

KUESIONER

No Responden (diisi oleh peneliti)

I. Karakteristik Responden

Berilah tanda *checklist* (√) pada jawaban yang menurut Anda benar.

1. Jenis Kelamin : Pria Wanita
2. Usia : <15 th 16-25 th >26 th
3. Kota /daerah :
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa PNS
 Wiraswasta TNI/POLRI
 Pegawai swasta lainnya,.....
5. Biaya pengeluaran (per hari) : <50.000 50.000-100.000
 100.000-200.000 >200.000
6. Biaya pengeluaran internet (per bulan): <50.000 50.000-100.000
 100.000-200.000 >200.000
7. Penggunaan social media (per hari) : >10jam/hari >9-3jam/hari <2jam/hari
8. Gadget yang sering digunakan untuk social media:
 Smartphone Laptop komputer warnet dll (disebutkan)
.....

II. Pengalaman dan Penilaian Responden

1. Sudah berapa lama anda menjadi anggota fanpage Sabun Lux ?
 ≤1 bln ≤6 bln ≤1 th >1 th
2. Varian produk lux yang sering digunakan?
 soft touch velvet touch white glamour white radiance
 aqua sparcle fresh splash magical spell secret blise
3. Ukuran /kemasan lux yang sering dipakai?
 Batang Cair
4. Untuk siapa anda membeli sabun Lux ?
 Untuk keperluan pribadi Untuk lainnya
 Untuk keluarga
 Untuk teman

Fachi Hanif Albanna, 2014

Pengaruh *social media marketing facebook* terhadap *brand engagement* (survey pada anggota *fanpage facebook lux*)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

III. SOCIAL MEDIA MARKETING

Petunjuk : Berilah tanda (O) pada kotak jawaban yang telah disediakan sebagai alternatif jawaban yang Anda anggap benar mengenai *social media marketing*!

No	Contoh Pernyataan	Alternatif jawaban								
		Sangat tidak mengetahui	1	2	3	4	5	6	7	Sangat mengetahui
1	Tingkat pengetahuan anda sebagai anggota fanpage lux terhadap produk Lux				<input checked="" type="radio"/>					

Read										
No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
		Sangat tidak mengetahui	1	2	3	4	5	6	7	Sangat mengetahui
1	Tingkat pengetahuan anda mengenai produk Lux									
2	Tingkat kemenarikan berita yang ditampilkan pada halaman fanpage Lux									
3	Tingkat pengetahuan anda mengenai rumah lux beauty lounge									
4	Tingkat pengetahuan anda mengenai jenis/varian produk lux									
Create										
No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
		Sangat tidak mampu	1	2	3	4	5	6	7	Sangat mampu
5	Tingkat kemampuan konten fanpage lux dalam mengembangkan informasi produk lux yang menarik									
6	Tingkat kemampuan konten fanpage lux dalam memberikan informasi terbaru (update)									
7	Tingkat kemampuan konten fanpage lux dalam mengembangkan tema promosi yang menarik									
Share										

Fachi Hanif Albanna, 2014

Pengaruh *social media marketing facebook* terhadap *brand engagement* (survey pada anggota fanpage facebook lux)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
		Sangat tidak menarik	1	2	3	4	5	6	7	Sangat menarik
8	Tingkat kemenarikan video yang di share di halaman fanpage lux dari sumber lain	Sangat tidak menarik	1	2	3	4	5	6	7	Sangat menarik
9	Tingkat kemenarikan berita yang di share di halaman fanpage lux dari sumber lain	Sangat tidak menarik	1	2	3	4	5	6	7	Sangat menarik
10	Tingkat kemenarikan tautan yang di share di halaman fanpage lux dari sumber lain	Sangat tidak menarik	1	2	3	4	5	6	7	Sangat menarik

Discussion										
No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
		Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
11	Tingkat Keterlibatan anda dalam memberikan respon tentang produk pada halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
12	Tingkat Keterlibatan anda dalam memberikan respon tentang promo yang ditawarkan fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
13	Tingkat Keterlibatan anda dalam memberikan respon tentang informasi tips dan trik yang diberikan fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
14	Tingkat Keterlibatan anda dalam memberikan respon tentang informasi share (youtube,blog,web, dll) yang diberikan fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering

IV. BRAND ENGAGEMENT

Petunjuk : Berilah tanda (O) pada kotak jawaban yang telah disediakan sebagai alternatif jawaban yang Anda anggap benar mengenai *brand engagement*!

Consumption										
No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
		Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
15	Tingkat Frekuensi keterlibatan anda dalam membaca konten di halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
16	Tingkat Frekuensi keterlibatan anda dalam mengunduh konten di halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering

Fachi Hanif Albanna, 2014

Pengaruh *social media marketing facebook* terhadap *brand engagement* (survey pada anggota fanpage facebook lux)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

17	Tingkat Frekuensi keterlibatan anda dalam me “Like” konten di halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
18	Tingkat Frekuensi keterlibatan anda dalam memberikan komentar yang disukai maupun tidak disukai di halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
19	Tingkat Frekuensi keterlibatan anda dalam merekomendasikan konten terhadap orang lain di halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering

Curation										
No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
20	Tingkat selektifitas anda dalam memilih konten di halaman fanpage lux	Tidak selektif	1	2	3	4	5	6	7	Sangat selektif
21	Tingkat selektifitas anda dalam menyaring informasi di halaman fanpage lux	Tidak selektif	1	2	3	4	5	6	7	Sangat selektif
22	Tingkat selektifitas anda dalam memberikan komentar yang berkualitas di halaman fanpage lux	Tidak selektif	1	2	3	4	5	6	7	Sangat selektif
23	Tingkat Keterlibatan anda untuk memotivasi anggota fanpage lux yang lain dalam menciptakan sebuah dialog atau forum mengenai sabun lux di halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
Creation										
No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
24	Tingkat keterlibatan anda dalam pemungutan ide-ide/ tips-tips yang diberikan di halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
25	Tingkat daya pikir /bayangan yang muncul ketika melihat konten-konten pada halaman fanpage lux	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering
26	Tingkat keaktifan anda dalam membagi pengalaman menggunakan produk lux serta mempublikasikannya dalam halaman fanpage	Sangat tidak aktif	1	2	3	4	5	6	7	Sangat aktif

Fachi Hanif Albanna, 2014

Pengaruh *social media marketing facebook* terhadap *brand engagement* (survey pada anggota fanpage facebook lux)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	lux									
Collaboration										
No	Pernyataan	Alternatif jawaban								
27	Tingkat frekuensi anda dalam mempromosikan produk lux kepada orang lain secara sukarela	Sangat jarang	1	2	3	4	5	6	7	Sangat sering

Terima kasih

Fachi Hanif Albanna, 2014

Pengaruh *social media marketing facebook* terhadap *brand engagement* (survey pada anggota *fanpage facebook lux*)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu