

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

#### “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow”

Perkenalkan saya Hanifah Khoirunnisa (K.2020.1.35320) Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow” Oleh karena itu, saya meminta kesediaannya untuk meluangkan waktunya guna mengisi kuesioner ini.

Dengan kriteria yang telah ditentukan, yaitu :

1. Konsumen MS Glow yang tinggal di Wilayah Malang Kota
2. Konsumen yang melakukan pembelian MS Glow serta menggunakan produk MS Glow.

Semua informasi dan data yang sudah di cantumkan dalam proses pengisian kuesioner ini dijamin kerahasiaannya oleh peneliti dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas kesediaan dan dukungan dari kalian, peneliti ucapkan terima kasih.

Email :

Jenis Kelamin :

Usia :

Jangka waktu pemakaian :

No	Variabel	Indikator	Pernyataan Kuisioner
1.	Brand Ambassador	1. <i>Visibillity</i>	Anda mengenali Cha Eun Woo sebagai brand ambassador yang mewakili MS Glow
		2. Kredibilitas	Brand ambassador kredibilitas dalam mempengaruhi keputusan Anda membeli skincare MS Glow
		3. Daya Tarik	Brand ambassador memiliki daya tarik yang membuat Anda tertarik membeli atau menggunakan produk MS Glow
		4. <i>Power</i>	Brand ambassador memiliki kekuatan untuk merepresentasikan nilai dan

			karakteristik produk MS Glow dengan baik
--	--	--	--

No	Variabel	Indikator	Pernyataan Kuisisioner
2.	Brand Image	1. Keunggulan Asosiasi Merek	MS Glow memiliki keunggulan kompetitif yang membedakannya dari pesaing
		2. Kekuatan Asosiasi Merek	MS Glow memiliki kekuatan daya saing produk yang tinggi karena memiliki kualitas produk yang baik
		3. Keunikan Asosiasi Merek	Produk MS Glow memiliki keunikan yang membedakannya dari merek sejenis lainnya

No	Variabel	Indikator	Pernyataan Kuisisioner
3.	Social Media Marketing	1. Online communities	Saya merasa mendapatkan informasi yang berguna melalui online community MS Glow
		2. Interaction	Saya secara aktif berinteraksi (like, komentar, atau bagikan) dengan konten yang diposting oleh MS Glow di media sosial
		3. Sharing of content	Saya merasa konten dari MS Glow sesuai dengan topik yang sedang tren dan relevan dengan kebutuhan saya
		4. Accessibility	Konten yang dibagikan melalui media sosial MS Glow mudah diakses dan dimengerti oleh berbagai kalangan pengguna sosial media

No	Variabel	Indikator	Pernyataan Kuisisioner
4.	Keputusan Pembelian	1. Pengenalan masalah	Anda percaya bahwa produk MS Glow sesuai dengan kebutuhan atau masalah yang Anda hadapi saat ini
		2. Pencarian informasi	Saya merasa mudah untuk menemukan informasi tentang produk MS Glow
		3. Evaluasi alternatif	Saya cenderung mengevaluasi varian produk MS Glow yang

			sesuai dengan kebutuhan perawatan kulit saya
		4. Melakukan pembelian	Ketersediaan informasi yang lengkap dan jelas tentang produk memudahkan saya dalam membuat keputusan pembelian