

# LAMPIRAN

# KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Mohon bantuan pengisian Kuesioner

Kepada Yth : Bapak/ Ibu, Saudara/ i  
Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata 1 Manajemen di Program Studi Manajemen IIB Darmajaya, Saya:

Nama : INDAH NURJANAH  
NPM : 1912110151

Sedang melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *EVENT MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* CALON MAHASISWA IIB DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG DENGAN VARIABEL *SOCIAL MEDIA MARKETING* SEBAGAI VARIABEL MODERASI”** Oleh karena itu saya mohon kesediaan bapak/ibu,saudara/i untuk mengisi kusioner di bawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul akan saya jaga kerahasiaanya dan di gunakan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi ini semata. Atas perhatian bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, Juni 2023  
Peneliti

INDAH NURJANAH  
NPM. 1912110151

Panduan pengisian pernyataan :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agar data dapat sepenuhnya di olah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.
4. Keterangan : SS (Sangat Setuju)  
S (Setuju)  
CS (Cukup Setuju)  
TS (Tidak Setuju)  
STS (Sangat Tidak Setuju)

### IDENTITAS RESPONDEN

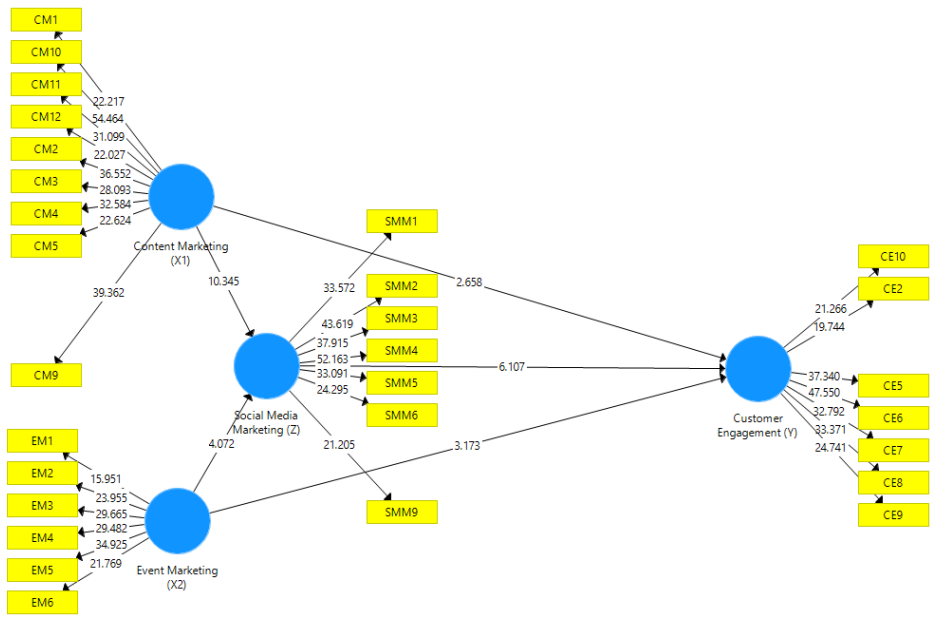
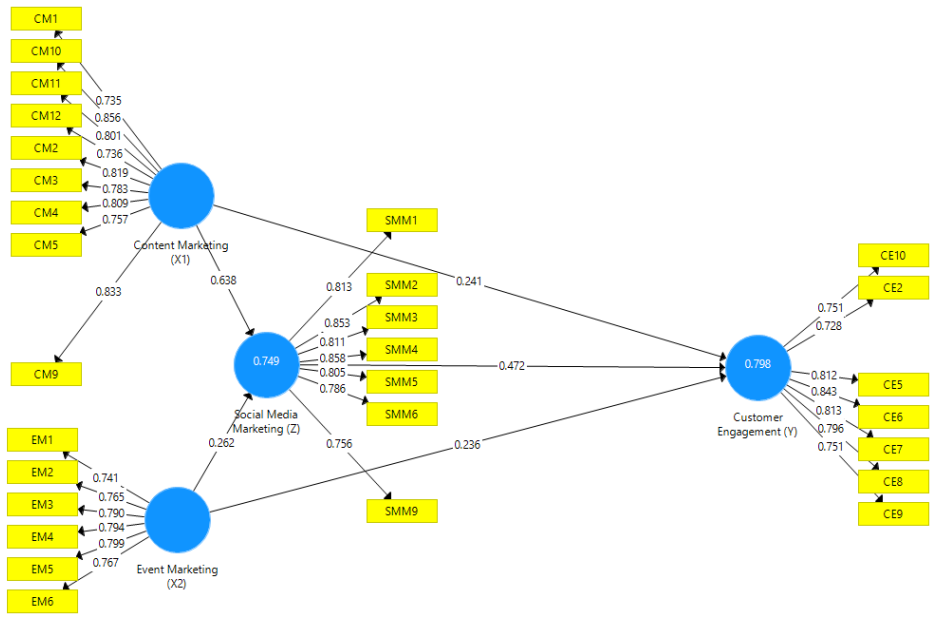
1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
3. Usia :  17 Tahun – 25 Tahun  
 25 Tahun – 35 Tahun
4. Asal Sekolah : .....
5. Tahun Kelulusan : .....
6. Media sosial yang digunakan : .....
7. Apakah anda mengikuti Instagram @darmajayathebest?  
 Ya  Tidak

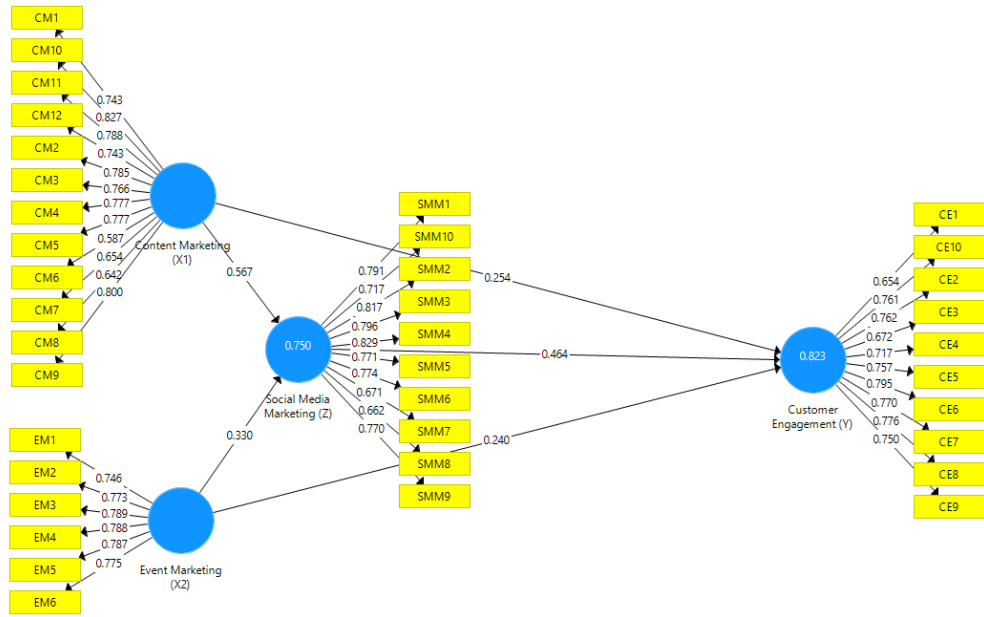
## DAFTAR PERNYATAAN

<i>Content Marketing</i>						
No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<b>Relevansi</b>						
1	Konten IIB Darmajaya menyediakan informasi yang relevan					
2	Konten IIB Darmajaya menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan konsumen					
<b>Akurasi</b>						
3	Konten IIB Darmajaya menyediakan informasi yang akurat					
4	Konten IIB Darmajaya menyediakan informasi yang sesuai dengan kenyataan					
<b>Bernilai</b>						
5	Konten IIB Darmajaya menyediakan informasi yang bernilai					
6	Konten IIB Darmajaya menyediakan informasi yang bermanfaat					
<b>Mudah Dipahami</b>						
7	Konten IIB Darmajaya mudah dipahami					
8	Konten IIB Darmajaya mudah dibaca					
<b>Mudah Ditemukan</b>						
9	Konten IIB Darmajaya mudah ditemukan					
10	Konten IIB Darmajaya mudah dijangkau					
<b>Konsisten</b>						
11	Konten IIB Darmajaya dapat mempertahankan kuantitas					
12	Konten IIB Darmajaya dapat memperbarui informasi					
<i>Event Marketing</i>						
No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<b>Enterprise</b>						
1	IIB Darmajaya membuat kegiatan yang inovatif.					
2	IIB Darmajaya membuat kegiatan yang kreatif.					
<b>Entertainment</b>						
3	Kegiatan IIB Darmajaya memberikan manfaat yang menghibur.					

4	Kegiatan IIB Darmajaya dapat memberikan manfaat yang dirasakan secara langsung.					
<b>Excitement</b>						
5	IIB Darmajaya membuat kegiatan untuk merasakan kebahagiaan, kepuasan, dan kesenangan.					
6	IIB Darmajaya membuat kegiatan dengan memberikan manfaat yang baik.					
<b>Customer Engagement</b>						
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Absorption</b>						
1	Saya merasa senang menjadi calon mahasiswa/i IIB Darmajaya.					
2	Saya merasa bangga menjadi calon mahasiswa/i IIB Darmajaya.					
<b>Enthusiasme</b>						
3	Saya berminat menghadiri <i>event</i> yang diadakan IIB Darmajaya.					
4	Saya ingin mengetahui semua tentang IIB Darmajaya.					
<b>Attention</b>						
5	Saya memperhatikan iklan ( <i>Media Online</i> ) IIB Darmajaya					
6	Saya memperhatikan kegiatan IIB Darmajaya melalui informasi yang beredar.					
<b>Identification</b>						
7	Saya merasa bahwa kampus IIB Darmajaya mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan baik					
8	Saya bersikap positif, mengungkapkan pendapat pada pelanggan lain terhadap IIB Darmajaya					
<b>Interaction</b>						
9	Saya tertarik untuk menyampaikan pendapat atau melakukan percakapan dengan orang lain tentang IIB Darmajaya.					
10	Saya tertarik untuk memberikan <i>comment</i> , <i>like</i> dan <i>share</i> kepada pelanggan lain mengenai IIB Darmajaya.					
<b>Social Media Marketing</b>						
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Online Communities</b>						
1	Mengikuti <i>social media</i> IIB Darmajaya saya merasa telah bergabung dengan komunitas online					

2	Mengikuti social media IIB Darmajaya saya menjadi lebih loyal terhadap promosi yang ditawarkan					
<b>Interaction</b>						
3	Melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya saya selalu mendapatkan informasi terkini (upto-date) mengenai promosi yang ditawarkan					
4	Melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya saya mudah mendapatkan informasi yang saya inginkan					
<b>Sharing Content</b>						
5	Melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya, saya dapat menyebarkan (share) informasi promosi yang ditawarkan IIB Darmajaya kepada pengguna social media lainnya					
6	Melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya, saya dapat bertukar informasi dengan pengguna social media lainnya					
<b>Accesibility</b>						
7	Melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya, saya dapat mudah mengakses karena tidak memerlukan keterampilan khusus untuk mengaksesnya					
8	Melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya, saya dapat mengakses dengan biaya yang relatif murah bahkan tidak perlu mengeluarkan uang dalam penggunaannya					
<b>Credibility</b>						
9	Saya dapat memahami dengan jelas informasi yang disampaikan melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya					
10	Saya lebih yakin dengan promosi produk yang ditawarkan melalui <i>social media</i> IIB Darmajaya					





### f Square

	Content Marketing (X1)	Customer Engagement (Y)	Event Marketing (X2)	Social Media Marketing (Z)
Content Marketing (X1)		0,062		<b>0,541</b>
Customer Engagement (Y)				
Event Marketing (X2)		0,085		0,092
Social Media Marketing (Z)		<b>0,277</b>		

### Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Content Marketing (X1)	<b>0,926</b>	<b>0,927</b>	<b>0,938</b>	<b>0,629</b>
Customer Engagement (Y)	<b>0,896</b>	<b>0,899</b>	<b>0,919</b>	<b>0,618</b>
Event Marketing (X2)	<b>0,868</b>	<b>0,873</b>	<b>0,901</b>	<b>0,603</b>
Social Media Marketing (Z)	<b>0,914</b>	<b>0,915</b>	<b>0,931</b>	<b>0,660</b>



### Path Coefficients

	Content Marketing (X1)	Customer Engagement (Y)	Event Marketing (X2)	Social Media Marketing (Z)
Content Marketing (X1)		0,241		0,638
Customer Engagement (Y)				
Event Marketing (X2)		0,236		0,262
Social Media Marketing (Z)		0,472		

### Specific Indirect Effects

	Specific Indirect Effects
Content Marketing (X1) -> Social Media Marketing (Z) -> Customer Engagement (Y)	0,301
Event Marketing (X2) -> Social Media Marketing (Z) -> Customer Engagement (Y)	0,124