

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Selamat pagi/siang/sore/malam,

Saya Alma Raihannah Jusuf dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya saat ini sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kampanye Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Lokal di Sociolla (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasa pada Wanita di Jakarta).

Mohon kesediaan teman-teman untuk meluangkan waktu dan menjawab pernyataan seputar penelitian.

Adapun kriteria responden sebagai berikut:

1. Wanita usia 18-30 tahun
2. Berdomisili di DKI Jakarta
3. Pengguna Skincare
4. Mengetahui Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya
5. Pernah Melakukan Pembelian Produk di Sociolla Minimal 1x

Jawaban yang Anda berikan akan DIRAHASIAKAN dan hanya akan digunakan dalam penelitian ini. Untuk pertanyaan lebih lanjut, Anda dapat menghubungi email alma.raihannahjusuf@student.upj.ac.id

Terima kasih atas waktu dan kesediannya, partisipasi Anda akan sangat membantu jalannya penelitian ini.

Hormat saya,

Alma Raihannah Jusuf

Berilah tanda (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan Anda.

Nama :

Usia

<input type="checkbox"/>	18 - 20	<input type="checkbox"/>	24 - 26
<input type="checkbox"/>	21 - 23	<input type="checkbox"/>	27 - 30

Status Pekerjaan

<input type="checkbox"/>	Pelajar/Mahasiswa
<input type="checkbox"/>	Pekerja Kantoran
<input type="checkbox"/>	Ibu Rumah Tangga
<input type="checkbox"/>	_____

Berdomisili di DKI Jakarta

<input type="checkbox"/>	Jakarta Pusat
<input type="checkbox"/>	Jakarta Utara
<input type="checkbox"/>	Jakarta Barat
<input type="checkbox"/>	Jakarta Selatan
<input type="checkbox"/>	Jakarta Timur
<input type="checkbox"/>	Kab. Adm. Kepulauan Seribu

Pernah/Sedang Menggunakan *Skincare*

<input type="checkbox"/>	Ya
<input type="checkbox"/>	Tidak

Pernah Melakukan Pembelian Produk di Sociolla Minimal 1x

<input type="checkbox"/>	Ya
<input type="checkbox"/>	Tidak

Mengetahui Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya

<input type="checkbox"/>	Ya
<input type="checkbox"/>	Tidak

Pada sesi ini, Anda diminta untuk menjawab pernyataan seputar Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya dan Keputusan Pembelian pada Produk *Skincare* di Sociolla.

Keterangan Mengisi Kuesioner:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Mohon untuk mengisi semua pertanyaan dalam kuesioner kami dengan jujur.

Variabel X

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya dibuat untuk Mendukung Produk Kecantikan Lokal di Indonesia				
2.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya dapat Menciptakan Kesejahteraan Produk Kecantikan Lokal di Indonesia				
3.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Mendukung Produk Kecantikan Lokal Secara Mendalam				
4.	Informasi dalam Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Mudah Dipahami				
5.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Meningkatkan Pemahaman Terkait Produk Kecantikan Lokal di Indonesia				
6.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Dapat Meningkatkan Produktivitas Produk Kecantikan Lokal				

Variabel Y

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya Menyukai Aksi Sosial seperti Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya				
2.	Saya Bersimpatik untuk Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal dalam Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Setelah Memahami Tujuan Kampanye				
3.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Membuat Saya Penasaran pada Produk <i>Skincare</i> Lokal yang Ditawarkan				
4.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Membuat Saya Tertarik Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal di Sociolla karena Produk yang Ditawarkan Merupakan Produk Favorit Tasya Farasya				
5.	Saya Tertarik Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal di Sociolla karena Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya				
6.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Membuat Saya Tertarik Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal di Sociolla karena Mendukung Produk Kecantikan Lokal Indonesia				
7.	Saya Pernah Mendiskusikan Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Bersama Orang Disekitar				
8.	Saya Merasa Bertukar Pikiran dan Pendapat Mengenai Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Merupakan Hal Penting				
9.	Saya Mendiskusikan Produk <i>Skincare</i> Lokal dalam Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Sebelum Membelinya di Sociolla				
10.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Membuat Saya Memutuskan untuk Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal di Sociolla Karena Bekerja Sama dengan Tasya Farasya				
11.	Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Membuat Saya				

	Memutuskan untuk Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal di Sociolla karena Mendukung Produk Kecantikan Lokal Indonesia				
12.	Potongan Harga dalam Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya Membuat Saya Memutuskan untuk Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal di Sociolla				
13.	Saya Pernah Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal dalam Kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya di Sociolla				
14.	Saya Akan Memiliki Kepuasan Batin Setelah Membeli Produk <i>Skincare</i> Lokal yang Ditawarkan di Sociolla Karena Dapat Berpartisipasi Mendukung Produk Kecantikan Lokal				

Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup

A L M A

RAIHANNAH

COMMUNICATION STUDENT - PUBLIC RELATIONS



SKILLS

Public Speaking	● ● ● ● ●
Photo & Video Editing	● ● ● ● ●
Script Writing	● ● ● ● ●
Social Media Strategy	● ● ● ● ●
Layout & Creative Design	● ● ● ● ●
PowerPoint	● ● ● ● ●
Problem Solving	● ● ● ● ●

PERSONAL PROFILE

I'm a hardworking person who believe in luck.
I work well in a team and individual and I love to
learn a new things and up for new challenges.

almaraihannah@gmail.com | +62 877-7150-1185

EDUCATION

2015 - 2018	SMAN 82 Jakarta
2018 - Present	Pembangunan Jaya University

EXPERIENCE & ACHIEVEMENTS

• Organization & Event

2019 - 2020	Internal Public Relations in Music Student Activity Unit
2019 - Present	Student Ambassador of Pembangunan Jaya University
2021	Careereers Virtual Job Fair 2021

• Voice Over & Jingle Talent

2010 - Present	TwoDees Music Production House Studio Mimpi Audiopost Gema Studio Sparkling Saint's Studio Little Audiopost Lime Audiopost PickMe Studio Egg Pro Studio Jungle Audiopost Binari Audiopost
2021 - Present	Freelance Dubber at Iyuno Media Group

VO & Jingle Talent for TVC and Digital Ads

• Design

2021	Careereers 2021 @careereers_upj
------	---------------------------------

INTEREST

- Creative Planner
- Social Media Strategy
- Advertising

Lampiran 4 Formulir Pengajuan Sidang Skripsi

	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
 Judul Skripsi/TA : PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

Dosen Pembimbing : 1. Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si
 2. Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom


Dosen Penguji : 1. JAD:
 2. JAD:
 3. JAD:

Jadwal Sidang : Tempat: Hari/Tanggal: 3 Juni 2022


Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	√	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	√	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	√	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	√	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	√	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	√	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	√	

Tangerang Selatan, 1 Juni 2022

Mengajukan	Mengetahui	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
	 Reni Dyanasari	 Fasya Syifa Mutma		
Mahasiswa	Dosen Pembimbing 1	Dosen Pembimbing 2	Koordinator Skripsi/TA	Kaprodi

Lampiran 5 Formulir Pengajuan Skripsi

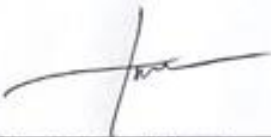


	FORMULIR PENGAJUAN SKRIPSI/TA	SPT-1/03/SOP-28/F-01
		No. Rekam

Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)


Telah memenuhi syarat pengajuan Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	Jumlah sks lulus (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
2	Mata kuliah prasyarat (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
3	IPK minimal 2,00	✓	
4	Tidak sedang terkena sanksi akademik/sanksi lainnya	✓	
5	Poin JSDP (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
6	Mengumpulkan Proposal Skripsi (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
7	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	

Tangerang Selatan, 18 April 2022

Mengajukan,	Menyetujui,	Mengetahui,
		
Alma Raihannah Jusuf	Yosaphat Danis Murtiharso, S.Sn., M.Sn	Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom

Lampiran 6 Formulir Persetujuan Penulisan Skripsi

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PERSETUJUAN PENULISAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-02
		No. Rekamian

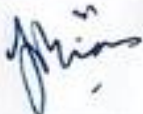

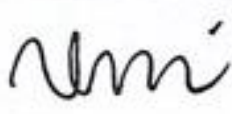

Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

Telah disetujui untuk menulis Skripsi/TA.

Dosen Pembimbing Skripsi/TA yang ditugaskan Prodi adalah:

No	Nama	NIDN	JAD
1	Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	0405038801	Asisten Ahli
2	Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom	0408079601	-

Tangerang Selatan, 18 April 2022

Menugaskan,	Menyetujui,	Menerima,	
			
Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom	Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom	Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom

Lampiran 7 Formulir Persetujuan Skripsi

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LOKAL DI SOCIOLLA

(Studi Kampanye Love Local x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

Nama : ALMA RAIHANNAH JUSUF

NIM : 2018041099

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya

Tangerang Selatan, 1 Juni 2022

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Reni Dyanasari, S.I Kom, M.Si

NIP. 08.0112.001



Fasya Syifa Mutma, S.I Kom, M.I Kom

NIP. 08.0119.002

Kepala Program Studi



Naurissa Biasini, M.I Kom

NIP. 08.0118.003

Lampiran 8 Formulir Pernyataan Originalitas

SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
NIM : 2018041099
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil Skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

1. Adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa Skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan atau pencabutan gelar Sarjana yang saya peroleh.
2. Adalah benar karya saya dengan arahan dari Tim pembimbing dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada Perguruan Tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir Skripsi ini. Dengan ini saya melimpahkan Hak Cipta dari Skripsi saya kepada Universitas Pembangunan Jaya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang Selatan, 1 Juni 2022

Peneliti:










Nama : ALMA RAIHANNAH JUSUF
NIM : 2018041099

Lampiran 9 Formulir Bimbingan Skripsi

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Rekaman





Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)


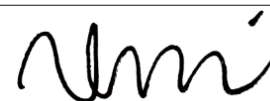

No	Tgl	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	9/2/22	Membedah judul penelitian khususnya pada objek BeautyJournal by Sociolla serta memperkuat data fenomena terkait dan segi yang menarik. BeautyJournal sebagai objek penelitian akan terlalu luas, perlunya mengangkat topik yang lebih spesifik entah pada konten, artikel, video, rubrik, dsb. Mencari fenomena komunikasi pada konsep bisnis omni-channel. Mencari loyalty program/campaign yang dibuat oleh Sociolla disertai data yang valid dan fenomena dan topik menarik. Perlunya menjelaskan keunikan campaign yang dibuat oleh Sociolla dan alasan mengapa kampanye tersebut diangkat dalam penelitian. Mencari kerja sama sukses Tasya Farasya untuk memperkuat penggunaan kampanye. Mencari data terkait target pasar Sociolla. Perlunya membaca penelitian-penelitian yang sejalan dan penelitian terdahulu. Variabel X penelitian harus bisa sejalan dengan Minat Beli sebagai Variabel Y -Data Responden harus dilengkapi. Melanjutkan pengerjaan BAB II & BAB III		
2	8/3/22	Perlunya memperkuat penjelasan mengenai campaign Love Local x Tasya Farasya pada BAB I, serta membuat section khusus yang menjelaskan detail kampanye baik dari apa yang diberikan hingga kegiatan dalam bentuk apa. Memperkuat data mengenai skincare, skincare lokal, produk lokal, program pemerintah mendukung produk lokal, alasan mengapa kampanye Love Local yang berkolaborasi dengan Tasya Farasya, alasan kenapa respondennya wanita usia produktif di Jakarta, dan alasan penggunaan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian. Penulisan BAB I-III harus disesuaikan dengan buku panduan skripsi UPJ FHB & Prodi. Wajib memberikan eksplikasi di setiap sub bab pada BAB II & BAB III. Penelitian terdahulu yang digunakan setidaknya memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dijalankan. Tabel operasionalisasi konsep dan kerangka berpikir perlu diperhatikan lagi. Setelah melengkapi BAB I-III bisa langsung melanjutkan pengerjaan kuesioner penelitian		

		
ALMA RAIHANNAH JUSUF	Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Rekaman





Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

No	Tgl	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
3	12/3/22	Pembuatan kuesioner harus memiliki dasar dari para ahli atau penelitian terdahulu. Kuesioner yang dibuat harus sesuai dengan penjelasan setiap definisi yang ada pada dimensi yang digunakan. Penggunaan dimensi harus sesuai dengan kebutuhan penelitian / sejalan dengan penelitian. Revisi beberapa pernyataan pada kuesioner. Membuat file terpisah terkait kuesioner penelitian dan referensi kuesioner. Final check kuesioner yang akan disebar. Segera membuat dan menyebarkan kuesioner melalui Google Form dengan menambahkan data pendukung pada kuesioner, seperti nama, usia, domisili, mengetahui kampanye, dll sebagai kriteria dalam mengisi kuesioner. Perlunya melakukan pilot testing dengan sesegera mungkin dan melengkapi kekurangan BAB III		
4	14/3/22	Membedah seluruh isi penelitian BAB I-III. Membedah isi penelitian terdahulu. Merevisi beberapa kekurangan pada BAB I-III, seperti kurangnya informasi mengenai keunikan kampanye <i>Love Local</i> x Tasya Farasya dan kenapa memilih e-commerce/beauty marketplace Sociolla pada BAB I, kurangnya konsep produk <i>skincare</i> lokal dan penjelasan kerangka berpikir pada BAB II, serta perlunya untuk sesegera mungkin melakukan pilot testing dan melengkapi kekurangan BAB III penelitian terkait uji-uji yang digunakan. Merubah beberapa kata pada rumusan masalah yang digunakan. Melakukan pengecekan terhadap kata dan kalimat yang masih typo. Penulisan BAB I-III harus disesuaikan dengan buku panduan skripsi. Penambahan penjelasan mengenai manfaat akademis penelitian yang dikaitkan dengan komunikasi. Mengecek Kabupaten Kep. Seribu dalam pembagian wilayah DKI Jakarta. Menambahkan pertanyaan pada data pendukung yang dibutuhkan dalam kuesioner penelitian		


		
ALMA RAIHANNAH JUSUF	Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Rekaman


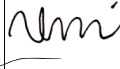



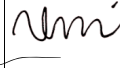
Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

No	Tgl	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
5	14/3/22	Membahas mengenai penggunaan kuesioner penelitian dan referensi kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian harus sejalan dengan yang ingin diteliti dalam penelitian. Penggunaan kuesioner penelitian harus dibuat berdasarkan penjelasan pada dimensi variabel. Jika pengertian penelitian terdahulu tidak sesuai dengan penelitian yang ingin dilakukan saat ini, segera melihat penjelasan-penjelasan menurut ahli yang ada pada dimensi yang digunakan. Segera melakukan pilot testing untuk mengetahui efektivitas kuesioner yang digunakan. Pengerjaan BAB III disertai eksplikansi. Perubahan kata pada Judul penelitian karena lebih dari 12 kata		
6	17/5/22	Menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan. Membahas mengenai responden. Membahas hasil Pilot Testing 30 Responden. Mencari hasil atau komentar-komentar kampanye love local. Melihat postingan-postingan dalam kampanye Love Local x Tasya Farasya pada media atau pun akun media sosial dan website mau pun aplikasi SOCO. Perubahan kerangka berpikir dan menambahkan penjelasan-penjelasan pada sub bab kerangka berpikir. Mempelajari pengertian teori yang digunakan dalam penelitian dan konsep-konsep dalam penelitian yang digunakan. Memperhatikan typo dan format-format terkait dengan pedoman		

		
ALMA RAIHANNAH JUSUF	Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye *Love Local* x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

No	Tgl	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
7	14/5/22	Membahas mengenai kuesioner dan jumlah responden yang sudah didapatkan. Membahas mengenai olah data pada BAB 4. Membahas mengenai format penulisan BAB 4. Pengolahan data perlu segera dilakukan jika responden sudah 400 dan sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Hasil dan Analisis perlu di kaitkan ke dalam setiap konsep BAB 2 yang sesuai dengan pernyataan kuesioner		
8	30/5/22	Membahas mengenai hasil analisis BAB 4. Membahas mengenai format penulisan BAB 4 yang masih belum sesuai dengan ketentuan. Membahas mengenai tahun pada konsep yang digunakan di BAB 2. Membahas mengenai hasil analisis yang ada pada uji hipotesis hingga analisis korelasi dll. Temuan pada BAB 5 perlu dikaitkan dengan keunikan penelitian. Format keseluruhan segera diselesaikan		
9	30/5/22	Membahas mengenai analisis BAB 4. Membahas mengenai pengaitan konsep BAB 1 & 2 pada BAB 4 penelitian. Membahas mengenai pengaitan penelitian terdahulu pada BAB 4 penelitian jika memang dapat dikaitkan dengan penelitian yang dijalankan. Menambahkan konsep-konsep BAB 2 terutama pada konsep komunikasi pemasaran dan kampanye pada analisis BAB 4. BAB 5 harus menjawab rumusan dan tujuan penelitian. File lengkap perlu segera diselesaikan agar dapat dicross check kembali		

		
ALMA RAIHANNAH JUSUF	Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom

Lampiran 10 Formulir Revisi Skripsi

	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		No. Revisi

Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
Judul Skripsi/TA : **PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE LOKAL DI SOCIOLLA (Studi Kampanye Love
Local x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)**

Dosen Pembimbing : 1. Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si
2. Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom
Dosen Penguji : 1. Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom
2. Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos., M.I.Kom

Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal: Jumat, 3 Juni 2022

Revisi yang dilakukan :

1. Form TTD PDF
2. Abstrak "Paradigma" Positivism Bahasa Indonesia dan Inggris
3. Sumber 10 Tahun Terakhir
4. Merubah Margin Tabel BAB II Kajian Literatur
5. Tidak Adanya Model Five-Stage Kotler
6. Menambahkan Penjelasan Tujuan Kampanye pada BAB I dan Keterbatasan Penelitian serta Memperjelas Penggunaan Tujuan Kampanye Sebagai Dimensi Penelitian
7. Menambahkan Potongan Harga Masih Mempengaruhi Walaupun Sudah Ada Kerja Sama dengan Tasya Farasya
8. Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian Ditambahkan Wanita dan Jakarta
9. Tujuan Penelitian Ditambahkan: Ada dan Tidaknya Pengaruh
10. Menyesuaikan Tabel Hasil SPSS dengan Lampiran
11. Memperbesar Gambar pada BAB IV Deskripsi Responden

Tangerang Selatan,



Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom



FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA

SPT-1/04/SOP-06/F-05

Nama Mahasiswa : ALMA RAIHANNAH JUSUF
Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2018041099
Judul Skripsi/TA : **PENGARUH KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LOKAL DI SOCIOLLA** (Studi Kampanye Love Local x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta)

Dosen Pembimbing : 1. Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si
2. Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom

Dosen Penguji : 1. Naurissa Blasini, S.Si., M.I.Kom
2. Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos., M.I.Kom

Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal: Jumat, 3 Juni 2022

Revisi yang dilakukan :

1. Form TTD PDF
2. Abstrak "Paradigma" Positivism Bahasa Indonesia dan Inggris
3. Sumber 10 Tahun Terakhir
4. Merubah Margin Tabel BAB II Kajian Literatur
5. Tidak Adanya Model Five-Stage Kotler
6. Menambahkan Penjelasan Tujuan Kampanye pada BAB I dan Keterbatasan Penelitian serta Memperjelas Penggunaan Tujuan Kampanye Sebagai Dimensi Penelitian
7. Menambahkan Potongan Harga Masih Mempengaruhi Walaupun Sudah Ada Kerja Sama dengan Tasya Farasya
8. Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian Ditambahkan Wanita dan Jakarta
9. Tujuan Penelitian Ditambahkan Ada atau Tidaknya Pengaruh
10. Menyesuaikan Tabel Hasil SPSS dengan Lampiran
11. Memperbesar Gambar pada BAB IV Deskripsi Responden

Tangerang Setoran, 30 Juni 2022

Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos., M.I.Kom

Lampiran 11 Sertifikat LDK



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA

ALMA RAIHANNAH JUSUF

SEBAGAI

PESERTA

COMPLETE

(LATIHAN DASAR KEPEMIMPINAN DAN MAKRAB)

22 - 23 JANUARI 2019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

KEPALA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

RENI DYANASARI. S.I.KOM, M.SI



DEKAN FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS

DR. DION DEWA BARATA, SE, MSM

Lampiran 12 Referensi Kuesioner Penelitian

Variabel X

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1.	Kampanye Go-Pay Pay Day food and beverage dibuat untuk meningkatkan kesejahteraan pengguna.				
2.	Didasari dengan kepentingan perusahaan				
3.	Kampanye Go-Pay Pay Day food and beverage melakukan penawaran secara mendalam				
4.	Pengguna dengan mudah mengetahui informasi yang disampaikan				
5.	Meningkatkan pemahaman akan layanan digital				
6.	Dapat meningkatkan produktivitas				

Variabel Y

No.	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1.	Apakah Anda menyukai aksi sosial dalam bentuk kampanye seperti Art in a Cup?				
2.	Apakah Anda bersimpatik untuk membeli produk dari kampanye Art in a Cup setelah memahami tujuannya?				
3.	Apakah muncul rasa penasaran saat pertama kali mendengar tentang kampanye Art in a Cup?				
4.	Apakah Anda tertarik membeli produk dari kampanye Art in a Cup karena rasa keaslian kopinya begitu kental?				
5.	Apakah Anda tertarik membeli produk dari kampanye Art in a Cup karena anda menyukai kegiatan kampanye sosial?				
6.	Apakah Anda tertarik membeli produk dari kampanye Art in a Cup				

	karena ingin mensejahterakan petani kopi Sumatera?				
7.	Apakah Anda pernah mendiskusikan tentang kampanye Art in a Cup bersama orang disekitar Anda?				
8.	Menurut Anda, apakah penting bertukar pikiran dan pendapat tentang kampanye Art in a Cup bersama orang disekitar Anda?				
9.	Apakah Anda mendiskusikan mengenai produk dari kampanye Art in a Cup sebelum membelinya?				
10.	Apakah Anda memutuskan untuk membeli produk kampanye Art in a Cup karena rasa keaslian kopinya begitu kental?				
11.	Apakah Anda memutuskan untuk membeli produk kampanye Art in a Cup karena peduli dengan kesejahteraan petani kopi sumatera?				
12.	Apakah Anda memutuskan untuk membeli produk kampanye Art in a Cup karena mendapatkan potongan harga?				
13.	Apakah Anda pernah membeli produk kampanye Art in a Cup?				
14.	Apakah terdapat kepuasan batin setelah membeli produk kampanye Art in a Cup sebagai bentuk menyukseskan kampanye ini?				