

LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Kuesioner

No	Indikator	Pertanyaan	Y	T
1	<i>Awareness</i>	Apakah anda pernah mendengar atau melihat foto atau video peluncuran iklan varian Orgsm HMNS Perfumery di akun Instagram @hmns.id dalam 3 bulan terakhir?		
2	<i>Comprehend</i>	Apakah Anda paham dengan isi pesan iklan varian Orgsm di Instagram HMNS Perfumery		
3	<i>Interest</i>	Apakah Anda tertarik dengan isi pesan iklan varian Orgsm di Instagram HMNS Perfumery?		
4	<i>Intention</i>	Apakah Anda berniat untuk menggunakan varian Orgsm setelah melihat pesan iklan di Instagram HMNS Perfumery?		
5	<i>Action</i>	Apakah setelah melihat postingan iklan pesan di Instagram HMNS Perfumery, pada akhirnya Anda akan menggunakan HMNS Perfumery?		

A. Kuesioner

Perkenalkan, saya Abela Ruse mahasiswa Universtias Kristen Petra Program Studi Ilmu Komunikasi sedang melakukan penelitian berjudul "Efektivitas Pesan Iklan Varian Orgsm HMNS Perfumery Pada Followers Akun Instagram @hmns.id". Agar penelitian ini berhasil, saya membutuhkan dukungan saudara meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini.

Atas waktu dan perhatian yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

1. Apakah Anda merupakan *followers* Akun Instagram @hmns.id?
 - a. Ya
 - b. Tidak (pengisian kuesioner sampai disini. Terimakasih)

I. Identitas Responden

Data yang responden berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan terjamin kerahasiaanya.

1. Nama:

2. Akun Instagram:
3. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Usia:
5. Status Pekerjaan:
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Pegawai
 - d. Entrepreneur
 - e. Tidak bekerja
 - f. Lainnya, sebutkan _____

**II. CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI) Pada Followers Akun Instagram @hmns.id
AWARENESS (Kesadaran)**

1. Apakah anda pernah mendengar atau melihat foto atau video peluncuran iklan varian Orgsm HMNS Perfumery di akun Instagram @hmns.id dalam 3 bulan terakhir?
 - a. Ya (Lanjut ke pertanyaan no. 2)
 - b. Tidak (Lanjut ke pertanyaan no. 5)
2. Dari mana Anda mengetahui akun Instagram HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
 - a. *New Media*: (Jawaban boleh lebih dari 1)
 1. Website HMNS Perfumery
 2. Instagram _____ (Contoh: *Explore* Instagram, *hashtags*, *location*, *mention*)
 - b. *Word of Mouth*
 - c. Instagram @hmns.id
 - d. Lainnya, sebutkan _____
3. Pada fitur Instagram yang mana Anda melihat postingan pesan iklan varian Orgsm HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
 - a. *Feeds*
 - b. *Highlights*
 - c. *Reels*

4. Elemen pesan iklan mana yang membuat Anda sadar akan keberadaan iklan varian Orgsm di akun Instagram HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- Foto
 - Video
 - Emojis*
 - Kalimat *caption*
 - Lainnya, sebutkan _____
5. Elemen pesan iklan mana yang membuat Anda tidak sadar akan keberadaan iklan varian Orgsm di akun Instagram HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- Foto tidak menarik
 - Video tidak menarik
 - Emoji terlalu kecil
 - Kalimat *caption* kurang menarik
 - Lainnya, sebutkan _____
- (Pengisian kuesioner berhenti sampai disini)

COMPREHEND (Pemahaman)

6. Apakah Anda paham dengan isi pesan iklan varian Orgsm di Instagram HMNS Perfumery?
- Ya (Lanjut ke pertanyaan no. 7)
 - Tidak (Lanjut ke pertanyaan no. 8)
7. Isi pesan iklan mana yang Anda lihat dalam pesan iklan varian Orgsm HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- Isi pesan iklan varian Orgsm memiliki penjelasan aroma yang saya sukai (*Apple, Rose, Jasmine, Peony, Amber & Vanilla Beans*)
 - Isi pesan iklan varian Orgsm memiliki klaim *Eau De Parfum* yang tahan lama
 - Isi pesan iklan varian Orgsm memiliki klaim *Sillage* (jejak aroma) yang memikat
 - Lainnya, sebutkan _____
8. Apa yang membuat Anda tidak dapat memahami isi pesan iklan varian Orgsm di Instagram HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- Gambar yang ditampilkan di Instagram HMNS Perfumery kurang jelas
 - Kurangnya penjelasan akan produk
 - Pesan iklan sulit untuk dipahami

- d. Lainnya, sebutkan _____
(Pengisian kuesioner berhenti sampai disini)

INTEREST (Ketertarikan)

9. Apakah Anda tertarik dengan isi pesan iklan varian Orgsm di Instagram HMNS Perfumery?
- a. Ya (Lanjut ke pertanyaan no. 10)
 - b. Tidak (Lanjut ke pertanyaan no. 11)
10. Isi pesan iklan mana yang membuat Anda tertarik dalam pesan iklan varian Orgsm HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- a. Isi pesan iklan varian Orgsm memiliki penjelasan aroma yang saya sukai (*Apple, Rose, Jasmine, Peony, Amber & Vanilla Beans*)
 - b. Isi pesan iklan varian Orgsm memiliki klaim *Eau De Parfum* yang tahan lama
 - c. Isi pesan iklan varian Orgsm memiliki klaim *Sillage* (jejak aroma) yang memikat
 - d. Lainnya, sebutkan _____
11. Isi pesan iklan mana yang membuat Anda tidak tertarik dengan pesan iklan varian Orgsm HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- a. Isi pesan iklan yang tidak berkaitan dengan HMNS Perfumery
 - b. Isi pesan iklan terlalu banyak tulisan
 - c. Produk yang ditawarkan kurang menarik
 - d. Produk yang ditawarkan terlalu mahal
 - e. Lainnya, sebutkan _____
- (Pengisian kuesioner berhenti sampai disini)

INTENTIONS (Niat)

12. Apakah Anda berniat untuk menggunakan varian Orgsm setelah melihat pesan iklan di Instagram HMNS Perfumery?
- a. Ya (Lanjut ke pertanyaan no. 13)
 - b. Tidak (Lanjut ke pertanyaan no. 14)
13. Apa yang membuat Anda berniat untuk menggunakan varian Orgsm setelah melihat postingan Instagram HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- a. Deskripsi produk sesuai dengan aroma yang saya sukai
 - b. Memiliki klaim ketahanan produk yang tahan lama

- c. Lainnya, sebutkan _____
14. Apa yang membuat Anda tidak berniat untuk menggunakan varian Orgsm HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- a. Harga yang cukup mahal
 - b. Penjelasan aroma yang tidak sesuai dengan karakteristik saya
 - c. Lainnya, sebutkan _____
- (Pengisian kuesioner berhenti sampai disini)

ACTIONS (Tindakan)

15. Apakah setelah melihat postingan iklan pesan di Instagram HMNS Perfumery, pada akhirnya Anda akan menggunakan HMNS Perfumery?
- a. Ya (Lanjut ke pertanyaan no. 16)
 - b. Tidak (Lanjut ke pertanyaan no. 18)
16. Dalam hal apa Anda akan menggunakan varian Orgsm HMNS Perfumery?
- a. Untuk penggunaan sehari-hari
 - b. Hanya sekedar mengoleksi
 - c. Hadiah
 - d. Lainnya, sebutkan _____
17. Apa yang akan Anda lakukan setelah melihat pesan iklan varian Orgsm HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- a. Share
 - b. Comment
 - c. Lainnya, sebutkan _____
18. Mengapa Anda memutuskan untuk tidak menggunakan varian Orgsm HMNS Perfumery? (Jawaban boleh lebih dari satu)
- a. Tidak sesuai dengan kebutuhan saya
 - b. Tidak sesuai dengan budget saya
 - c. Lainnya, sebutkan _____
- (Pengisian kuesioner berhenti sampai disini)

Pertanyaan Terbuka

1. Menurut Anda, pesan iklan seperti apa yang membuat Anda tertarik untuk membeli parfum?

Lampiran 2 Uji Validitas dengan Program Skalo

OUTPUT

Jumlah Potensi Error	500
Jumlah Error	0
Koefisien Reprodusibilitas	1,00
Koefisien Skalabilitas	1,00
Koefisien Alpha	0,90

Jumlah Butir	5
Jumlah Orang	100

P	0,98	0,95	0,92	0,92	0,87	TOTAL	Jumlah
ITEM	a1	a2	a3	a4	a5		Error
ID_1	1	1	1	1	1	5	0
ID_2	1	1	1	1	1	5	0
ID_3	1	1	1	1	1	5	0
ID_4	1	1	1	1	1	5	0
ID_5	1	1	1	1	1	5	0
ID_6	1	1	1	1	1	5	0
ID_7	1	1	1	1	0	4	0
ID_8	1	1	1	1	1	5	0
ID_9	1	1	1	1	1	5	0
ID_10	1	1	1	1	1	5	0
ID_11	1	1	1	1	1	5	0
ID_12	1	1	1	1	1	5	0
ID_13	1	1	0	0	0	2	0
ID_14	1	1	1	1	1	5	0
ID_15	1	1	1	1	1	5	0
ID_16	1	1	1	1	1	5	0
ID_17	1	1	1	1	1	5	0
ID_18	1	1	1	1	1	5	0
ID_19	1	1	1	1	1	5	0
ID_20	1	1	1	1	1	5	0
ID_21	1	1	1	1	1	5	0
ID_22	1	1	1	1	1	5	0
ID_23	1	1	1	1	1	5	0
ID_24	1	1	1	1	1	5	0
ID_25	1	1	1	1	1	5	0
ID_26	1	1	1	1	1	5	0
ID_27	1	1	1	1	1	5	0
ID_28	1	1	1	1	0	4	0
ID_29	1	1	1	1	0	4	0
ID_30	1	1	1	1	1	5	0
ID_31	0	0	0	0	0	0	0
ID_32	1	0	0	0	0	1	0
ID_33	1	1	1	1	1	5	0

ID_34	1	1	1	1	1	5	0
ID_35	1	1	1	1	1	5	0
ID_36	1	1	1	1	1	5	0
ID_37	1	1	1	1	1	5	0
ID_38	1	1	1	1	1	5	0
ID_39	1	1	1	1	1	5	0
ID_40	1	1	1	1	1	5	0
ID_41	1	1	1	1	1	5	0
ID_42	1	1	1	1	1	5	0
ID_43	1	1	1	1	1	5	0
ID_44	1	1	1	1	1	5	0
ID_45	1	1	1	1	1	5	0
ID_46	1	1	1	1	1	5	0
ID_47	1	1	1	1	1	5	0
ID_48	1	1	1	1	1	5	0
ID_49	1	1	1	1	1	5	0
ID_50	1	0	0	0	0	1	0
ID_51	1	1	1	1	1	5	0
ID_52	1	1	1	1	1	5	0
ID_53	1	1	1	1	1	5	0
ID_54	1	1	1	1	1	5	0
ID_55	1	1	1	1	1	5	0
ID_56	1	1	1	1	1	5	0
ID_57	1	1	1	1	1	5	0
ID_58	1	1	1	1	1	5	0
ID_59	1	1	1	1	1	5	0
ID_60	0	0	0	0	0	0	0
ID_61	1	1	1	1	1	5	0
ID_62	1	1	1	1	1	5	0
ID_63	1	1	1	1	1	5	0
ID_64	1	1	1	1	1	5	0
ID_65	1	1	1	1	1	5	0
ID_66	1	1	1	1	1	5	0
ID_67	1	0	0	0	0	1	0
ID_68	1	1	1	1	1	5	0
ID_69	1	1	1	1	1	5	0
ID_70	1	1	1	1	1	5	0
ID_71	1	1	0	0	0	2	0
ID_72	1	1	0	0	0	2	0
ID_73	1	1	1	1	1	5	0
ID_74	1	1	1	1	1	5	0
ID_75	1	1	1	1	1	5	0
ID_76	1	1	1	1	1	5	0

ID_77	1	1	1	1	1	5	0
ID_78	1	1	1	1	1	5	0
ID_79	1	1	1	1	0	4	0
ID_80	1	1	1	1	1	5	0
ID_81	1	1	1	1	1	5	0
ID_82	1	1	1	1	1	5	0
ID_83	1	1	1	1	0	4	0
ID_84	1	1	1	1	1	5	0
ID_85	1	1	1	1	1	5	0
ID_86	1	1	1	1	1	5	0
ID_87	1	1	1	1	1	5	0
ID_88	1	1	1	1	1	5	0
ID_89	1	1	1	1	1	5	0
ID_90	1	1	1	1	1	5	0
ID_91	1	1	1	1	1	5	0
ID_92	1	1	1	1	1	5	0
ID_93	1	1	1	1	1	5	0
ID_94	1	1	1	1	1	5	0
ID_95	1	1	1	1	1	5	0
ID_96	1	1	1	1	1	5	0
ID_97	1	1	1	1	1	5	0
ID_98	1	1	1	1	1	5	0
ID_99	1	1	1	1	1	5	0
ID_100	1	1	1	1	1	5	0

Lampiran 3 Frekuensi Jawaban Responden dengan JASP

Awareness

Awareness	Frequency	Percent Valid	Percent Cumulative	Percent
0	2	2.000	2.000	2.000
1	98	98.000	98.000	100.000
Missing	0	0.000		
Total	100	100.000		

Comprehend

Comprehend	Frequency	Percent Valid	Percent Cumulative	Percent
0	5	5.000	5.000	5.000
1	95	95.000	95.000	100.000
Missing	0	0.000		
Total	100	100.000		

Intentions

Intentions	Frequency	Percent Valid	Percent Cumulative	Percent
0	8	8.000	8.000	8.000
1	92	92.000	92.000	100.000
Missing	0	0.000		
Total	100	100.000		

Interest

Interest	Frequency	Percent Valid	Percent Cumulative	Percent
0	8	8.000	8.000	8.000
1	92	92.000	92.000	100.000
Missing	0	0.000		
Total	100	100.000		

Action

Action	Frequency	Percent Valid	Percent Cumulative	Percent
0	13	13.000	13.000	13.000
1	87	87.000	87.000	100.000
Missing	0	0.000		
Total	100	100.000		