

LAMPIRAN

Lampiran: Matriks dan Kuesioner Penelitian

MATRIKS KUESIONER

No	Variabel	Indikator	Tolok Ukur	Skala Data
1	Terpaan Promosi Penjualan (X1)	Pengetahuan	Responden memiliki pengetahuan dan mampu mengingat pesan atau informasi promosi penjualan dari BRT Trans Semarang	Ordinal
		Frekuensi	Responden dapat menyebutkan frekuensinya menggunakan promosi penjualan yang ditawarkan oleh BRT Trans Semarang	
		Behavior/perilaku	Responden dapat menyebutkan efek perubahan perilaku dari tawaran promosi penjualan BRT Trans Semarang	
2	Terpaan <i>Online customer review</i> (X2)	Frekuensi	Responden dapat menyebutkan frekuensi mereka dalam membaca ulasan positif dan negatif tentang pelayanan BRT Trans Semarang di Instagram @transsemarang	Ordinal
		Durasi	Responden dapat menyebutkan durasi mereka dalam membaca ulasan positif dan negatif tentang pelayanan BRT Trans Semarang di Instagram @transsemarang	
		Atensi/perhatian	Responden dapat mengetahui ulasan online konsumen tentang pelayanan BRT Trans Semarang di Instagram @transsemarang	
3	Minat Menggunakan BRT Trans Semarang (Y)	Minat Transaksional	Keinginan responden untuk melakukan transaksi atau menggunakan BRT Trans Semarang	Ordinal

		Minat Preferensial	Keinginan responden untuk menjadikan BRT Trans Semarang sebagai pilihan utama dalam menggunakan transportasi publik
		Minat Referensial	Keinginan responden untuk menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan BRT Trans Semarang
		Minat Eksploratif	Keinginan responden untuk mencari tahu informasi lebih lanjut tentang BRT Trans Semarang

KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan nama saya Iqbal Aulia Ahsan, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan *Online customer review* di Instagram terhadap Minat Menggunakan BRT Trans Semarang”.

Berikut adalah kriteria responden yang saya butuhkan, yaitu:

1. Laki-laki dan perempuan
2. Domisili Kota Semarang
3. Usia 14-27 tahun
4. Aktif menggunakan media sosial Instagram dan mengikuti instagram @transsemarang
5. Pernah menggunakan BRT Trans Semarang dalam tiga bulan terakhir
6. Pernah terterpa promosi penjualan BRT Trans Semarang
7. Pernah melihat atau membaca ulasan konsumen terkait dengan pelayanan BRT Trans Semarang di Instagram BRT Trans Semarang (@transsemarang)
8. Akses rute kegiatan (bekerja, bersekolah, dll) dilewati oleh trayek bus/feeder BRT Trans Semarang

Apabila saudara/i memenuhi kriteria diatas, saya mohon kesediaan untuk mengisi kuesioner berikut. Identitas dan data dari saudara/i akan dijaga kerahasiannya oleh peneliti. Atas partisipasi saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Daftar Pertanyaan

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Domisili : (Kecamatan)
5. Pekerjaan :
6. No. HP :
7. Kendaraan :

Pertanyaan Pengantar

8. Apakah Anda pernah menggunakan BRT Trans Semarang dalam rentang waktu 3 tahun terakhir?
 - a. Ya
 - b. Tidak
9. Apakah Anda pernah terterpa promosi penjualan dari BRT Trans Semarang?
 - a. Ya
 - b. Tidak
10. Apakah Anda pernah melihat ulasan dari konsumen terkait dengan pelayanan BRT Trans Semarang di Instagram @transsemarang?
 - a. Ya
 - b. Tidak
11. Apakah rute Anda (bekerja, bersekolah, dll) dilewati/diakses oleh trayek bus/feeder BRT Trans Semarang?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Terpaan Promosi Penjualan

Pengetahuan

12. Promosi penjualan dari BRT Trans Semarang
 - a) Cashback 50% LinkAja
 - b) Diskon BRIZZI Rp 500
 - c) Cashback 100% Astrapay
 - d) Diskon QRIS Rp 500
 - e) Cashback 65% ShopeePay
 - f) Cashback OVO 50%

Dari beberapa pilihan diatas, manakah yang merupakan promosi dari BRT Trans Semarang?

- a. (a, b, c) benar 3
- b. (b, c, d) benar 2
- c. (a, e, f) benar 1
- d. (d, e, f) benar 0

13. Merchant atau rekan usaha (perbankan & e-wallet) dari promosi BRT Trans Semarang
 - a) LinkAja
 - b) AstraPay
 - c) Brizzi
 - d) QRIS
 - e) ShopeePay
 - f) OVO

Dari beberapa pilihan diatas, manakah yang merupakan merchant BRT Trans Semarang?

- a. (a, b, c) benar 3
- b. (a, c, e) benar 2
- c. (b, d, f) benar 1
- d. (d, e, f) benar 0

14. Insentif yang didapatkan dari promosi BRT Trans Semarang
- a) Mendapatkan cashback berupa saldo pada aplikasi pembayaran
 - b) Promosi dapat digunakan lebih dari 1 kali selama periode berlangsung
 - c) Promo cashback tidak ada ketentuan minimal transaksi
 - d) Promo cashback memiliki ketentuan minimal transaksi
 - e) Promosi hanya bisa digunakan satu kali selama periode berlangsung
 - f) Mendapatkan cashback berupa coin pada aplikasi pembayaran

Dari beberapa pilihan diatas, manakah keuntungan yang didapatkan dari promosi BRT Trans Semarang?

- a. (a, b, c) benar 3
- b. (a, c, d) benar 2
- c. (b, d, f) benar 1
- d. (d, e, f) benar 0

Frekuensi

15. Saya rutin untuk mengecek informasi terkait promosi penjualan BRT Trans Semarang yang ada pada media sosial instagram @transsemarang
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
16. Saya menggunakan/memanfaatkan promosi penjualan yang ditawarkan oleh BRT Trans Semarang 3 kali atau lebih dalam satu masa periode?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju

Behavior/perilaku

17. Saya tertarik dengan semua jenis promosi penjualan yang ditawarkan oleh BRT Trans Semarang?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
18. Dengan adanya promosi-promosi penjualan, saya menjadi lebih memprioritaskan BRT Trans Semarang sebagai transportasi umum pilihan utama?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju

Terpaan *Online customer review* di Instagram

Frekuensi

19. Saya mengunjungi media sosial Instagram BRT Trans Semarang @transsemarang sebanyak 5 kali atau lebih dalam seminggu?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
20. Saya melihat atau membaca ulasan konsumen tentang pelayanan BRT Trans Semarang pada Instagram @transsemarang sebanyak 5 kali atau lebih dalam seminggu?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju

Durasi

21. Saya melihat atau membaca ulasan konsumen tentang pelayanan BRT Trans Semarang pada Instagram @transsemarang lebih dari 3 menit?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
22. Setelah melihat atau membaca ulasan konsumen tentang pelayanan BRT Trans Semarang pada Instagram @transsemarang lebih dari 3 menit, cukup menarik perhatian saya?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju

Atensi

23. Saya mendapatkan informasi tentang fasilitas dan kualitas armada bus BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
24. Saya mendapatkan informasi tentang estimasi waktu tunggu bus BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
25. Saya mendapatkan informasi tentang fasilitas dan kualitas halte/shelter BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang?

- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
26. Saya mendapatkan informasi tentang pelayanan karyawan (sopir, petugas bus, dan perugas halte/shelter) BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
27. Saya mendapatkan informasi tentang kualitas sistem pembayaran non tunai BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
28. Saya mendapatkan informasi tentang performa aplikasi BRT Trans Semarang dari ulasan konsumen di Instagram @transsemarang?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju

Minat Menggunakan BRT Trans Semarang

Minat Transaksional

29. Sejauh mana Anda tertarik menggunakan BRT Trans Semarang?
- a. Saya tertarik menggunakan BRT Trans Semarang karena kemauan saya sendiri
 - b. Saya tertarik menggunakan BRT Trans Semarang jika ada tawaran yang menarik
 - c. Saya tidak tertarik menggunakan BRT Trans Semarang, namun dapat berubah apabila ada tawaran yang sangat menarik
 - d. Saya tidak akan pernah tertarik menggunakan BRT Trans Semarang
30. Sejauh mana Anda berencana menggunakan BRT Trans Semarang?
- a. Saya berencana untuk menggunakan BRT Trans Semarang dalam waktu dekat ini
 - b. Saya berencana untuk menggunakan BRT Trans Semarang, tetapi tidak dalam waktu dekat ini
 - c. Saya tidak berencana untuk menggunakan BRT Trans Semarang, kecuali ada situasi atau kondisi yang menuntut untuk menggunakannya
 - d. Saya sama sekali tidak berencana untuk menggunakan BRT Trans Semarang dalam situasi dan kondisi apapun

Minat Preferensial

31. Sejauh mana Anda akan menjadikan BRT Trans Semarang sebagai transportasi umum pilihan utama?
- Saya hanya akan menggunakan BRT Trans Semarang
 - Saya akan menggunakan BRT Trans Semarang, tetapi masih menggunakan transportasi umum lain
 - Saya menggunakan BRT Trans Semarang sebagai alternatif akhir dari transportasi umum lainnya
 - Saya tidak akan mau menggunakan BRT Trans Semarang dan lebih memilih transportasi umum lain
32. Apabila transportasi umum lainnya mengadakan promosi, apakah anda akan tetap menjadikan BRT Trans Semarang sebagai transportasi umum pilihan utama?
- Saya tetap akan menggunakan BRT Trans Semarang meskipun promosi transportasi umum lain lebih menarik
 - Saya akan menggunakan BRT Trans Semarang jika promosi yang ditawarkan lebih menarik daripada transportasi umum lain
 - Saya akan menggunakan transportasi umum lain meskipun promosi yang ditawarkan oleh BRT Trans Semarang sama-sama menarik
 - Saya tetap akan menggunakan transportasi umum lain meskipun promosi BRT Trans Semarang lebih menarik

Minat Referensial

33. Seberapa sering Anda akan merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain?
- Saya selalu merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain
 - Saya beberapa kali merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain
 - Saya belum pernah merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain
 - Saya tidak akan merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain
34. Sejauh mana Anda akan merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain dibandingkan dengan transportasi umum lainnya?
- Saya hanya akan merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain
 - Saya merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain, namun juga masih merekomendasikan transportasi umum lainnya
 - Saya belum pernah merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain, namun sudah merekomendasikan transportasi umum lain
 - Saya tidak akan merekomendasikan BRT Trans Semarang kepada orang lain, namun merekomendasikan transportasi umum lain

Minat Eksploratif

35. Sejauh mana Anda mencari tahu informasi tentang BRT Trans Semarang lebih lanjut?
- Saya selalu mencari tahu informasi lebih lanjut tentang BRT Trans Semarang
 - Saya beberapa kali mencari tahu informasi lebih lanjut tentang BRT Trans Semarang

- c. Saya belum pernah mencari tahu informasi lebih lanjut tentang BRT Trans Semarang
- d. Saya tidak ingin mencari tahu informasi lebih lanjut tentang BRT Trans Semarang

36. Seberapa sering Anda mencari tahu informasi tentang BRT Trans Semarang?

- a. Saya mencari tahu informasi tentang BRT Trans Semarang setiap minggu
- b. Saya mencari tahu informasi tentang BRT Trans Semarang setiap bulan
- c. Saya belum pernah sama sekali mencari tahu informasi tentang BRT Trans Semarang
- d. Saya tidak akan mencari tahu informasi tentang BRT Trans Semarang

Lampiran: Tabel Induk

No	Terpaan Promosi Penjualan (X1)							Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	4	4	3	3	3	4	4	25
2	4	3	4	3	4	4	3	25
3	2	3	4	3	2	3	2	19
4	4	3	4	3	3	4	3	24
5	3	4	4	3	2	4	3	23
6	3	4	4	3	3	4	3	24
7	2	1	3	4	4	4	3	21
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	3	2	4	4	4	3	3	23
10	4	4	3	3	4	4	4	26
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	2	3	4	3	3	4	3	22
14	3	3	3	3	3	3	3	21
15	4	4	3	3	3	4	4	25
16	4	3	3	4	4	4	4	26
17	4	4	3	4	3	1	2	21
18	4	4	4	3	3	3	3	24
19	2	1	4	3	4	4	3	21
20	4	4	4	4	4	4	3	27
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	3	4	3	4	3	4	25
23	3	3	3	3	3	3	3	21
24	4	3	4	3	4	3	4	25
25	4	3	3	4	4	4	3	25
26	4	4	4	4	3	4	3	26
27	2	3	4	4	4	4	4	25
28	4	4	4	2	3	4	4	25
29	3	3	2	4	4	4	3	23
30	4	4	3	4	4	4	4	27
31	4	4	4	3	3	3	3	24
32	4	3	4	3	3	3	3	23
33	2	3	4	4	3	3	3	22
34	4	3	3	4	3	2	4	23
35	3	3	4	3	3	3	2	21
36	4	3	4	2	3	3	3	22
37	2	1	4	3	2	3	3	18
38	2	2	1	2	2	4	3	16
39	2	3	2	2	2	2	2	15
40	2	3	2	2	2	3	2	16
41	1	1	1	3	2	3	3	14

42	3	3	3	3	2	1	1	16
43	2	3	3	2	2	1	1	14
44	3	3	3	3	2	3	3	20
45	2	4	3	2	2	3	3	19
46	4	4	4	2	2	3	3	22
47	4	4	4	3	2	3	3	23
48	1	1	1	2	2	2	2	11
49	3	4	4	3	3	3	3	23
50	1	1	2	3	3	3	3	16

No	Terpaan <i>Online Customer Review</i> di Instagram (X2)										Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
5	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	31
6	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	32
7	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
10	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	37
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	35
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	35
16	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
17	3	4	3	3	4	2	3	4	1	4	31
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	1	2	3	3	4	4	4	3	3	3	30
20	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
23	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
24	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
25	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	34
26	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	32
27	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	31
28	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	35
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	36
31	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35
32	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	31

33	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	34
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
36	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	33
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	23
39	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	26
40	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	22
41	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	23
42	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	24
43	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	22
44	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	29
45	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	26
46	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	25
47	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	26
48	1	1	1	3	3	3	3	2	2	2	21
49	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	27
50	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31

No	Minat Menggunakan BRT Trans Semarang (Y)								Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	4	3	3	4	3	4	3	3	27
2	4	4	3	3	3	3	3	3	26
3	3	3	2	3	3	3	3	4	24
4	4	4	3	4	3	4	3	4	29
5	4	4	3	2	2	2	3	3	23
6	4	4	3	4	3	3	4	3	28
7	4	4	3	4	3	4	3	4	29
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	4	4	3	4	4	4	4	4	31
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	4	4	4	3	3	3	3	28
14	4	3	3	3	3	3	3	3	25
15	4	4	3	4	3	3	4	4	29
16	4	4	3	4	4	3	3	4	29
17	4	4	3	4	4	2	3	3	27
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	4	4	3	3	3	3	3	3	26
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	1	2	4	27

23	4	3	3	3	4	3	3	3	26
24	4	4	3	3	3	4	4	3	28
25	3	3	3	3	4	3	4	4	27
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	4	3	3	3	4	4	4	4	29
28	3	3	4	4	3	3	3	3	26
29	4	4	3	3	4	3	3	4	28
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	3	3	3	4	3	4	4	28
32	3	3	3	3	3	2	3	3	23
33	4	4	3	4	4	4	4	4	31
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	3	3	3	3	3	3	26
36	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	4	3	3	3	3	3	3	3	25
38	3	2	2	3	2	2	2	2	18
39	3	3	3	3	2	2	3	3	22
40	3	3	2	3	2	2	2	2	19
41	4	3	3	4	3	3	2	2	24
42	4	3	2	3	2	2	3	3	22
43	2	2	2	2	2	2	2	2	16
44	4	4	3	3	3	3	3	3	26
45	4	3	2	3	2	2	3	3	22
46	4	4	3	2	4	4	3	3	27
47	4	2	2	2	3	3	3	3	22
48	4	2	2	2	3	2	2	3	20
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	3	4	3	4	3	3	3	3	26