



**PENGARUH TERPAAN PROMOSI PENJUALAN DAN
TERPAAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BRT TRANS
SEMARANG**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

IQBAL AULIA AHSAN

14040118130132

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Iqbal Aulia Ahsan

Nomor Induk Mahasiswa : 14040118130132

Tempat/Tanggal Lahir : Yogyakarta, 1 Desember 1999

Departemen/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Rejowinangun RT24 RW08, Kotagede, Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah skripsi yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan Online customer review di Instagram terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 19 September 2023

Pembuat Pernyataan,

Iqbal Aulia Ahsan

NIM. 14040118130132

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan *Online Customer Review* di Instagram terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang

Nama Penyusun : Iqbal Aulia Ahsan

NIM : 14040118130132

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I.

Semarang, 19 September 2023

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 19640827.199001.1.001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 19690822.199403.1.003

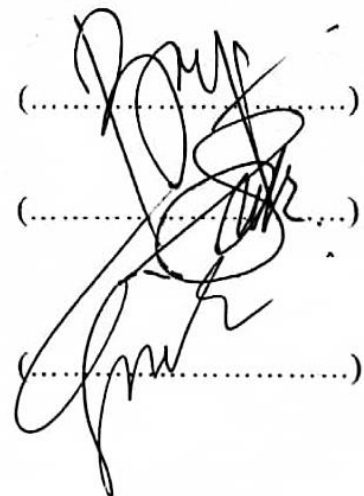
Dosen Pembimbing:

1. Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom. (.....)

2. Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.Si. (.....)

Dosen Penguji Skripsi:

1. Drs. Joyo NS Gono, M.Si. (.....)



MOTTO

Man Jadda Wajada

Man Shabara Zhafira

Man Saara Ala Darbi Washala

HALAMAN PERSEMBAHAN

Selama masa penyusunan skripsi, penulis mendapatkan dukungan, pengetahuan, dan pengalaman dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.
2. Bapak, Ibu, dan Adik yang selalu memberikan dukungan berupa do'a, motivasi, saran, semangat, dan memberikan dukungan materil selama proses pengerjaan skripsi.
3. Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom dan Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Drs. Joyo NS Gono, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberi bimbingan dan arahan hingga penulis menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. BLU UPTD Trans Semarang selaku pengelola BRT Trans Semarang yang telah membantu memberikan data yang digunakan untuk penelitian skripsi.
6. Seluruh dosen dan civitas akademik departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman kontrakan HOKYA (Anggit, Rafli, Iqbal, Hilmi, Allam) yang telah kebersamai pada masa awal perkuliahan dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman yang menemani masa-masa pengerjaan skripsi (Ibnu, Fandi, Nando, Dzikri, Primus, Rehan, Dhimas, Rendi, dan lainnya) sehingga penulis mendapatkan motivasi tambahan dalam mengerjakan skripsi.
9. Teman-teman dan kakak-kakak di Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi periode 2019 yang telah memberikan wadah untuk dapat tumbuh dalam berorganisasi.

10. Teman-teman dan kakak-kakak Commweek yang telah memberikan ilmu dalam organisasi maupun event selama mengerjakan program kerja.
11. Teman-teman UPK Orangers 2020 yang telah kebersamai untuk belajar dan berkembang dalam berorganisasi.
12. Teman-teman dan kakak mentor magang di PT Pertamina RJBT yang telah memberikan ilmu serta pengalaman selama masa 6 bulan periode magang.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah membantu serta kebersamai selama masa perkuliahan.
14. Dan terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang selama perkuliahan hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.

ABSTRAKSI

Judul : Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan *Online Customer Review* di Instagram terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang

Nama : Iqbal Aulia Ahsan

NIM : 14040118130132

Jurusan : Ilmu Komunikasi

BRT Trans Semarang mengalami penurunan penumpang yang drastis saat pandemi covid-19, hal itu wajar terjadi karena adanya kebijakan pembatasan sosial masyarakat. Namun, setelah memasuki masa new normal dan kuota penumpang BRT Trans Semarang sudah kembali normal, jumlah rata-rata penumpang bulanan BRT Trans Semarang tak kunjung mencapai penumpang rata-rata bulanan seperti pada masa sebelum pandemi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan promosi penjualan dan terpaan *online customer review* di instagram terhadap minat menggunakan BRT Trans Semarang.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus Organism Response dan teori Respon Kognitif. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan total 50 responden baik laki-laki maupun perempuan, usia 14 – 27 tahun, pernah terkena terpaan promosi penjualan, pernah membaca ulasan konsumen di instagram @transsemarang, dan pernah menggunakan BRT Trans Semarang dalam 3 bulan terakhir. Pengujian data dilakukan menggunakan teknik analisis data regresi ordinal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan promosi penjualan terhadap minat menggunakan BRT Trans Semarang memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti terpaan promosi penjualan memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan BRT Trans Semarang. Kemudian, terpaan *online customer review* di instagram terhadap minat menggunakan BRT Trans Semarang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mempunyai arti bahwa terpaan *online customer review* mempengaruhi minat menggunakan BRT Trans Semarang.

Kata Kunci: Terpaan, Promosi Penjualan, *Online Customer Review*, Minat Menggunakan, BRT Trans Semarang

ABSTRACT

Title : The Influence of Exposure Sales Promotion and *Online Customer Reviews* in Instagram to the Interest in Using BRT Trans Semarang

Name : Iqbal Aulia Ahsan

NIM : 14040118130132

Department : Communication Sciences

The BRT Trans Semarang experienced a significant decline in passengers during the COVID-19 pandemic, which is understandable due to social restrictions imposed by the community. However, after entering the new normal phase and with passenger quotas for BRT Trans Semarang returning to normal, the average monthly number of passengers has not yet reached the pre-pandemic levels. This research aims to determine the influence of exposure to sales promotion and *online customer reviews* on Instagram on the interest in using BRT Trans Semarang.

The theories utilized in this study are the Stimulus Organism Response theory and the Cognitive Response theory. The research employs a non-probability sampling technique, involving a total of 50 respondents, both males and females, aged between 14 and 27 years. These respondents have been exposed to sales promotion materials, have read consumer reviews on the Instagram account @transsemarang, and have used BRT Trans Semarang in the last 3 months. Data analysis is conducted using the ordinal regression analysis technique.

The research findings indicate that exposure to sales promotion has a significance value of 0.000, signifying that sales promotion exposure has an influence on the interest in using BRT Trans Semarang. Additionally, exposure to *online customer reviews* on Instagram has a significance value of 0.000, which means that *online customer review* exposure affects the interest in using BRT Trans Semarang.

Keywords: Exposure, Sales Promotion, *Online Customer Review*, Interest in Using, BRT Trans Semarang

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan *Online customer review* di Instagram terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Latar belakang dari penelitian ini adalah permasalahan jumlah penumpang bulanan dari BRT Trans Semarang yang tidak kunjung mencapai angka tertinggi seperti sebelum pandemi Covid-19. Sebelum pandemi melanda, jumlah penumpang bulanan BRT Trans Semarang melebihi angka satu juta penumpang. Tidak dipungkiri bahwa pada masa new normal jumlah penumpang BRT Trans Semarang mengalami kenaikan, namun belum bisa menembus angka satu juta penumpang. Oleh karena itu, perlu adanya upaya yang dilakukan untuk menangani permasalahan tersebut, seperti dengan melihat aspek promosi penjualan yang ditawarkan dan *online customer review* tentang pelayanan yang ada di instagram @transsemarang.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik untuk BLU UPTD Trans Semarang selaku pengelola BRT Trans Semarang, manfaat kepada penggiat transportasi umum, dan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya. Skripsi ini tentu masih jauh dari kesempurnaan, maka penulis sangat mengharapkan segala saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk penelitian selanjutnya yang lebih berkualitas.

Semarang, 19 September 2023

Iqbal Aulia Ahsan

DAFTAR ISI

PENGARUH TERPAAN PROMOSI PENJUALAN DAN TERPAAN <i>ONLINE CUSTOMER REVIEW</i> DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT MENGUNAKAN BRT TRANS SEMARANG...	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR DIAGRAM	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1. Manfaat Teoritik.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2. Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.4.3. Manfaat Sosial	Error! Bookmark not defined.
1.5. Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1.5.1. Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.2. State of the Art	Error! Bookmark not defined.
1.5.3. Terpaan Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.4. Terpaan <i>Online customer review</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.5. Minat Menggunakan	Error! Bookmark not defined.

1.5.6 Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
1.5.7 Pengaruh Terpaan <i>Online customer review</i> terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
1.6 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.7 Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
1.7.1 Terpaan Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
1.7.2 Terpaan <i>Online customer review</i>	Error! Bookmark not defined.
1.7.3 Minat Menggunakan BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
1.8 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.1 Terpaan Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.2 Terpaan <i>Online customer review</i>	Error! Bookmark not defined.
1.8.3 Minat Menggunakan BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
1.9 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.1 Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.2 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
1.9.2.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.4 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.9.6 Teknik Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
1.9.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
1.9.7.1 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.7.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
1.9.8 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.

BAB II FASILITAS, DIGITALISASI, DAN STRATEGI PROMOSI BRT TRANS SEMARANG**Error! Bookmark not defined.**

2.1 Fasilitas BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
2.2 Digitalisasi BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
2.3 Strategi Promosi BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.

BAB III TERPAAN PROMOSI PENJUALAN, TERPAAN <i>ONLINE</i> <i>CUSTOMER REVIEW</i>, DAN MINAT MENGGUNAKAN BRT TRANS SEMARANG	Error! Bookmark not defined.
3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2 Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Usia Responden	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Domisili Responden.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Pekerjaan Responden	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Kendaraan Responden	Error! Bookmark not defined.
3.3 Terpaan Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Pengetahuan	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.1 Pengetahuan responden mengenai program promosi penjualan yang ditawarkan BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.2 Pengetahuan responden mengenai merchant/rekan usaha dari BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.3 Pengetahuan responden terkait insentif yang didapatkan dari promosi penjualan BRT Trans Semarang....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Frekuensi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.1 Frekuensi Responden mengecek informasi terkait promosi penjualan BRT Trans Semarang secara rutin di media sosial Instagram @transsemarang.	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.2 Frekuensi responden menggunakan/memanfaatkan promosi penjualan yang ditawarkan oleh BRT Trans Semarang ...	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.2 Frekuensi responden menggunakan/memanfaatkan promosi penjualan yang ditawarkan oleh BRT Trans Semarang ...	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 <i>Behavior</i> / Perilaku	Error! Bookmark not defined.
3.3.3.1 Perilaku responden berupa ketertarikan dari promosi penjualan BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3.2 Perilaku responden yang memprioritaskan BRT Trans Semarang karena adanya promosi penjualan	Error! Bookmark not defined.
3.3.4 Kategorisasi Terpaan Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
	defined.

3.4 Terpaan *Online customer review* di Instagram**Error! Bookmark not defined.**

3.4.1 Frekuensi.....**Error! Bookmark not defined.**

3.4.1.1 Responden mengunjungi media sosial Instagram @transsemarang sebanyak 5 kali atau lebih dalam seminggu **Error! Bookmark not defined.**

3.4.1.2 Responden melihat atau membaca ulasan konsumen tentang pelayanan BRT Trans Semarang pada Instagram @transsemarang sebanyak 5 kali atau lebih dalam seminggu.....**Error! Bookmark not defined.**

3.4.2 Durasi.....**Error! Bookmark not defined.**

3.4.2.1 Responden melihat atau membaca ulasan konsumen tentang pelayanan BRT Trans Semarang di Instagram @transsemarang lebih dari 3 menit.....**Error! Bookmark not defined.**

3.4.2.1 Ketertarikan responden terkait dengan pelayanan BRT Trans Semarang setelah melihat atau membaca ulasan konsumen selama lebih dari 3 menit**Error! Bookmark not defined.**

3.4.3 Atensi**Error! Bookmark not defined.**

3.4.3.1 Responden mendapatkan informasi terkait dengan fasilitas dan kualitas armada bus BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang**Error! Bookmark not defined.**

3.4.3.2 Responden mendapatkan informasi terkait estimasi waktu tunggu bus BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang**Error! Bookmark not defined.**

3.4.3.3 Responden mendapatkan informasi terkait dengan fasilitas dan kualitas halte/shelter BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang**Error! Bookmark not defined.**

3.4.3.4 Responden mendapatkan informasi terkait dengan pelayanan karyawan (sopir, petugas bus, dan petugas halte) BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang **Error! Bookmark not defined.**

3.4.3.5 Responden mendapatkan informasi terkait dengan kualitas sistem pembayaran non tunai BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang.**Error! Bookmark not defined.**

3.4.3.6 Responden mendapatkan informasi terkait dengan performa aplikasi BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang**Error! Bookmark not defined.**

3.4.4 Kategorisasi Terpaan *Online customer review*..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5 Minat Menggunakan BRT Trans Semarang .**Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Minat Transaksional.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.1 Ketertarikan responden menggunakan BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.2 Rencana responden menggunakan BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Minat Preferensial.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.1 Sejauh mana responden menjadikan BRT Trans Semarang sebagai transportasi umum pilihan utama.	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.2 Sejauh mana responden tetap menjadikan BRT Trans Semarang sebagai transportasi umum pilihan utama apabila transportasi umum lainnya juga mengadakan promosi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Minat Referensial.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3.1 Seberapa sering responden merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain	Error! Bookmark not defined.
3.5.3.2 Sejauh mana responden merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain dibandingkan dengan transportasi umum lainnya .	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 Minat Eksploratif	Error! Bookmark not defined.
3.5.4.1 Responden mencari informasi lebih lanjut tentang BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.4.2 Frekuensi responden dalam mencari informasi lebih lanjut tentang BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.5.5 Kategorisasi Minat Menggunakan BRT Trans Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Analisis Regresi Ordinal antara Terpaan Promosi Penjualan (X1) terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang (Y).	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Uji Kecocokan Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Uji Keakuratan Model	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Koefisien Determinasi Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Regresi Ordinal antara Terpaan <i>Online customer review</i> di Instagram (X2) terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Uji Kecocokan Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Uji Keakuratan Model	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Koefisien Determinasi Model.....	Error! Bookmark not defined.

4.3 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Pengaruh Terpaan <i>Online customer review</i> di Instagram terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
Lampiran: Matriks dan Kuesioner Penelitian....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran: Tabel Induk	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Promosi Penjualan BRT Trans Semarang **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 Pengguna Bulanan Terbanyak di Instagram..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.3 Online Customer Review Positif terkait Pelayanan **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.4 Online Customer Review Negatif terkait Pelayanan..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1 Tampilan Aplikasi Trans Semarang....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.2 Media Sosial BRT Trans Semarang (@transsemarang) **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penumpang bulanan BRT Trans Semarang tahun 2020- Juli 2022 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Terpaan Promosi Penjualan... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Terpaan Online customer review di Instagram **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan BRT Trans Semarang.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1 Hasil Uji Kecocokan Model.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2 Hasil Uji Keakuratan Model**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4 Hasil Uji Kecocokan Model**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5 Hasil Uji Keakuratan Model**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR DIAGRAM

- Diagram 3.1 Persebaran Persentase Jenis Kelamin Responden. **Error! Bookmark not defined.**
- Diagram 3.2 Persebaran Persentase Usia Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Diagram 3.3 Persebaran Persentase Domisili Responden... **Error! Bookmark not defined.**
- Diagram 3.4 Persebaran Persentase Pekerjaan Responden. **Error! Bookmark not defined.**
- Diagram 3.5 Persebaran Persentase Kendaraan Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Diagram 3.6 Persebaran Persentase Pengetahuan Responden dari Promosi Penjualan **Error! Bookmark not defined.**
- Diagram 3.7 Persebaran Persentase Pengetahuan Responden terkait Merchant/Rekan Usaha **Error! Bookmark not defined.**
- Diagram 3.8 Persebaran Persentase Pengetahuan Responden terkait Insentif dari Promosi Penjualan BRT Trans Semarang **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.9 Persebaran Persentase Responden Rutin Mengecek Informasi terkait Promosi Penjualan.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.10 Persebaran Persentase Responden Menggunakan Promosi Penjualan 3 Kali atau Lebih dalam Masa Periode Promosi. **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.11 Persebaran Persentase Responden tertarik dengan Promosi Penjualan BRT Trans Semarang.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.12 Persebaran Persentase Responden Memprioritaskan BRT Trans Semarang dengan Adanya Promosi Penjualan.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.13 Kategorisasi Terpaan Promosi Penjualan..... **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.14 Persebaran Persentase Responden Pernah Mengunjungi Instagram @transsemarang Sebanyak 5 Kali atau Lebih dalam Seminggu. **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.15 Persebaran Persentase Responden Pernah Membaca Ulasan Konsumen di Instagram @transsemarang Sebanyak 5 Kali atau Lebih dalam Seminggu**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.16 Persebaran Persentase Responden Pernah Melihat/Membaca Ulasan Konsumen di Instagram @transsemarang Lebih dari 3 Menit **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.17 Persebaran Persentase Ketertarikan Responden Setelah Melihat/Membaca Ulasan Konsumen di Instagram @transsemarang Lebih dari 3 Menit**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.18 Persebaran Persentase Responden Mendapatkan Informasi tentang Fasilitas dan Kualitas Bus**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.19 Persebaran Persentase Responden Mendapatkan Informasi tentang Estimasi Waktu Tunggu Bus**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.20 Persebaran Persentase Responden Mendapatkan Informasi tentang Kualitas Halte/Shelter**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.21 Persebaran Persentase Responden Mendapatkan Informasi tentang Pelayanan Karyawan.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.22 Persebaran Persentase Responden Mendapatkan Informasi tentang Sistem Pembayaran Non Tunai**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.23 Persebaran Persentase Responden Mendapatkan Informasi tentang Aplikasi Trans Semarang**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.24 Kategorisasi Terpaan Online customer review di Instagram . **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.25 Persebaran Persentase Responden Tertarik Menggunakan BRT Trans Semarang.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.26 Persebaran Persentase Responden Berencana Menggunakan BRT Trans Semarang.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.27 Persebaran Persentase Responden Menjadikan BRT Trans Semarang sebagai Pilihan Utama.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.28 Persebaran Persentase Responden Menjadikan BRT Trans Semarang sebagai Pilihan Utama meskipun Ada Tawaran Menarik dari Transportasi Lain.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.29 Persebaran Persentase Responden Memberi Rekomendasi BRT Trans Semarang kepada Orang Lain**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.30 Persebaran Persentase Responden Merekomendasikan BRT Trans Semarang Dibanding dengan Transportasi Umum Lain **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.31 Persebaran Persentase Responden Mencari Informasi Lebih Lanjut tentang BRT Trans Semarang.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.32 Persebaran Persentase Frekuensi Responden Mencari Informasi Lebih Lanjut tentang BRT Trans Semarang.....**Error! Bookmark not defined.**

Diagram 3.33 Kategorisasi Minat Menggunakan BRT Trans Semarang..... **Error! Bookmark not defined.**

