

Appendix

Pipik's Brand













**YOUNG FEMALE’S PERCEPTION ON THE USE OF EYELASH
EXTENSION: A STUDY ON A POPULAR CULTURE’S PHENOMENON**

Faculty of Language and Arts
Soegijapranata Catholic University, Semarang

Kuesioner ini untuk mendapatkan data dari responden tentang persepsinya terhadap Brand Image dari Pipik’s Snacks. Data yang saya dapatkan akan dijaga rahasianya.

Penulis

Noviana Purba

Petunjuk:

Mohon menjawab pernyataan yang ada pada kwesioner di bawah ini secara lengkap dan benar

1. Saya mengenal produk Pipik’s snacks
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Saya pernah menikmati Pipik’s Snacks
 - a. Ya
 - b. Tidak

3. Pipik's Snacks memproduksi macam snacks

- a. Satu
- b. Dua
- c. Tiga
- d. Lebih dari tiga
- e. Tidak tau

4. Saya tahu Pipik's Snack mempunyai beberapa variant rasa

- a. Ya
- b. Tidak

Pilihlah berdasarkan pendapat anda dengan memberi centang(✓)

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Brand Image 1

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS



1	Dari Brand Image (gambar diatas) saya tahu jenis snack yang diproduksi oleh Pipik's Snack.				
	Logo Pipik's Snack bisa diingat.				
3	Tulisan pada brand Image Pipik's Snack menarik.				
4	Jenis huruf dari tulisan Pipik's Snack bersih dan modern.				
5	Ukuran huruf pada Pipik's Snack membuat tulisan cukup bisa dibaca				
6	Warna brand Image Pipik's snacks menggambarkan kebahagiaan, original dan energy				

7	Tulisan pada logo yang miring menarik.				
8	Warna tulisan Pipik's snacks membuat saya ingin membeli product Pipik's snacks				





4.28% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

3.93% IN QUOTES 

1.26% IN REFERENCES 

Report #12389313

COSTUMERS PERCEPTION ON THE ROLE OF MULTIMODALITY IN THE BRAND
IMAGE OF PIPIK S SNACK A Thesis Presented as a Partial Fulfillment of the
Requirement to Obtain the Bachelor Degree in the English Linguistics Study
Program By: Name : NovianaPurbaLesmana NIm: 15.J2.0014 ENGLISH
DEPARTMENT FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS SOEGIJAPRANATA CATHOLIC
UNIVERSITY SEMARANG 2021 A THESIS APPROVAL COSTUMERS PERCEPTIO
N ON THE ROLE OF MULTIMODALITY IN THE BRAND IMAGE OF PIPIK S SNACK
By: Name : NovianaPurbaLesmana NIM : 15.J2.0014 Approved by, Date Emilia
NinikAydawati, Sp, M.Hum Major Sponsor Date Angelika Riyandari, Ph.D
Co-Sponsor A thesis defended in front of the Board of Examiners on Date and
declared acceptable BOARD OF EXAMINERS First Examiner : Name
..... Second Examiner : Name Third Examiner
: Name Semarang, date Faculty of Language and Arts
Soegijapranata Catholic University Dean Retang Wohangara, SS., M.Hum NPP
:058.1.1996.203 ACKNOWLEDGEMENT First of all, I would like to express my
gratitude to Allah for His extraordinary grace and blessings to me as long as I
worked on this thesis. Only by His grace I could finished this thesis. His guidance
was amazing all the times. I also would like to express my special gratitude to