap kondisi diri mereka. Isu rasa percaya diri ini telah menjadi polemic yang cukup lama di kalangan perempuan.

NO	STATEMENT	STS	TS	S	SS
A.	<i>Familiarity</i> (Keakraban)				
	Saya mengetahui tagline “Born To Be Loved”				
	Tagline “Born To Be Loved” mudah dikenali				
	Tagline “Born To Be Loved” mudah diingat				
B.	<i>Differentiation</i> (Perbedaan)				

	Tagline “ <i>Born To Be Loved</i> ” memiliki ciri pembeda dengan pesaing				
	Makna Tagline “ <i>Born To Be Loved</i> ” makna pesan berbeda dengan brand pesaing				
	Tagline “ <i>Born To Be Loved</i> ” memberi kesan yang tidak membosankan				
<b>C. <i>Massage of value</i> (Pesan dan nilai)</b>					
	Nilai pesan tagline “ <i>Born To Be Loved</i> ” mudah dipahami				
	Tagline “ <i>Born To Be Loved</i> ” memiliki nilai pesan yang baik				
	Tagline “ <i>Born To Be Loved</i> ” membuat saya (konsumen) merasa percaya diri				

### Variable Y (*Brand Image Emina*)

Emina cosmetic merupakan produk yang dinaungi di bawah PT. Paragon Technology and Innovation (PTI). Emina memiliki beragam produk kecantikan yang cocok untuk perempuan Indonesia. Berdasarkan data yang dikutip dari Kompas, Emina mampu meraih penjualan di Shopee dan Tokopedia hingga 4,5 Miliar hanya dalam kurun waktu 18 hari, pada 1 Februari sampai 18 Februari 2021.

NO	STATEMEN T	STS	TS	S	SS
<b>A. Keunggulan Asosiasi Merek (<i>Favorability of Brand Association</i>)</b>					
	Tampilan fisik produk menarik				
	Kualitas produk baik				
	Harga produk bersaing dengan competitor				
	Produk sesuai dengan fungsinya				
<b>B. Kekuatan Asosiasi Merek (<i>Strength of Brand Association</i>)</b>					
	Tampilan desain produk memiliki warna yang khas dan bervariasi				
	Inovasi produk menarik				
	Produk cocok untuk segmentasi yang dituju				
	Pilihan warna produk cocok untuk beragam jenis warna kulit				
<b>C. Keunikan Asosiasi Merek (<i>Uniqueness of Brand Association</i>)</b>					
	Merk mudah diingat				
	Produk dapat menimbulkan rasa percaya diri konsumen				
	Kesesuaian antara kesan merek di benak konsumen				

