

LAMPIRAN**1. Daftar Responden Pra-Survei**

No	Nama	Jurusan-Angkatan	NIM
1	Lois Morika (P)	Akuntansi-17	17.G1.0103
2	Bayu Ekosaputro (L)	Manajemen-17	17.D1.0062
3	Lazarus Tri Wahjudi (L)	Akuntansi-17	17.G1.0043
4	Winston Kuswandi Jaya (L)	Manajemen-17	17.D1.0146
5	Clarissa Wijaya (P)	Akuntansi-17	17.G1.0106
6	Ferry Karuna (L)	Manajemen-17	17.D1.0080
7	Andreas Ardi Prasetya (L)	Manajemen-17	17.D1.0105
8	Vinsensius Ernes Sanjaya (L)	Akuntansi-17	17.G1.0066
9	Tjen, Kelvin Oktavianto (L)	Manajemen-18	18.D1.0111
10	Alexander Airell (L)	Manajemen-18	18.D1.0094
11	Yohanes Pungky Wicaksono (L)	Akuntansi-17	17.G1.0194
12	Dwiki Tindra (L)	Akuntansi-17	17.G1.0167
13	Daniel Carlos (L)	Akuntansi-18	18.G1.0099
14	Ayven (P)	Manajemen-17	17.D1.0015
15	Junianto Budi Susilo (L)	Manajemen-18	18.D1.0144

2. Desain Kuesioner Penelitian

Nama saya Willis Kurnia Salim, saya mahasiswa Manajemen angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Saya sedang melakukan penelitian terkait Pengaruh *Digital Advertising* terhadap *Brand Awareness* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *digital advertising* terhadap *brand awareness* dan sebagai syarat kelulusan strata satu. Saya menjamin kerahasiaan anda sebagai responden. Data hanya akan saya gunakan untuk kepentingan akademik.

I. Identitas Responden

1. Nama Lengkap
2. NIM
3. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Pendapatan/Uang saku per bulan
 - a. <Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - c. >Rp 2.000.000

II. Pertanyaan

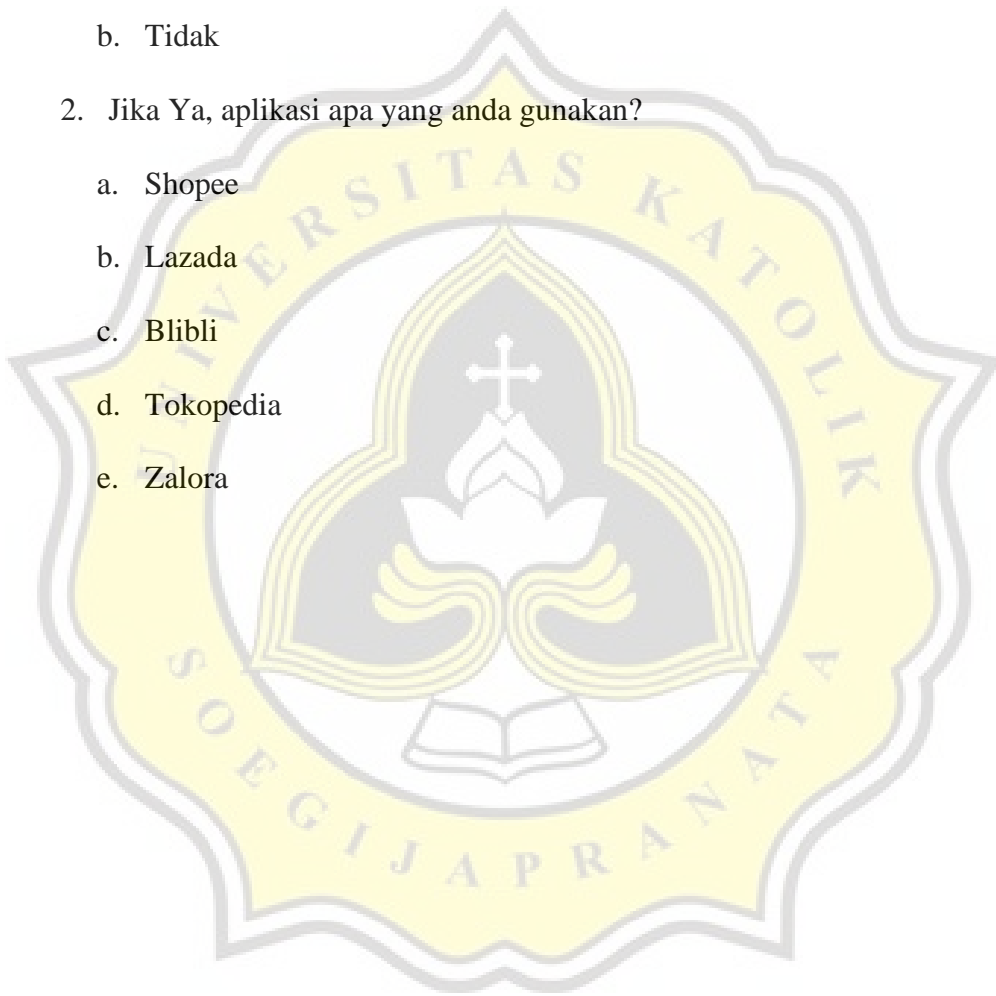
Berilah tanda centang/checklist (√) pada kolom yang anda anggap sesuai.

1. Apakah anda pernah menggunakan aplikasi marketplace?

- a. Ya
- b. Tidak

2. Jika Ya, aplikasi apa yang anda gunakan?

- a. Shopee
- b. Lazada
- c. Blibli
- d. Tokopedia
- e. Zalora



III. Pertanyaan

Beri tanda pada pilihan yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban setiap pertanyaan yang diterapkan.

KETERANGAN:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Digital advertising						
1	Website Shopee memberikan kemudahan untuk melakukan pembelian online.					
2	OMP Shopee memberikan kemudahan untuk mengenal lebih jauh merek-merek yang dijual di Shopee.					
3	Kolom chat yang digunakan Shopee mempermudah untuk transaksi warna, ukuran, dan ketersediaan barang.					
4	Jejaring sosial Shopee yang muncul pada smartphone anda mempermudah anda untuk mengetahui jenis dan atau promo barang terbaru yang ada di Shopee.					
Brand awareness						
5	Shopee adalah yang pertama kali muncul di benak anda saat mendengar kata "marketplace" atau "online shopping".					
6	Shopee adalah yang pertama kali muncul di benak anda saat anda ingin membeli sebuah produk secara online.					
7	Shopee adalah marketplace dengan promo dan iklan yang sering anda lihat.					
8	Shopee adalah aplikasi yang sering anda gunakan untuk berbelanja online.					

3. Data Jawaban Responden Atas Kuesioner

No	Nama	NIM	Marketplace Yang Digunakan	DA1	DA2	DA3	DA4	BA1	BA2	BA3	BA4
1	Lazarus Tri Wahjudi	17.G1.0043	Shopee	5	4	2	4	5	4	5	5
2	Alfredo	17.D1.0151	Shopee	5	5	5	5	4	5	5	5
3	Kristin Dwi Ermawati	17.D1.0223	Shopee	5	4	5	4	5	5	4	5
4	Vinsensius Ernes Sanjaya	17.G1.0066	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
5	Lois Morika H.	17.G1.0103	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
6	Wendy Andrela	17.G1.0157	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
7	Angelia	17.G1.0101	Shopee	4	4	4	4	4	4	4	4
8	Andreas Ardi Prasetya	17.D1.0105	Shopee, Lazada, Blibli, Tokopedia, Zalora	4	5	3	4	4	4	5	5
9	Novita Yulyanti	17.D1.0074	Shopee	4	4	3	3	5	5	5	5

10	Heppy Deby	17.D1.0145	Shopee	5	4	4	4	5	5	5	5
11	Geovamny	17.G1.0173	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
12	Ayven	17.D1.0015	Shopee, Zalora	5	5	4	4	3	3	4	4
13	Kezia Clarissa Natalia	17.G1.0108	Shopee	5	3	4	4	4	4	4	5
14	Nadia Nurwidanti	17d10145	Shopee	4	4	4	4	4	4	4	4
15	Heribertus Bimo	17d10079	Shopee	4	4	3	3	5	5	5	4
16	Kwan Debby A	17.D1.0064	Shopee	5	5	5	5	4	5	5	5
17	Tjen Kelvin Oktavianto	18.D1.0111	Shopee	4	4	3	3	4	4	5	5
18	Winston Kuswandi Jaya	17.D1.0146	Shopee	5	4	5	5	4	4	5	4
19	Zaza Ayu Kurniawati	17.D1.0001	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
20	Yohanes Pungky Wicaksono	17.G1.194	Shopee, Lazada, Tokopedia	4	5	4	3	5	4	5	4

21	Dwiki Tindra	17.G1.0167	Shopee, Tokopedia	4	3	4	4	5	3	3	4
22	Gabriella Brigitta Callulla	17.G1.0170	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
23	Alexander Airell Indra Prasetya	18.D1.0094	Shopee	4	4	4	4	5	5	5	5
24	Valentina Adventa	18.H1.0057	Shopee, Tokopedia	4	4	4	5	2	3	5	1
25	Tomy Kurniawan Hendra	17.D1.0112	Shopee, Tokopedia	4	4	4	5	4	4	5	4
26	Evelin Oktaviani	17.G1.0041	Shopee	5	4	5	4	3	4	4	4
27	Signiori	17.D1.0247	Shopee	5	5	5	5	5	4	4	5
28	Imellya Ayu Pangestu	18.H1.0029	Shopee, Tokopedia	5	5	5	5	5	5	5	5
29	Daniel Carlos Aditya Sandro	18.G1.0099	Shopee	5	5	4	4	4	4	4	4
30	Shareen	19.D1.0004	Shopee	4	4	4	4	4	4	4	3
31	Rakka Aditya	17.D1.0137	Shopee	5	4	3	4	5	4	4	3

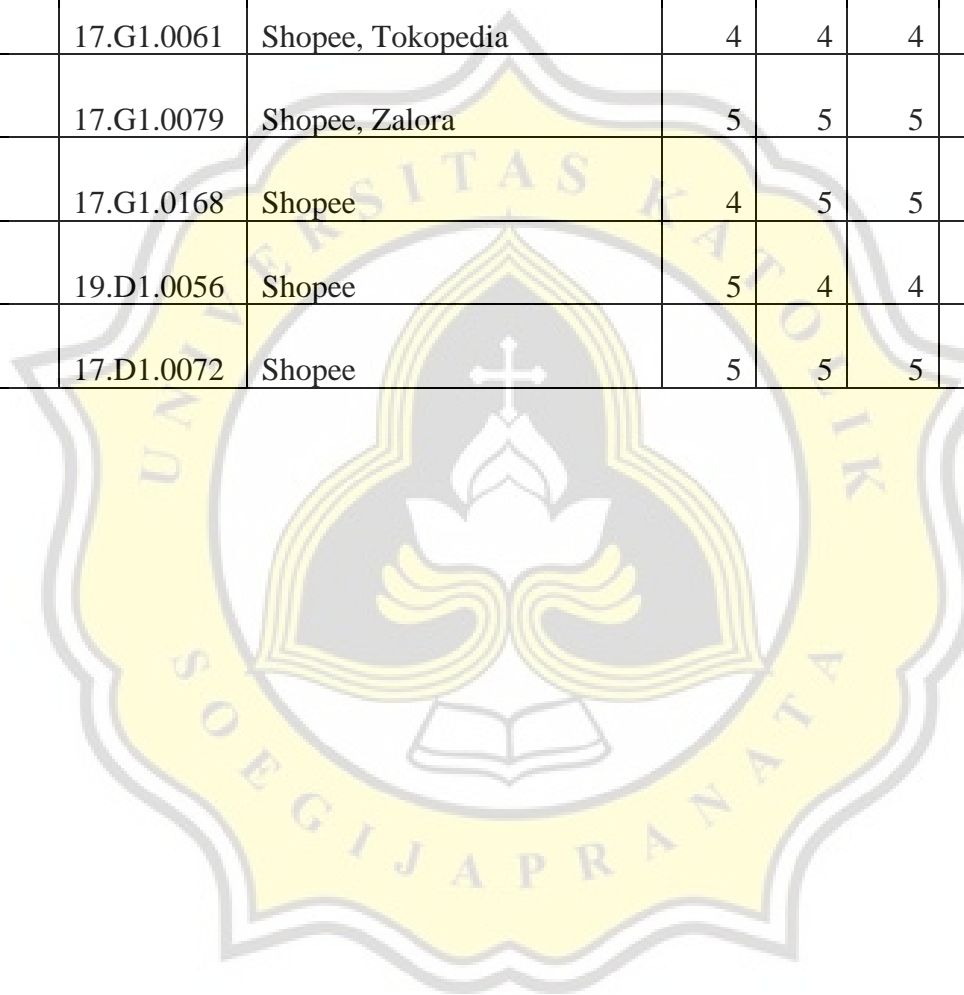
32	MICHAEL MARCELLINO GUNADI	17.G1.0120	Shopee, Tokopedia	5	5	5	5	5	5	5	5
33	Florentina Irene Maya A.	17.G1.0169	Shopee	5	5	2	5	5	5	5	5
34	Indah Lintang S	18.G1.0205	Shopee, Lazada, Zalora	5	5	5	5	5	5	5	5
35	Richard Theodore S W S	17.G1.0117	Shopee	5	4	4	4	4	4	4	4
36	Immanuel Kevin N	19.G1.0200	Shopee, Lazada, Tokopedia	5	5	5	5	3	3	4	3
37	Yuvina Nabilla Ananta	18.G1.0212	Shopee	5	4	4	4	5	5	5	5
38	Bayu Ekosaputro	17.D1.0062	Shopee	4	4	4	4	3	4	4	4
39	Eunike Nathania Handoko	17.G1.0165	Shopee, Tokopedia	5	5	5	5	4	5	4	5
40	Yohanes Perwiradjati D.P	19.D1.0113	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
41	Viona Amanda	18.G1.0138	Shopee, Tokopedia	5	5	5	5	3	4	3	4
42	Magdalena Kaerliasih Amaral	17.G1.0095	Shopee	5	4	5	5	5	5	5	5

43	LEO CANDRA	18.D1.0156	Shopee, Tokopedia	5	5	5	5	5	5	4	5
44	Wiwin Aprelia Ninava	17.G1.0181	Shopee	5	5	4	5	5	5	4	5
45	Yeremias Arya	17.G1.0195	Shopee	4	4	5	5	2	3	5	5
46	Ferdy Christa L.S	17.G1.0004	Shopee, Tokopedia	5	5	5	4	5	5	5	4
47	Vini	17.G1.0184	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
48	Oshi Octaliana	17.D1.0087	Shopee	5	5	5	5	5	5	4	5
49	Marcellino Edward	17.D1.0025	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5
50	Dea Oktavia	17.G1.0113	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	4
51	Edo Christianto	17.D1.0032	Shopee, Tokopedia	5	5	4	5	5	4	5	4
52	Florentina Chyntia Adhytina	17G10197	Shopee	5	5	4	4	5	5	5	5
53	Sangsthita Eka Shasanti	17.G1.0172	Shopee	4	5	4	5	5	5	5	5

54	Sasa	17.G1.0106	Shopee, Tokopedia	4	4	4	4	5	5	5	5
55	Alya Shorea	17.G1.0176	Shopee, Zalora	5	5	5	5	5	5	5	5
56	Fairy Khaenifasari	17.G1.0193	Shopee	5	5	4	4	4	4	4	5
57	Imelda Priscilia Arista Harjo	17.G1.0077	Shopee	4	4	4	4	5	5	5	5
58	David Christian	17.G1.0198	Shopee	5	5	5	5	5	5	4	5
59	Diva Agus Ramadhan	17d10241	Shopee	4	4	5	4	4	4	5	5
60	Sam	17.E1.0080	Shopee	4	3	4	4	4	3	4	3
61	Audi Bima Ramadhana	17d10220	Shopee	4	4	4	4	5	5	4	4
62	Karen Priscilla Wibowo	19.G1.0017	Shopee, Tokopedia	5	5	5	5	5	5	5	5
63	Nabila Mayarani	19.G1.0176	Shopee	5	5	4	4	3	4	4	5
64	Tarisa Puteri R	19.G1.0056	Shopee, Tokopedia	4	3	4	3	4	4	4	4

65	Andrew Giovanni Kartadibrata	19.D1.0094	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	Gracia Amanda	19.D1.0073	Shopee, Tokopedia, Zalora	4	5	4	5	5	5	5	5	5
67	Obert Saputra Suryono	19.D1.0091	Shopee, Tokopedia	4	5	5	5	5	5	5	5	5
68	Novia Dewi	17D10063	Shopee	5	5	4	4	4	5	4	5	5
69	Cynthia Arya Pranata	18.G1.0188	Shopee	5	4	5	5	4	4	4	4	4
70	Nanda Kistia Erviadanti	17.D1.0217	Shopee	5	5	4	4	4	4	5	4	4
71	Felia Nyoana	17.G1.0023	Shopee	5	5	4	5	5	5	5	5	5
72	Bonifasius Diega M. F	17.D1.0134	Shopee, Lazada	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	Fellicia Aprele	18.G1.0115	Shopee, Tokopedia	5	5	5	5	3	5	4	5	5
74	Wahyu Ajie Permana	19.D1.0245	Shopee	5	5	4	5	5	5	5	5	5
75	Ricky Deo	18.G1.0054	Shopee, Tokopedia	4	4	5	5	3	4	4	4	3

76	Maria Raras Puspasari	17.G1.0061	Shopee, Tokopedia	4	4	4	4	3	4	4	5
77	Nike Raissa	17.G1.0079	Shopee, Zalora	5	5	5	5	5	5	5	5
78	Refnita Jihan Hapsari	17.G1.0168	Shopee	4	5	5	4	5	5	4	5
79	Philipus Ardito	19.D1.0056	Shopee	5	4	4	5	5	5	5	5
80	Vita Aprillia Hindarto	17.D1.0072	Shopee	5	5	5	5	5	5	5	5





8.65% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #13679945

BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Perilaku berbelanja online telah menjadi kebiasaan kita terutama di saat pandemi seperti ini. ²⁴ Indonesia juga termasuk pasar e-commerce yang terbesar di Asia Tenggara.

²⁴ Berdasarkan data yang diambil dari Wearesocial dan Hootsuite, 90% pengguna internet di Indonesia melakukan kegiatan berbelanja online. ²⁴ ¹⁰⁵ ¹⁰⁶ ¹⁰⁷ ¹⁰⁸ Nilai kapitalisasi pasar e-commerce di Indonesia mencapai US\$ 21 miliar atau sekitar Rp 294 triliun pada tahun 2019. ²⁴ Dalam laporan berjudul The Digital Archipelago, McKinsey memprediksi bahwa industri e-commerce di Indonesia akan mencapai nilai US\$ 40 miliar pada tahun 2022 (Solusi E-Commerce, 2020). Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan e-commerce di Indonesia yang sangat pesat. Salah satu faktornya yaitu tingkat pertumbuhan masyarakat kelas menengah yang tinggi di Indonesia, dengan angka sekitar 21% dari jumlah populasi atau sekitar 57,3 juta orang pada tahun 2019. Lalu dapat dilihat dari jumlah pengeluaran masyarakat untuk berbelanja online yang meningkat sebesar 23% pada tahun 2018 dibandingkan tahun