

www.0Anielsen.com/us/en/newswire/2010/looking-at-lift-inside-online-video-advertising.html

LAMPIRAN A

Matriks dan Daftar Pertanyaan Kuesioner

NO	VARIABEL	INDIKATOR	TOLOK UKUR	PERTANYAAN
1.	Terpaan Iklan Video di Instagram (Skala data: Ordinal)	Responden mengetahui bentuk visual iklan.	Responden dapat mengidentifikasi iklan dari unsur-unsur visualnya dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Dari beberapa gambar berikut, manakah yang merupakan cuplikan iklan “Protokol J3K” dari akun Instagram @gofoodindonesia?
		Responden dapat mengidentifikasi tagline kampanye yang disebutkan dalam iklan video.	Responden dapat mengidentifikasi <i>tagline</i> yang ada dalam iklan “Protokol J3K” dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Dari pilihan berikut, manakah yang merupakan <i>tagline</i> dari Protokol J3K yang ada dalam iklan?
		Responden mengetahui contoh bentuk kegiatan protokol yang digambarkan dalam video iklan.	Responden mengetahui contoh kegiatan Protokol J3K yang digambarkan dalam iklan dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Dari pilihan berikut, manakah yang merupakan kegiatan Protokol J3K yang digambarkan dalam iklan?
2.	Terpaan Iklan Advertorial (Skala data: Ordinal)	Responden dapat menyebutkan media/publisher yang memuat berita advertorial mengenai kampanye Protokol J3K.	Responden mengetahui media/ <i>publisher online</i> yang memuat iklan advertorial Protokol J3K dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Dari pilihan berikut, manakah yang merupakan media atau <i>portal berita online</i> yang memuat iklan advertorial Protokol J3K?
		Responden mengetahui <i>tagline</i> kampanye #J3K yang disebutkan dalam artikel advertorial.	Responden dapat mengidentifikasi <i>tagline</i> yang ditulis dalam iklan “Protokol J3K” dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Dari pilihan berikut, manakah yang merupakan <i>tagline</i> dari Protokol J3K yang ada dalam iklan advertorial?
		Responden mengetahui contoh	Responden mengetahui contoh	Dari pilihan berikut, manakah yang

		kegiatan protokol kesehatan yang disebutkan dalam iklan artikel advertorial.	kegiatan protokol kesehatan yang disebutkan dalam artikel advertorial dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	merupakan kegiatan Protokol J3K yang disebutkan dalam iklan?
3.	Terpaan Konten <i>Celebrity Endorsement</i> (Skala data: Ordinal)	Responden mengetahui bentuk visual konten <i>celebrity endorsement</i> melalui media sosial Instagram.	Responden dapat mengidentifikasi bentuk visual konten <i>celebrity endorsement</i> dari unsur-unsur visualnya dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Dari beberapa gambar berikut, manakah yang merupakan cuplikan dari konten <i>celebrity endorsement</i> Protokol J3K dari @gofoodindonesia?
		Responden mengetahui nama/akun Instagram <i>endorser</i> .	Responden mengetahui nama/akun Instagram <i>endorser</i> dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Siapakah yang menjadi <i>endorser</i> dalam kampanye Protokol J3K?
		Responden memperoleh informasi mengenai kegiatan Protokol J3K yang disampaikan melalui konten <i>endorsement</i> .	Responden mengetahui contoh kegiatan Protokol J3K dari konten <i>endorsement</i> dengan memilih pilihan jawaban yang benar.	Dari beberapa pilihan berikut, manakah yang merupakan contoh fitur/kegiatan protokol kesehatan yang dipromosikan melalui <i>celebrity endorsement</i> kampanye “Protokol #J3K”?
4.	<i>Brand Attitude</i> (Skala data Ordinal)	Responden tertarik untuk menggunakan merek	Responden tertarik untuk menggunakan jasa pesan-antar makanan dari Go-Food.	Apakah Anda tertarik untuk menggunakan jasa pesan-antar makanan dari Go-Food?
		Responden tertarik untuk percaya pada merek	Responden tertarik untuk percaya kepada Go-Food sebagai penyedia jasa pesan-antar makanan pilihannya.	Apakah Anda percaya pada Go-Food sebagai penyedia jasa pesan-antar makanan pilihan Anda?
		Responden senang akan mutu layanan sebuah merek dibanding merek lain	Responden merasa mutu layanan Go-Food lebih baik dibanding merek lain.	Dibanding penyedia jasa pesan-antar makanan lainnya, mutu layanan Go-Food:

		Responden senang akan efek produk dibanding merek lain	Responden setuju atau sangat setuju bahwa efek dari produk lebih disenangi dibanding merek lain.	Efek produk jasa pesan-antar makanan Go-Food lebih baik dibanding merek lainnya
		Responden senang karena produk lebih aman untuk digunakan	Responden setuju atau sangat setuju bahwa dirinya merasa produk jasa Go-Food lebih aman untuk digunakan	Produk jasa Go-Food lebih aman untuk digunakan dibanding merek lainnya
5.	Minat Menggunakan Jasa (Skala data Ordinal)	Responden mempertimbangkan untuk melakukan pemesanan jasa	Responden mempertimbangkan pemesanan jasa Go-Food.	Apakah Anda pernah mempertimbangkan untuk melakukan pemesanan jasa Go-Food?
		Responden tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk jasa	Responden tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai layanan Go-Food.	Apakah Anda tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai layanan Go-Food?
		Responden tertarik untuk mencoba produk jasa	Responden tertarik untuk mencoba layanan Go-Food.	Apakah Anda tertarik untuk mencoba layanan pesan-antar makanan Go-Food?
		Responden ingin mengetahui produk jasa	Responden ingin mengetahui layanan pesan-antar makanan Go-Food	Apakah Anda ingin mengetahui/merasakan layanan pesan-antar makanan Go-Food?
		Responden memiliki kecenderungan yang tinggi untuk menggunakan merek	Responden memilih alternatif Go-Food dibandingkan pilihan penyedia jasa lainnya.	Jika Anda membutuhkan layanan pesan-antar makanan, penyedia jasa manakah yang akan Anda gunakan?

LAMPIRAN B

DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama
2. Jenis kelamin
 - a) Laki-laki

b) Perempuan

3. Usia
4. Alamat (di Semarang)

A. TERPAAN IKLAN VIDEO MELALUI INSTAGRAM

5. Dari beberapa gambar berikut, manakah yang merupakan cuplikan dari video iklan “Protokol #J3K” yang diunggah melalui akun Instagram @gofoodindonesia?



6. Dari beberapa pilihan berikut, manakah yang merupakan *tagline* yang digunakan dalam video iklan “Protokol #J3K” melalui akun Instagram @gofoodindonesia?
 - a. “Mulai aja dulu!”
 - b. “Anytime, Anywhere Shopping”
 - c. “J3K, cara aman hidup nyaman pakai Gojek”
 - d. “Gratis ongkir ke seluruh Indonesia”
7. Dari beberapa pilihan berikut, manakah yang merupakan kegiatan protokol kesehatan yang digambarkan dalam video iklan “Protokol #J3K” melalui akun Instagram @gofoodindonesia?

- a. Sterilisasi perangkat memasak *merchant*, cek suhu badan *driver*, dan pengiriman ke *customer* tanpa kontak fisik.
- b. Transaksi bebas tunai, pengiriman cepat, dan penggunaan sekat pembatas pada armada/kendaraan.
- c. Bebas biaya pengiriman, pemesanan melalui aplikasi, dan penggunaan sekat pada armada/kendaraan.
- d. Penyediaan fasilitas *hand-sanitizer* bagi mitra *driver* Gojek.

B. Terpaan Iklan Artikel Advertorial

8. Dari beberapa pilihan berikut, manakah portal berita *online* yang bekerja sama dalam “Berita Gojek Hari Ini” dan memuat iklan advertorial Protokol J3K?
 - a. Liputan6.com dan timesindonesia.com
 - b. Tribunnews dan JPNN
 - c. Merdeka.com dan okezone.com
 - d. Viva.co.id dan Sindonews
9. Dari beberapa pilihan berikut, manakah yang merupakan *tagline* “Protokol #J3K” yang disebutkan dalam artikel advertorial “Protokol #J3K”
 - a. “Mulai aja dulu!”
 - b. “Bebas ongkir ke seluruh Indonesia.”
 - c. “Cara aman untuk tetap hidup nyaman bersama Gojek.”
 - d. “Your everyday-everything app.”
10. Dari beberapa pilihan berikut, manakah contoh kegiatan protokol kesehatan yang disebutkan dalam artikel advertorial “Protokol #J3K”?
 - a. Vaksinasi COVID-19 untuk mitra *driver* Gojek.
 - b. Pembatasan jam operasional mitra *driver* Gojek.
 - c. Pengecekan kesehatan harian seluruh mitra *driver* Gojek.

- d. Pengiriman makanan bebas biaya tambahan.

C. Terpaan Celebrity Endorsement

11. Siapa nama/akun Instagram selebritis yang menjadi *endorser* @gofoodindonesia melalui Instagram dalam kampanye “Protokol #J3K”?
- Bintang Emon @bintangemon
 - Raffi Ahmad @raffinagita1717
 - Tukul Arwana @tukularwana.official
 - Kunto Aji @kuntoajiw
12. Dari beberapa pilihan berikut, manakah yang merupakan cuplikan konten *celebrity endorsement* melalui Instagram dalam kampanye “Protokol #J3K”?



a.



b.



c.



d.

13. Dari beberapa pilihan berikut, manakah yang merupakan contoh fitur/kegiatan protokol kesehatan yang dipromosikan melalui *celebrity endorsement* kampanye “Protokol #J3K”?

- a. Pengiriman makanan tanpa biaya tambahan
- b. Pengiriman makanan tanpa kontak fisik
- c. Pengecekan suhu tubuh mitra *driver* Gojek
- d. Transaksi hanya melalui aplikasi secara *online*

D. Brand Attitude

14. Apakah Anda tertarik untuk menggunakan jasa pesan-antar makanan dari Go-Food?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tidak Tertarik Tertarik

15. Apakah Anda mempercayai Go-Food sebagai penyedia jasa pesan-antar makanan di masa pandemi COVID-19?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Percaya Tidak Percaya

16. Menurut Anda, dibanding dengan penyedia jasa antar makanan lainnya, mutu layanan dari Go-Food lebih:

20. Apakah Anda tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai layanan pesan-antar makanan dari Go-Food?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tidak Tertarik Tertarik

21. Apakah Anda tertarik untuk mencoba jasa pesan-antar makanan dari Go-Food?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tidak Tertarik Tertarik

22. Apakah Anda tertarik untuk mengetahui jasa pesan antar-makanan dari Go-Food?

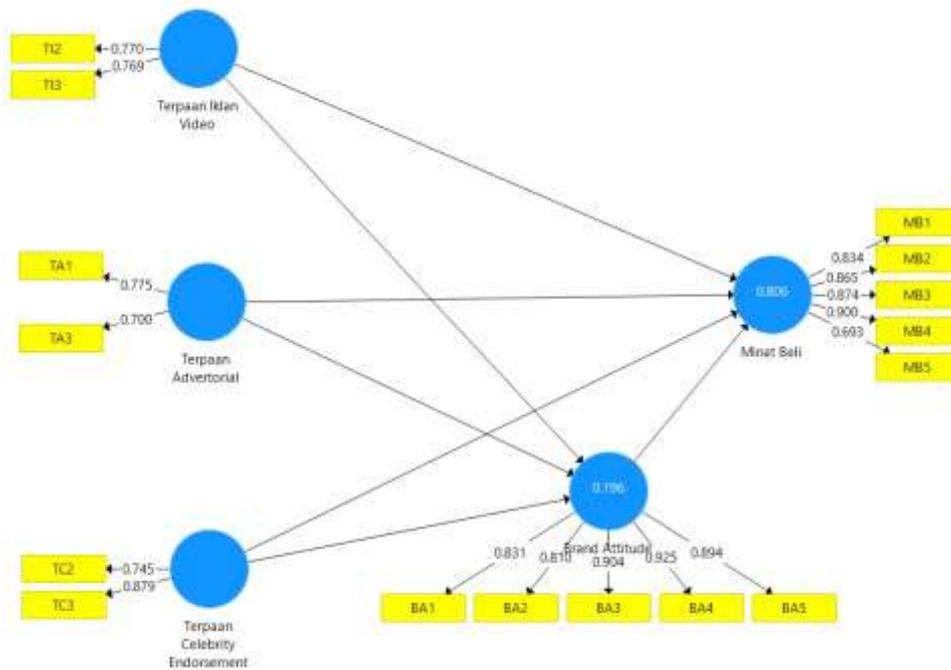
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tidak Tertarik Tertarik

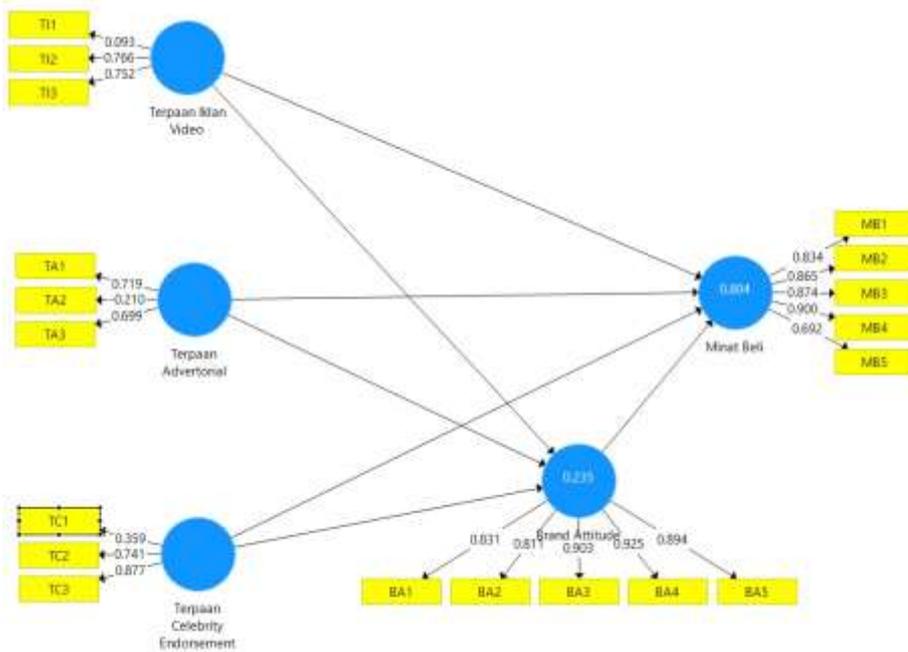
23. Jika Anda membutuhkan layanan pesan-antar makanan, penyedia jasa manakah yang Anda pilih?

- Grab Food
- Go-Food
- Maxim Food & Shop
- Shopee Food

LAMPIRAN C



Model 1



Model 2

Outer Loadings

Matrix	Brand Attitude	Minat Beli	Terpaan Advertorial	Terpaan Celebrity...	Terpaan Iklan Video
BA1	0.831				
BA2	0.810				
BA3	0.904				
BA4	0.925				
BA5	0.894				
MB1		0.834			
MB2		0.865			
MB3		0.874			
MB4		0.900			
MB5		0.693			
TA1			0.775		
TA3			0.700		
TC2				0.745	
TC3				0.879	
TI3					0.769
TI2					0.770

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extr
			Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Brand Attitude			0.942	0.764
Minat Beli			0.920	0.700
Terpaan Advertorial			0.705	0.545
Terpaan Celebrity Endorsement			0.797	0.664
Terpaan Iklan Video			0.744	0.592

Discriminant Validity

	Brand Attitude	Minat Beli	Terpaan Advertorial	Terpaan Celebrity Endorsement	Terpaan Iklan Video
BA1	0.831	0.809	0.230	0.317	0.250
BA2	0.810	0.722	0.323	0.136	-0.004
BA3	0.904	0.795	0.206	0.308	0.318
BA4	0.925	0.786	0.238	0.321	0.249
BA5	0.894	0.772	0.273	0.298	0.317
MB1	0.738	0.834	0.365	0.313	0.364
MB2	0.723	0.865	0.270	0.265	0.223
MB3	0.808	0.874	0.232	0.275	0.191
MB4	0.799	0.900	0.251	0.234	0.302
MB5	0.641	0.693	0.219	0.199	0.296
TA1	0.212	0.262	0.775	0.046	0.154
TA3	0.214	0.208	0.700	0.149	-0.015
TC2	0.214	0.207	0.061	0.745	-0.037
TC3	0.300	0.288	0.137	0.879	0.364
TI2	0.205	0.252	-0.080	0.265	0.770
TI3	0.205	0.251	0.236	0.103	0.769

Path Coefficients

	Original Sa...	Sample Me...	Standard D...	T Statistics (...)	P Values
Brand Attitude -> Minat Beli	0.844	0.846	0.039	21.729	0.000
Terpaan Advertorial -> Brand Attitude	0.238	0.251	0.088	2.691	0.007
Terpaan Advertorial -> Minat Beli	0.067	0.068	0.051	1.312	0.189
Terpaan Celebrity Endorsement -> Brand Attitude	0.246	0.265	0.125	1.963	0.050
Terpaan Celebrity Endorsement -> Minat Beli	0.007	0.006	0.048	0.151	0.880
Terpaan Iklan Video -> Brand Attitude	0.183	0.175	0.101	1.824	0.068
Terpaan Iklan Video -> Minat Beli	0.094	0.084	0.053	1.761	0.078

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square A...
Brand Attitu...	0.196	0.171
Minat Beli	0.806	0.797

f Square

Matrix	f Square	Brand Attitude	Minat Beli	Terpaan Advertorial	Terpaan Celebrity ...	Terpaan Iklan Video
			2.943			
Brand Attitude						
Minat Beli						
Terpaan Advertorial		0.069	0.021			
Terpaan Celebrity Endorsement		0.070	0.000			
Terpaan Iklan Video		0.039	0.041			

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard			
			Original Sample (O)	Sample Mean	Standard D.	T Statistics (O/STD.)	P Values
Terpaan Advertorial -> Brand Attitude -> Minat Beli			0.200	0.212	0.075	2.666	0.008
Terpaan Celebrity Endorsement -> Brand Attitude -> Minat Beli			0.208	0.225	0.108	1.932	0.053
Terpaan Iklan Video -> Brand Attitude -> Minat Beli			0.155	0.147	0.084	1.838	0.066