

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Generasi Milenial Kabupaten Pekalongan

Pekalongan

di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan penelitian skripsi pada jurusan Ekonomi Syariah S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K H Abdurrahman Wahid Pekalongan, maka saya:

Nama : Abdillah Fawaz

NIM : 4120197

Judul : PENGARUH *JINGLE*, *TAGLINE* “INDOMIE SELERAKU”, *E-WOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH)* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK MIE INSTAN INDOMIE (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Kabupaten Pekalongan).

Untuk membantu keancaran penelitian ini, saya mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berkenan mengisi kuesioner penelitian ini. Peran Bapak/Ibu/Saudara/I akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian ini.

Atas Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Abdillah Fawaz

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Lengkap :
2. Usia :
 - 29-34
 - 35-39
 - 40-44
3. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. Terakhir Melihat Iklan Indomie :
 - 1-2 minggu
 - 3-4 minggu
 - Lebih dari 1 bulan
5. Terakhir Mengonsumsi Indomie:
 - 1-2 minggu
 - 3-4 minggu
 - Lebih dari 1 bulan

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (✓) centang pada pernyataan-pernyataan dibawah ini berdasarkan dengan kondisi dan keyakinan Bapak/Ibu/Saudara/I. Jawaban yang tersedia meliputi:

- 1) Sangat Setuju (SS) : Skor 5
- 2) Setuju (S) : Skor 4
- 3) Ragu-ragu (R) : Skor 3
- 4) Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

1. Variabel *Jingle* (X1)

No.	Deskripsi	SS	S	R	TS	STS
1.	<i>Jingle</i> iklan <i>brand</i> Indomie “Indomie Seleraku” mudah diingat tanpa harus melihat iklan					
2.	Ketika mendengar <i>Jingle</i> iklan “Indomie Seleraku”, saya langsung berfikir tentang produk mie instan Indomie					
3.	<i>Jingle</i> iklan <i>brand</i> Indomie “Indomie Seleraku” terdengar menyenangkan dan disukai					
4.	<i>Jingle</i> iklan <i>brand</i> Indomie “Indomie Seleraku” selalu terdengar segar dari masa ke masa					
5.	<i>Jingle</i> iklan <i>brand</i> Indomie “Indomie Seleraku” memiliki ciri khas dan dapat melindungi dari para pesaing					

2. Variabel *Tagline* (X2)

No.	Deskripsi	SS	S	R	TS	STS
1.	<i>Tagline</i> “Indomie Seleraku” mudah diingat					
2.	<i>Tagline</i> “Indomie Seleraku” lebih menarik dibandingkan <i>brand</i> lain					
3.	<i>Tagline</i> “Indomie Seleraku” menyampaikan pesan yang jelas tentang lezatnya produk					
4.	<i>Tagline</i> “Indomie Seleraku” membangun citra Indomie sebagai produk mie instan yang menggugah selera.					

3. Variabel *E-WOM* (X3)

No.	Deskripsi	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya sering melihat ulasan tentang Indomie di berbagai <i>platform</i> media sosial.					
2.	Komentar positif tentang Indomie di media sosial membuat saya merasa lebih yakin terhadap kualitas produknya.					
3.	Ulasan positif tentang Indomie di berbagai <i>platform</i> media sosial membangun citra baik Indomie.					
4.	Ulasan positif tentang Indomie di berbagai <i>platform</i> media sosial sering berisi detail informasi kualitas produk Indomie					

4. Variabel *Brand Ambassador* (X4)

No.	Deskripsi	SS	S	R	TS	STS
1.	<i>Brand</i> Indomie memiliki <i>Brand Ambassador</i> yang mendukung					
2.	Informasi dan rekomendasi dari <i>Brand Ambassador</i> meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap <i>brand</i> Indomie					
3.	Penampilan yang menarik dari <i>Brand Ambassador</i> memengaruhi persepsi konsumen terhadap daya tarik <i>brand</i> Indomie					
4.	<i>Brand Ambassador</i> dapat meningkatkan daya tarik yang kuat pada <i>brand</i> Indomie.					

5. Variabel *Brand Awareness* (Y)

No.	Deskripsi	SS	S	R	TS	STS
1.	Indomie merupakan merek yang mudah diingat					
2.	Ketika mendengar iklan “Indomie Seleraku”, saya langsung mengetahui kemasan Indomie					
3.	Ketika mendengar iklan “Indomie Seleraku”, saya ingin membeli produk Indomie					
4.	Ketika mendengar iklan “Indomie Seleraku”, saya ingin mengonsumsi produk Indomie					

Lampiran 2

Google Form Kuesioner

docs.google.com/forms/d/1LidcMdnMkV2RK-MmmnYZVJDsRPEdVLgn8CyR898nvRc/edit

Kuesioner Penelitian

Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

Formulir ini tidak menerima respons. Kelola

Bagian 1 dari 6

Kuesioner Penelitian Akhir

B I U

Kepada Yth.

Generasi Milenial Kabupaten Pekalongan

di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan skripsi pada program studi Ekonomi Syariah S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan, maka saya:

Nama : Abdillah Fawaz

NIM : 4120197

90°F Cloudy

Search

2:28 PM 6/25/2025

Lampiran 3

Data Variabel Responden

Jingle (X1)						Tagline (X2)					E-WOM (X3)				
x1 p1	x1 p2	x1 p3	x1 p4	x1 p5	Tot al x1	x2 p1	x2 p2	x2 p3	x2 p4	Tot al x2	x3 p1	x3 p2	x3 p3	x3 p4	Tot al x3
5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17
5	4	4	4	3	20	5	4	3	4	16	3	4	4	3	14
5	5	5	4	3	22	5	4	4	4	17	3	4	4	3	14
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	3	4	22	4	3	3	4	14	3	4	4	4	15
5	5	4	4	5	23	4	5	3	4	16	5	4	4	4	17
5	4	4	5	5	23	4	5	5	5	19	4	3	4	3	14
3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
5	4	4	3	3	19	4	3	4	4	15	4	4	3	3	14
5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	2	3	4	14
4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12
4	3	3	4	5	19	5	4	4	5	18	3	5	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
3	3	5	3	4	18	3	3	1	3	10	2	4	1	2	9
5	5	5	3	5	23	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
4	4	4	3	3	18	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	5	3	4	4	21	4	3	4	4	15	4	4	3	3	14

5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	17	3	4	4	3	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	3	4	3	15	3	3	4	3	13
5	5	4	4	3	21	5	5	4	4	18	4	3	4	4	15
4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	14	3	4	4	4	15
5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	17	3	3	4	5	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	16	3	4	4	2	13
5	5	4	3	4	21	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14
5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	5	3	4	4	16	3	4	4	4	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	4	24	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18
4	4	4	2	4	18	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	17	3	4	5	4	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	3	5	4	4	16
4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18
4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15

5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	17	2	3	3	2	10
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
5	4	4	3	5	21	4	3	5	4	16	4	3	4	5	16
5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
4	5	4	4	5	22	5	4	4	4	17	2	4	3	3	12
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	2	3	3	3	11
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	22	5	4	5	4	18	4	5	5	3	17
5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15
5	5	5	4	5	24	5	3	5	5	18	4	5	5	4	18
5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	5	1	20	5	4	5	5	19	5	5	5	2	17
4	5	3	2	5	19	5	5	4	4	18	4	3	4	3	14
4	5	5	4	4	22	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
4	5	5	3	5	22	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	18	3	4	4	5	16
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
5	4	4	3	5	21	5	3	2	4	14	5	4	4	4	17

5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	22	5	4	3	4	16	4	4	4	3	15
4	5	4	3	4	20	4	3	4	4	15	3	4	3	5	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	5	5	3	22	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
4	4	4	3	4	19	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15
5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	3	4	5	22	5	4	4	4	17	2	4	4	4	14
5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
4	4	4	3	4	19	5	4	4	2	15	3	4	3	3	13
5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14
4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17

5	5	4	4	4	22	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	17	3	4	4	4	15
4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	5	3	21	3	2	4	2	11	5	4	4	3	16
5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
5	4	5	4	4	22	4	5	4	5	18	4	3	5	5	17
5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17	3	4	4	4	15
5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17

Brand Ambassador (X4)					Brand Awareness (Y)				
x3p1	x3p2	x3p3	x3p4	Total x3	y1p1	y1p2	y1p3	y1p4	Total y1
4	5	4	5	18	5	4	4	5	18
4	4	4	3	15	5	4	3	4	16
3	3	4	4	14	5	5	3	3	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	4	4	5	16	5	5	2	3	15
3	3	4	3	13	5	3	3	3	14
5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	2	3	3	11	4	4	2	3	13
5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
2	3	2	5	12	5	4	3	1	13
4	3	3	3	13	4	3	2	2	11

3	4	4	4	15	4	4	4	5	17
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
4	2	4	4	14	4	5	2	5	16
3	5	5	5	18	4	4	5	4	17
5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
4	4	4	5	17	5	5	3	3	16
3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
4	4	4	5	17	4	5	3	3	15
4	3	4	3	14	4	3	2	2	11
3	3	4	4	14	4	4	3	3	14
4	4	5	5	18	4	5	2	2	13
4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
4	4	4	5	17	4	4	5	3	16
5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
4	5	5	5	19	5	3	2	3	13
4	3	4	4	15	4	4	3	3	14
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	4	4	2	2	12
4	4	4	4	16	5	5	3	4	17
4	4	4	4	16	5	5	5	5	20

3	3	3	3	12	4	4	2	2	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	3	5	18
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
4	4	3	4	15	4	4	3	3	14
5	5	5	4	19	5	3	2	2	12
4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
5	4	4	3	16	3	4	5	4	16
4	4	4	4	16	5	4	2	2	13
4	3	4	4	15	4	4	2	2	12
4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	3	2	2	11
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	4	4	3	14	5	5	3	4	17
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
3	4	4	4	15	5	5	3	3	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	5	5	5	19	2	5	4	5	16
4	3	4	4	15	4	5	4	3	16

5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
3	4	5	5	17	5	5	3	4	17
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	4	4	5	18	5	4	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
4	3	4	3	14	5	5	2	3	15
4	4	4	5	17	5	5	3	5	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	4	5	5	17	5	5	3	3	16
4	4	5	3	16	4	4	5	4	17
3	4	4	4	15	5	4	4	5	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	5	5	3	3	16
4	5	4	4	17	5	5	4	4	18
4	3	3	3	13	4	4	3	3	14
4	4	3	4	15	5	3	4	4	16
5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	5	5	5	5	20

4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	5	5	2	2	14
5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
4	4	4	4	16	4	4	2	2	12
4	4	5	5	18	5	5	3	5	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	5	4	5	4	18
3	3	4	4	14	4	4	4	3	15
4	4	4	4	16	5	5	3	3	16
3	4	4	4	15	4	5	4	4	17
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
3	4	4	3	14	5	4	2	2	13
4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18

Lampiran 4

Deskripsi Data Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	29 - 34 Tahun	91	91.0	91.0	91.0
	35 - 39 Tahun	2	2.0	2.0	93.0

	40 - 44 Tahun	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	34	34.0	34.0	34.0
	Perempuan	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Terakhir Melihat Iklan Indomie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	'1-2 Minggu	43	43.0	43.0	43.0
	'3-4 Minggu	17	17.0	17.0	60.0
	Lebih dari 1 bulan	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Terakhir Mengonsumsi Indomie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	'1-2 Minggu	73	73.0	73.0	73.0
	'3-4 Minggu	13	13.0	13.0	86.0
	Lebih dari 1 Bulan	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Jingle	100	17	25	21.85	2.062
Tagline	100	10	20	17.10	1.931
E-WOM	100	9	20	15.94	2.107
Brand Ambassador	100	11	20	16.46	2.047
Brand Awareness	100	11	20	16.29	2.332
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 6

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Jingle* (X1)

		Correlations					
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	TOTAL. X1
X1P1	Pearson Correlation	1	.466**	.276**	.421**	.152	.653**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.005	<.001	.132	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	.466**	1	.364**	.279**	.319**	.689**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.005	.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	.276**	.364**	1	.492**	.277**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.005	<.001		<.001	.005	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	.421**	.279**	.492**	1	.162	.720**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.005	<.001		.107	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	.152	.319**	.277**	.162	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.132	.001	.005	.107		<.001

	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.653**	.689**	.708**	.720**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.687	.702	5

Lampiran 7

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Tagline* (X2)

		Correlations				
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	TOTAL
X2P1	Pearson Correlation	1	.459**	.327**	.301**	.649**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	.459**	1	.487**	.555**	.828**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X2P3	Pearson Correlation	.327**	.487**	1	.532**	.789**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X2P4	Pearson Correlation	.301**	.555**	.532**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.649**	.828**	.789**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.763	.761	4

Lampiran 8

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *E-WOM* (X3)

		Correlations				
		X3P1	X3P2	X3P3	X.3P4	TOTAL
X3P1	Pearson Correlation	1	.333**	.507**	.420**	.773**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X3P2	Pearson Correlation	.333**	1	.541**	.304**	.687**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100
X3P3	Pearson Correlation	.507**	.541**	1	.483**	.824**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X3P4	Pearson Correlation	.420**	.304**	.483**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.773**	.687**	.824**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.747	.752	4

Lampiran 9

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Brand Ambassador* (X4)

		Correlations				
		X4P1	X4P2	X4P3	X.4P4	TOTAL
X4P1	Pearson Correlation	1	.561**	.530**	.302**	.754**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100
X4P2	Pearson Correlation	.561**	1	.651**	.539**	.867**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X4P3	Pearson Correlation	.530**	.651**	1	.529**	.839**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X.4P4	Pearson Correlation	.302**	.539**	.529**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.754**	.867**	.839**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.810	.812	4

Lampiran 10

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Brand Awareness* (Y)

		Correlations				
		YP1	YP2	YP3	YP4	TOTAL
YP1	Pearson Correlation	1	.371**	.066	.166	.448**

	Sig. (2-tailed)		<.001	.514	.100	<.001
	N	100	100	100	100	100
YP2	Pearson Correlation	.371**	1	.264**	.380**	.641**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.008	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
YP3	Pearson Correlation	.066	.264**	1	.745**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.514	.008		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
YP4	Pearson Correlation	.166	.380**	.745**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.100	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.448**	.641**	.820**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.681	.666	4

Lampiran 11

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59310699
Most Extreme	Absolute	.068

Differences	Positive		.052
	Negative		-.068
Test Statistic			.068
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.299
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.288
		Upper Bound	.311

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Lampiran 12

Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Jingle	.652	1.533
	Tagline	.487	2.054
	E.WOM	.583	1.716
	Brand.Ambassador	.628	1.592

- a. Dependent Variable: Brand Awareness

Lampiran 13

Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.548	1.176		2.167	.033
	Jingle	.090	.061	.181	1.477	.143
	Tagline	-.129	.076	-.241	-1.704	.092
	E.WOM	-.037	.063	-.075	-.581	.563
	Brand.Ambassador	-.032	.063	-.063	-.507	.614

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 14

Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.018	1.899		-.536	.593
	Jingle	.139	.099	.123	1.403	.164
	Tagline	.174	.122	.144	1.428	.157
	E.WOM	.414	.102	.374	4.046	.001
	Brand.Ambassador	.285	.101	.250	2.812	.006

a. Dependent Variable: Brand.Awareness

Lampiran 15

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.507	1.63765

a. Predictors: (Constant), Brand.Ambassador, Jingle, E.WOM, Tagline

b. Dependent Variable: Brand.Awareness

Lampiran 16

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abdillah Fawaz

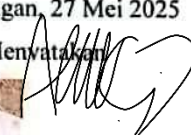
NIM : 4120197

Universitas : Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Alamat : Perum. Villa Pisma Asri Blok A1 No.21 Kel. Podo Kec. Kedungwuni
Kab. Pekalongan

Yang bersangkutan telah melakukan Penelitian/*Survei/Research* di Kabupaten Pekalongan pada Bulan Februari hingga bulan Mei, dengan judul penelitian Pengaruh *Jingle, Tagline "Indomie Seleraku", E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* Dan *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Awareness* Produk Mie Instan Indomie (Studi Kasus Pada Generasi Milenial di Kabupaten Pekalongan).

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, hendaknya keterangan ini dapat digunakan sebagai syarat pemenuhan etika penelitian.

Pekalongan, 27 Mei 2025
Yang Menyatakan


Abdillah Fawaz

Lampiran 17

Dokumentasi Penelitian



Usia 40-44



Usia 35-39



Usia 40 - 44



Usia 29 - 34



Usia 29 - 34

Lampiran 18

RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Abdillah Fawaz
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 22 Juli 2001
3. Alamat : Perum. Vila Pisma Asri Berlian Blok A1 No. 21 Ds.
Podo Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan
4. Nomor : 081548439813
5. Email : abdillahfawaz98@gmail.com
6. Nama ayah : Agus Syarif Hilmi
7. Pekerjaan ayah : Pegawai Kontrak
8. Nama ibu : Siti Hafilah
9. Pekerjaan ibu : Ibu rumah tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MIN Kedungwuni
2. SMP : Darussalam Gontor Ponorogo
3. SMA : Darul Muttaqien Banyuwangi

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. UKM Sport UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. PMII Rayon Ekonomi dan Bisnis Islam

Pekalongan, 27 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Abdillah Fawaz