LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *GREEN ADVERTISING* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* DI INSTAGRAM TERHADAP *BRAND IMAGE* BANK SYARIAH INDONESIA STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG

Identitas Responden

Mohon isi identitas berikut dengan memberi tanda centang (✓) atau mengisi jawaban yang sesuai.

1. Nama/Inisial Responden : ..... *(opsional)*
2. Domisili……..
3. Jenis Kelamin
   ☐ Laki-laki
   ☐ Perempuan
4. Usia
   ☐ 17–25 tahun
   ☐ 26–35 tahun
   ☐ 36–45 tahun
   ☐ >45 tahun
5. Status Responden
   ☐ Mahasiswa/Pelajar
   ☐ Masyarakat Umum
6. Apakah Anda pengguna/nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
   ☐ Ya
   ☐ Tidak
7. Apakah Anda memiliki akun Instagram aktif?
   ☐ Ya
   ☐ Tidak
8. Apakah Anda pernah melihat iklan BSI “Tukar Botolmu dengan Uang” di Instagram?
   ☐ Ya
   ☐ Tidak
9. Apakah Anda pernah memberikan komentar/tanggapan pada iklan tersebut di Instagram?
   ☐ Ya
   ☐ Tidak

10. Seberapa sering Anda menggunakan Instagram dalam sehari?
    ☐ < 1 jam
    ☐ 1–3 jam
    ☐ 4–6 jam
    ☐ > 6 jam

Petunjuk Pengisian:

Berikan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda dengan memberi tanda (✓) pada salah satu pilihan berikut:

A. Green Advertising (X1)

Indikator	No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Kepedulian produk / jasa terhadap lingkungan	1	Iklan Bank Syariah Indonesia memberikan informasi yang jelas bahwa menukar botol plastik dapat membantu mengurangi sampah di lingkungan.					
	2	Visual botol plastik dan mesin penukar dalam iklan Bank Syariah Indonesia membuat saya sadar pentingnya menjaga lingkungan.					
	3	Iklan Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa setiap botol yang ditukarkan memberikan manfaat nyata bagi lingkungan.					
Promosi gaya hidup ramah lingkungan	4	Iklan Bank Syariah Indonesia menginspirasi saya untuk mulai memilah sampah botol plastik di rumah sebelum dibuang.					
	5	Pesan iklan Bank Syariah Indonesia membuat gaya hidup ramah lingkungan					

		terasa menarik karena adanya insentif uang/saldo.					
	6	Iklan Bank Syariah Indonesia mendorong saya untuk menjadikan kegiatan menyetor botol plastik sebagai rutinitas baru yang bermanfaat.					
Citra perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan	7	Program tukar botol ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia Bank yang memiliki komitmen tinggi terhadap lingkungan.					
	8	Penyediaan fasilitas mesin penukar botol dalam iklan mencerminkan tanggung jawab perusahaan.					
	9	Iklan menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia peduli pada lingkungan, tidak hanya mengejar keuntungan.					

B. Pengalaman Pemasaran (X2)

Indikator	No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Sense (Indera)	10	Desain visual (gambar/grafis) pada iklan feed Instagram "tukar botolmu dengan uang" tersebut terlihat sangat menarik dan profesional					
	11	Kualitas audio atau narasi dalam video feed tersebut terdengar jernih dan mendukung pesan iklan.					
	12	Perpaduan warna hijau khas Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam iklan tersebut					

		memberikan kesan segar dan estetik di layar ponsel saya.					
Feel (Emosional)	13	Pesan "Tukar botolmu jadi saldo" dalam iklan tersebut berhasil menyentuh sisi emosional saya untuk lebih peduli pada sampah					
	14	Saya merasa senang melihat inisiatif lingkungan yang ditampilkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam konten Instagram tersebut.					
	15	Konten iklan tersebut membangkitkan rasa simpati saya terhadap masalah limbah plastik di Indonesia.					
Think (Kognitif)	16	Iklan feed tersebut membuat saya berpikir kritis tentang pentingnya daur ulang dalam kehidupan sehari-hari.					
	17	Iklan tersebut memberikan pemahaman baru bagi saya bahwa Bank juga bisa berperan aktif dalam pelestarian alam.					
	18	Konten tersebut memicu rasa ingin tahu saya untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai cara kerja mesin penukar botol RVM.					
Act (Perilaku)	19	Saya melihat iklan tersebut, saya merasa terdorong untuk mulai mengumpulkan botol plastik di rumah.					
	20	Saya tertarik untuk melakukan interaksi seperti (Like, komen, dan save) pada postingan feed Instagram "Tukar Botolmu dengan Uang" tersebut.					
	21	Konten tersebut memotivasi saya untuk mencoba langsung					

		fasilitas “Tukar Botolmu dengan Uang” yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia.					
Relate (Hubungan Sosial)	22	Konten tersebut membuat saya merasa menjadi bagian dari Gerakan peduli lingkungan.					
	23	Konten tersebut mendorong saya berbagi atau berdiskusi dengan orang lain tentang kepedulian lingkungan.					
	24	Konten tersebut membuat saya merasa terhubung dengan Masyarakat yang mendukung gaya hidup ramah lingkungan.					

C. Brand image(Y)

Indikator	No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Brand Identity	25	Saya mengenali identitas visual (Seperti logo atau warna) Bank Syariah Indonesia sebagai simbol Bank yang ramah lingkungan.					
	26	Bank Syariah Indonesia memiliki ciri khas merek yang unik dan mudah dibedakan dari Bank lainnya melalui kampanye lingkungannya.					
	27	Pesan dalam iklan “Tukar Botolmu dengan Uang” sangat konsisten dengan identitas Bank Syariah Indonesia sebagai Bank syariah yang peduli masa depan bumi.					
Brand Personality	28	Bank Syariah Indonesia memiliki karakter merek yang sangat peduli terhadap keberlanjutan alam.					

	29	Bank Syariah Indonesia memiliki kepribadian merek yang modern, profesional, dan Amanah (bertanggung jawab).					
	30	Bank Syariah Indonesia mencerminkan kepribadian merek yang tulus dalam membantu Masyarakat mengurangi sampah plastic.					
Brand Association	31	Saya mengaitkan Bank Syariah Indonesia dengan kegiatan ramah lingkungan setiap kali melihat iklan di Instagram.					
	32	Program kampanye lingkungan seperti "Tukar Botolmu dengan Uang" merupakan hal yang sangat melekat pada citra Bank Syariah Indonesia.					
	33	Saat melihat mesin penukaran botol otomatis, asosiasi pertama yang muncul di pikiran saya Adalah merek Bank Syariah Indonesia.					
Brand Attitude & Behavior	34	Saya memiliki penilaian yang positif terhadap komitmen Bank Syariah Indonesia dalam menjaga lingkungan.					
	35	Saya bersedia merekomendasikan Bank Syariah Indonesia kepada orang lain karena konsistensinya dalam program kepedulian sosial					
	36	Saya merasa lebih tertarik untuk menggunakan layanan layanan Bank Syariah Indonesia karena nilai-nilai lingkungan selaras dengan prinsip saya.					
Brand Benefit & Competence	37	Saya merasa Bank Syariah Indonesia memberikan manfaat nyata bagi kesejahteraan					

		masyarakat melalui program lingkungannya.					
	38	Bank Syariah Indonesia memiliki kemampuan dan keahlian yang mumpuni dalam mengelola program-program berbasis lingkungan secara efektif.					
	39	Bank Syariah Indonesia terbukti kompeten dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan aksi pelestarian alam melalui program "Tukar Botolmu dengan Uang".					

Keterangan Skala

STS = Sangat Tidak Setuju
TS = Tidak Setuju
N = Netral
S = Setuju
SS = Sangat Setuju

TABULASI DATA

Nama Responden	Domisili	Jenis Kelamin	Usia
Hamidah	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Setia	Jl.Bumi Jaya No.18, Pemurus Baru, Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Chairunnisa Rasyida	Handil Bakti	Perempuan	17-25 tahun
Mutia Padila Sari	Tanah Laut, Pelaihari	Perempuan	17-25 tahun
M Raihan Elfisa	Banjarmasin	Laki-laki	17-25 tahun
Nadia Azizah	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Nor Amalia	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Adawiyah	Tumbang Samba Kalimantan Tengah	Perempuan	17-25 tahun
Rima Amalia	Simpang Pait Kec.Long Ikis Kalimantan Timur	Perempuan	17-25 tahun
Husna Mei Sa'adah	Batulicin	Perempuan	17-25 tahun
Ega Zaryanti	Batulicin	Perempuan	17-25 tahun
Maulida Azizah	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Andin	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Rizal Fahmi	Amuntai	Laki-laki	17-25 tahun
Murni	Martapura	Perempuan	17-25 tahun
Yunita	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Nor Hikmah	Tanah Bumbu ,Kalimantan Selatan	Perempuan	17-25 tahun
Ema Oktafia	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Muhammad Ibrahim	Banjarmasin	Laki-laki	17-25 tahun
Hidan Yudistira	Tanah Laut	Laki-laki	17-25 tahun
M.Pahriansyah	Kotabaru	Laki-laki	17-25 tahun
Daffa	Banjarmasin	Laki-laki	17-25 tahun
Akhmad Riadi	Pelaihari	Laki-laki	17-25 tahun
Khairunnisa	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun, 26-35 tahun
Nyoman Agung Widiana	Pelaihari	Laki-laki	17-25 tahun
Zafir	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Nadira	Kandangan	Perempuan	17-25 tahun, 26-35 tahun
Hafizatun Saleha	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun

Rizqy	Pelaihari	Laki-laki	17-25 tahun
Zena Lulu Dhianingtyas	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Mela	Tasikmalaya	Perempuan	17-25 tahun
Rina	Jalan Tunjung Maya Ujung, Banjarmasin Timur	Perempuan	17-25 tahun
Pratama Sadewa	Kalsel	Laki-laki	17-25 tahun
Lisda Safitri	Kotabaru	Perempuan	17-25 tahun
Mega	Sultan Adam	Perempuan	17-25 tahun
Ahmad Zulfahmi	Tanah Bumbu	Laki-laki	17-25 tahun
Mariatul Fadila	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Nor Kumala Sari	Kapuas	Perempuan	17-25 tahun
Muhammad Fauzan	Banjarmasin	Laki-laki	17-25 tahun
Aulia	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Daega Amanda Riani	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Marlinda Nurwahyuni	Balikpapan	Perempuan	17-25 tahun
Putri Nur Hikmah	Jl. Abdul Rasyid	Perempuan	17-25 tahun
Zulfa	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Fia	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Abduh Syani	Tanah Bumbu	Laki-laki	17-25 tahun
Vhydea Herdayana	Jorong	Perempuan	17-25 tahun
Faqih Haekal	Pagatan Tanah Bumbu	Laki-laki	17-25 tahun
Duan	Banjarmasin	Laki-laki	17-25 tahun
Nauval	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Munadi	Tanjung	Perempuan	17-25 tahun
Putri Meynanda Zaskia	Pelaihari	Perempuan	17-25 tahun
Shofa Haddad	Bjm	Perempuan	17-25 tahun
Risma	Pulogadung, Jakarta Timur	Perempuan	17-25 tahun
Mubaraq	Banjarmasin	Laki-laki	17-25 tahun
Ani Sukma Riyadi	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Mawaddah	Sekumpul	Perempuan	17-25 tahun
Putri	Cipete, Jakarta Selatan	Perempuan	17-25 tahun
Putri	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Melsa	Cilandak, Jakarta Selatan	Perempuan	17-25 tahun
Nor Khaliza	Tanah Bumbu	Perempuan	17-25 tahun
Loly Anggelita	Gunung Sahari Selatan, Kemayoran, **Jakarta**	Perempuan	17-25 tahun
Lusiana	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun

Yana	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Halimatus Sadiyah	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Nadya Syahreena	Pancoran, Kota **Jakarta**	Perempuan	17-25 tahun
Riana Rahmi	Kebayoran Baru	Perempuan	17-25 tahun
Holimah Sri Wardani	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Aulia Nur Azizah	Cilandak Timur	Perempuan	17-25 tahun
Annisa	Cengkareng Barat	Perempuan	17-25 tahun
Irgi Ahmad Pangestu	Cengkareng Timur	Laki-laki	17-25 tahun
Juansyah	Jembatan Besi, Jakarta	Laki-laki	17-25 tahun
Juarsa	Cilandak Barat	Laki-laki	17-25 tahun
Nadia Khairina	Lubang Buaya	Perempuan	17-25 tahun
Eka	Cijantung	Perempuan	17-25 tahun
Rezkyridho	Joglo	Laki-laki	17-25 tahun
Melysaoktavia	Johar Baru	Perempuan	17-25 tahun
Siti Jubaidah	Kali Anyar	Perempuan	17-25 tahun
Siti	Hulu Sungai Selatan	Perempuan	17-25 tahun
Maulida Aprianti	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Khairunisa	Cibubur	Perempuan	17-25 tahun
Geofani Alfero Verary	Cideng	Laki-laki	17-25 tahun
Depri Iskandar	Ciganjur	Laki-laki	17-25 tahun
Nor Lutfia	Banjarmasin	Perempuan	26-35 tahun
Salsabila	Jakarta	Perempuan	17-25 tahun
Lutfia Rahmah	Katingan, Kalimantan Tengah	Perempuan	17-25 tahun
Maula	Grogol Petamburan Jakarta Barat	Perempuan	17-25 tahun
Nur Ayu Luthfianti	Banjarbaru	Perempuan	17-25 tahun
Ara	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Regi Resnawan	Cibubur, Jakarta Timur.	Laki-laki	17-25 tahun
Danu Apriansah	Banjarbaru	Laki-laki	17-25 tahun
Iia Nurfadiiah	Tasikmaiaya, Manonjaya	Perempuan	17-25 tahun
Siti Aisyah Melingai	Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta	Perempuan	17-25 tahun
Nadia Khairina	Amuntai, Hsu	Perempuan	17-25 tahun
Danu Apriansah	Banjarmasin	Perempuan	17-25 tahun
Rezkyridho	KOTABARU	Laki-laki	17-25 tahun

Melysaoktavia	Sentul Pasar Bari, Sawah Besar, Jakarta	Perempuan	17-25 tahun
Azwha Tharesia	Lebak Bulus	Perempuan	17-25 tahun
Siti	Hulu Sungai Selatan	Perempuan	17-25 tahun

Responden	Status Responden	Kode	Apakah anda pengguna / nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?	Apakah anda memiliki akun Instagram aktif?	Apakah anda pernah melihat iklan BSI "Tukar Botolmu dengan Uang" di Instagram?	Apakah anda pernah memberikan komentar atau tanggapan pada iklan tersebut di Instagram?	Seberapa sering anda menggunakan Instagram dalam sehari?
1	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
2	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
3	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
4	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
5	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
6	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
7	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
8	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
9	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
10	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
11	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
12	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
13	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
14	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
15	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
16	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	< 1 jam, 1-3 jam
17	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam

18	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
19	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
20	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
21	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	< 1 jam
22	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	< 1 jam
23	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
24	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
25	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
26	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
27	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
28	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
29	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
30	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
31	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	< 1 jam
32	Pelajar, Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
33	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
34	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
35	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
36	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
37	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
38	Masyaraka	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam

	t Umum						
39	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
40	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
41	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
42	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
43	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
44	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
45	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
46	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	< 1 jam
47	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
48	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
49	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
50	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
51	Masyarakat Umum	2	Tidak	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
52	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	> 6 jam
53	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
54	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	< 1 jam
55	Mahasiswa	1	Tidak	Ya	Ya	Tidak	> 6 jam
56	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
57	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
58	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
59	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam

60	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
61	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
62	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
63	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
64	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
65	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
66	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
67	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
68	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
69	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
70	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
71	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
72	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
73	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
74	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
75	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
76	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
77	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
78	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
79	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
80	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
81	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
82	Pelajar	1	Ya	Ya	Ya	Ya	> 6 jam
83	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam

84	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
85	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
86	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
87	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Tidak	< 1 jam
88	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	4-6 jam
89	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
90	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam, 4-6 jam
91	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
92	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
93	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	> 6 jam
94	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam
95	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	1-3 jam
96	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
97	Masyarakat Umum	2	Ya	Ya	Ya	Ya	< 1 jam
98	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Tidak	4-6 jam
99	Mahasiswa	1	Ya	Ya	Ya	Ya	1-3 jam

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Jumlah X1
1	4	4	2	2	2	5	5	4	5	33
2	3	3	2	2	3	3	4	5	4	29
3	2	2	1	2	2	4	4	4	4	25
4	3	2	2	3	2	5	5	5	5	32
5	4	4	4	3	2	4	4	3	4	32
6	4	4	4	2	2	4	4	4	5	33
7	4	4	3	2	2	4	4	4	4	31
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
9	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33
10	3	4	4	4	4	4	5	4	4	36
11	3	4	4	4	3	3	3	4	3	31
12	4	4	3	2	5	3	3	3	3	30
13	4	4	3	3	3	3	3	5	4	32
14	4	4	4	3	4	3	5	3	4	34
15	3	3	4	4	4	4	5	5	5	37
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
17	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
18	2	2	2	2	2	4	4	4	4	26
19	4	2	2	2	2	4	4	4	4	28
20	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
21	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
22	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
23	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
24	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
25	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
27	4	4	2	2	2	3	3	3	3	26
28	3	3	2	3	3	4	3	3	4	28
29	2	4	1	2	2	5	5	5	5	31
30	3	4	2	3	3	5	5	5	5	35
31	2	1	1	2	1	3	3	3	3	19
32	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
33	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
34	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
36	4	4	4	4	4	3	5	4	5	37
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
39	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
41	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37

42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
44	4	4	4	4	4	1	1	1	1	24
45	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
46	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
47	4	3	4	4	4	5	5	5	5	39
48	4	4	4	4	5	4	3	4	4	36
49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
50	4	4	4	3	5	5	3	3	3	34
51	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
53	4	4	4	4	4	5	5	4	5	39
54	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
55	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
59	4	4	4	4	4	4	5	3	4	36
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
63	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
66	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
67	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
68	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
71	4	4	4	4	4	3	5	5	3	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
74	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
75	4	4	4	4	4	1	1	1	1	24
76	4	4	4	4	4	5	4	5	4	38
77	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	3	3	2	2	3	5	5	5	5	33
80	3	2	2	2	3	4	5	4	5	30
81	1	3	3	3	3	4	4	4	4	29
82	2	2	2	2	2	4	5	5	5	29

83	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
87	4	4	4	5	5	4	3	4	4	37
88	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
89	5	5	5	5	4	3	5	3	4	39
90	5	4	4	4	5	3	4	4	5	38
91	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40
92	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41
93	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
94	4	4	4	4	5	4	5	4	2	36
95	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
96	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
97	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
98	5	5	4	5	5	3	5	5	4	41
99	4	5	4	4	4	3	3	3	3	33

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah X2
1	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	5	53
2	3	3	5	4	3	3	3	5	3	4	2	4	4	4	4	54
3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	53
4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	5	58
5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	49
6	4	4	4	4	2	2	4	3	2	4	4	2	2	3	4	48
7	4	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	5	2	2	4	52
8	3	4	4	1	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	47
9	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	49
10	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	53
11	3	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	49
12	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	4	4	4	3	46
13	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	50
14	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	57
15	5	5	5	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	5	52
16	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	4	44
17	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	48
18	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	55
19	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	2	4	52
20	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	4	4	4	4	52
21	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	4	51
22	2	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	42
23	4	4	4	4	2	4	3	2	2	2	3	2	2	1	4	43
24	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	5	59
25	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	5	58
26	4	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	47
27	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	45
28	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	47
29	5	4	5	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	5	52
30	4	4	4	5	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	5	52
31	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	40
32	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	68
33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
34	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	65
35	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
36	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
39	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
40	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	70
41	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	59

42	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	65
43	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
44	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	46
45	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	71
46	3	3	3	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	59
47	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	65
48	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	59
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	62
50	5	5	4	4	5	3	5	3	5	5	4	3	4	4	4	63
51	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	65
52	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
53	4	4	4	5	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	57
54	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	2	48
55	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	59
56	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	56
57	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	61
58	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	68
59	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	55
60	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	58
61	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	61
62	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	61
64	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	61
65	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	55
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
67	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	62
68	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	62
69	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	60
70	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
71	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	60
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
73	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	68
74	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	57
75	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	64
76	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	62
77	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	5	58
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	62
79	4	5	5	5	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	5	55
80	5	5	5	5	3	2	3	2	2	2	3	5	5	5	5	57
81	4	4	4	4	1	3	1	3	3	3	3	4	5	4	4	50
82	4	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	51

83	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57
84	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	4	60
85	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	61
86	4	5	5	5	**4**	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72
87	3	3	3	3	**5**	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	62
88	4	4	4	4	**4**	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	64
89	3	4	3	5	**3**	2	5	5	5	4	4	4	4	4	3	58
90	5	5	4	3	**5**	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	67
91	4	4	4	4	**4**	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	63
92	5	5	5	5	**5**	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	69
93	5	5	5	4	**4**	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	66
94	4	5	5	5	**4**	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	69
95	3	3	2	4	**4**	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	57
96	3	3	3	3	**5**	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	60
97	4	4	4	4	**4**	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	62
98	3	3	4	5	**4**	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	66
99	3	3	4	3	**4**	5	4	5	5	4	4	5	5	5	2	61

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah Y
1	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	63
2	5	5	3	3	4	4	3	3	2	3	5	4	3	3	2	52
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	58
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	69
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	54
6	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	56
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	59
8	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	2	2	2	52
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	59
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	58
11	4	2	4	3	2	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	46
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5	45
13	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	46
14	4	4	3	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	59
15	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	69
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	57
17	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	56
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	58
22	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	50
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1	55
24	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	68
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
26	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	2	3	3	58
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	47
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	45
29	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	2	2	59
30	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	2	3	62
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	43
32	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	69
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	61
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	63
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	62
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	55
39	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	66
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
43	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	52

44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	24
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73
46	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	53
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
48	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	5	4	4	50
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
50	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	62
51	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	69
52	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	60
53	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	55
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	46
55	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	4	3	4	4	4	43
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	57
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
59	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	57
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	58
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
65	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	56
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
67	3	4	5	4	3	5	3	4	5	5	4	3	4	4	4	60
68	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	58
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
71	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	60
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	48
75	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	71
76	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	66
77	3	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	59
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
79	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	2	64
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	67
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	55
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	2	2	64
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	57
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**4**	5	5	74
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**5**	5	5	51
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**4**	4	4	60
89	5	4	5	3	4	5	3	4	4	4	3	5	**3**	2	5	59
90	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	**5**	5	5	63
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**4**	4	4	60
92	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**5**	5	5	72
93	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	**4**	4	4	70
94	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	**4**	4	4	70
95	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	**4**	4	4	49
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**5**	5	5	51
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	**4**	4	4	61
98	4	4	5	4	5	3	5	5	4	3	4	5	**4**	5	5	65
99	5	3	4	5	3	4	4	3	3	3	4	3	**4**	5	5	58

HASIL SPSS

Frequencies

Statistics

		Jenis Kelamin	Nasabah	Instagram	Usia	Iklan	Komentar	Status	menggunakan Instagram dalam sehari
N	Valid	99	99	99	99	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kalimantan Selatan	69	69.7	69.7	69.7
	Kalimantan Tengah	1	1.0	1.0	70.7
	Kalimantan Timur	2	2.0	2.0	72.7
	Luar Kalimantan	27	27.3	27.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	23	23.2	23.2	23.2
	Perempuan	76	76.8	76.8	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nasabah BSI	70	70.7	70.7	70.7
	Bukan Nasabah BSI	29	29.3	29.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Instagram Aktif	99	100.0	100.0	100.0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	96	97.0	97.0	97.0
	26-35 tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah Melihat Iklan	99	100.0	100.0	100.0

Komentar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah Berkomentar	49	49.5	49.5	49.5
	Tidak Pernah Berkomentar	50	50.5	50.5	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/Pelajar	70	70.7	70.7	70.7
	Masyarakat Umum	29	29.3	29.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

menggunakan Instagram dalam sehari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 jam	21	21.2	21.2	21.2
	1-3 jam	42	42.4	42.4	63.6
	4-6 jam	20	20.2	20.2	83.8
	> 6 Jam	16	16.2	16.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Correlations

Correlations

		Green Advertising 1	Green Advertising 2	Green Advertising 3	Green Advertising 4	Green Advertising 5	Green Advertising 6	Green Advertising 7	Green Advertising 8	Green Advertising 9	Total Green Advertising
Green Advertising 1	Pearson Correlation	1	.776**	.783**	.777**	.616**	.696**	.758**	.623**	.659**	.859**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Green Advertising 2	Pearson Correlation	.776**	1	.810**	.761**	.613**	.786**	.682**	.585**	.696**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Green Advertising 3	Pearson Correlation	.783**	.810**	1	.797**	.684**	.716**	.802**	.663**	.650**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Green Advertising 4	Pearson Correlation	.777**	.761**	.797**	1	.635**	.788**	.779**	.737**	.726**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Green Advertising 5	Pearson Correlation	.616**	.613**	.684**	.635**	1	.677**	.686**	.662**	.653**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Green Advertising 6	Pearson Correlation	.696**	.786**	.716**	.788**	.677**	1	.669**	.694**	.763**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Green Advertising 7	Pearson Correlation	.758**	.682**	.802**	.779**	.686**	.669**	1	.713**	.760**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

Green Advertising 8	Pearson Correlation	.623**	.585**	.663**	.737**	.662**	.694**	.713**	1	.746**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Green Advertising 9	Pearson Correlation	.659**	.696**	.650**	.726**	.653**	.763**	.760**	.746**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Total Green Advertising	Pearson Correlation	.859**	.860**	.888**	.900**	.805**	.874**	.884**	.830**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

Correlations

		Experiential Marketing 1	Experiential Marketing 2	Experiential Marketing 3	Experiential Marketing 4	Experiential Marketing 5	Experiential Marketing 6	Experiential Marketing 7	Experiential Marketing 8	Experiential Marketing 9	Experiential Marketing 10	Experiential Marketing 11	Experiential Marketing 12	Experiential Marketing 13	Experiential Marketing 1 4	Experiential Marketing 15	Total Experiential Marketing
Experiential Marketing 1	Pearson Correlation	1	.798**	.728**	.583**	.551**	.493**	.548**	.563**	.587**	.662**	.633**	.670**	.657**	.699**	.686**	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 2	Pearson Correlation	.798**	1	.756**	.624**	.564**	.524**	.618**	.660**	.549**	.629**	.628**	.681**	.643**	.667**	.673**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 3	Pearson Correlation	.728**	.756**	1	.644**	.610**	.616**	.716**	.731**	.647**	.695**	.588**	.701**	.684**	.726**	.713**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

Experiential Marketing 4	Pearson Correlation	.583**	.624**	.644**	1	.672**	.535**	.636**	.667**	.635**	.537**	.673**	.621**	.623**	.646**	.668**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 5	Pearson Correlation	.551**	.564**	.610**	.672**	1	.677**	.722**	.592**	.479**	.610**	.612**	.677**	.692**	.716**	.686**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 6	Pearson Correlation	.493**	.524**	.616**	.535**	.677**	1	.698**	.614**	.513**	.503**	.468**	.650**	.565**	.651**	.600**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 7	Pearson Correlation	.548**	.618**	.716**	.636**	.722**	.698**	1	.711**	.608**	.762**	.640**	.748**	.746**	.716**	.739**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 8	Pearson Correlation	.563**	.660**	.731**	.667**	.592**	.614**	.711**	1	.693**	.629**	.589**	.654**	.551**	.668**	.694**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 9	Pearson Correlation	.587**	.549**	.647**	.635**	.479**	.513**	.608**	.693**	1	.664**	.592**	.625**	.547**	.699**	.623**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 10	Pearson Correlation	.662**	.629**	.695**	.537**	.610**	.503**	.762**	.629**	.664**	1	.675**	.637**	.660**	.702**	.672**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 11	Pearson Correlation	.633**	.628**	.588**	.673**	.612**	.468**	.640**	.589**	.592**	.675**	1	.746**	.723**	.699**	.687**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

Experiential Marketing 12	Pearson Correlation	.670**	.681**	.701**	.621**	.677**	.650**	.748**	.654**	.625**	.637**	.746**	1	.822**	.849**	.869**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 13	Pearson Correlation	.657**	.643**	.684**	.623**	.692**	.565**	.746**	.551**	.547**	.660**	.723**	.822**	1	.793**	.885**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 1 4	Pearson Correlation	.699**	.667**	.726**	.646**	.716**	.651**	.716**	.668**	.699**	.702**	.699**	.849**	.793**	1	.822**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Experiential Marketing 15	Pearson Correlation	.686**	.673**	.713**	.668**	.686**	.600**	.739**	.694**	.623**	.672**	.687**	.869**	.885**	.822**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Total Experiential Marketing	Pearson Correlation	.799**	.810**	.854**	.792**	.795**	.730**	.856**	.809**	.769**	.814**	.808**	.885**	.856**	.894**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

Correlations

Correlations

		Brand image 1	Brand image 2	Brand image 3	Brand image 4	Brand image 5	Brand image 6	Brand image 7	Brand image 8	Brand image 9	Brand image 10	Brand image 11	Brand image 12	Brand image 13	Brand image 14	Brand image 15	Total Y
Brand image 1	Pearson Correlation	1	.740**	.725**	.657**	.689**	.683**	.681**	.635**	.654**	.606**	.711**	.709**	.743**	.609**	.644**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 2	Pearson Correlation	.740**	1	.708**	.680**	.781**	.711**	.703**	.740**	.761**	.722**	.758**	.710**	.709**	.721**	.703**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 3	Pearson Correlation	.725**	.708**	1	.736**	.735**	.750**	.722**	.760**	.731**	.742**	.741**	.729**	.787**	.666**	.667**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 4	Pearson Correlation	.657*	.680*	.736*	1	.743*	.702*	.731*	.681*	.643*	.712*	.659*	.680*	.715*	.673*	.673*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 5	Pearson Correlation	.689*	.781*	.735*	.743*	1	.743*	.747*	.858*	.695*	.849*	.792*	.793*	.719*	.766*	.781*	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 6	Pearson Correlation	.683*	.711*	.750*	.702*	.743*	1	.779*	.811*	.806*	.741*	.792*	.700*	.770*	.746*	.725*	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 7	Pearson Correlation	.681*	.703*	.722*	.731*	.747*	.779*	1	.844*	.780*	.774*	.739*	.762*	.761*	.812*	.849*	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 8	Pearson Correlation	.635*	.740*	.760*	.681*	.858*	.811*	.844*	1	.805*	.809*	.775*	.782*	.728*	.774*	.809*	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 9	Pearson Correlation	.654*	.761*	.731*	.643*	.695*	.806*	.780*	.805*	1	.734*	.769*	.717*	.740*	.745*	.731*	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 10	Pearson Correlation	.606*	.722*	.742*	.712*	.849*	.741*	.774*	.809*	.734*	1	.817*	.802*	.822*	.775*	.774*	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 11	Pearson Correlation	.711*	.758*	.741*	.659*	.792*	.792*	.739*	.775*	.769*	.817*	1	.817*	.824*	.754*	.739*	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 12	Pearson Correlation	.709*	.710*	.729*	.680*	.793*	.700*	.762*	.782*	.717*	.802*	.817*	1	.789*	.761*	.762*	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 13	Pearson Correlation	.743*	.709*	.787*	.715*	.719*	.770*	.761*	.728*	.740*	.822*	.824*	.789*	1	.761*	.761*	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 14	Pearson Correlation	.609*	.721*	.666*	.673*	.766*	.746*	.812*	.774*	.745*	.775*	.754*	.761*	.761*	1	.849*	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Brand image 15	Pearson Correlation	.644*	.703*	.667*	.673*	.781*	.725*	.849*	.809*	.731*	.774*	.739*	.762*	.761*	.849*	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Total Y	Pearson Correlation	.802*	.854*	.856*	.816*	.895*	.878*	.894*	.905*	.868*	.893*	.894*	.880*	.888*	.873*	.877*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	9

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	15

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=SoalY.1 SoalY.2 SoalY.3 SoalY.4 SoalY.5 SoalY.6
SoalY.7 SoalY.8 SoalY.9 SoalY.10
    SoalY.11 SoalY.12 SoalY.13 SoalY.14 SoalY.15
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	15

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total Experiential Marketing, Total Green Advertising[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Total Y
b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684[a]	.467	.456	6.016

a. Predictors: (Constant), Total Experiential Marketing, Total Green Advertising
b. Dependent Variable: Total Y

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3047.097	2	1523.548	42.098	.000[b]
	Residual	3474.257	96	36.190		
	Total	6521.354	98			

a. Dependent Variable: Total Y
b. Predictors: (Constant), Total Experiential Marketing, Total Green Advertising

Coefficients[a]

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.345	5.237		2.166	.033		

	Total Green Advertising	.413	.176	.243	2.339	.021	.516	1.939
	Total Experiential Marketing	.577	.122	.492	4.744	.000	.516	1.939

a. Dependent Variable: Total Y

Coefficient Correlations[a]

Model			Total Experiential Marketing	Total Green Advertising
1	Correlations	Total Experiential Marketing	1.000	-.696
		Total Green Advertising	-.696	1.000
	Covariances	Total Experiential Marketing	.015	-.015
		Total Green Advertising	-.015	.031

a. Dependent Variable: Total Y

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions (Constant)	Total Green Advertising	Total Experiential Marketing
1	1	2.986	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	17.825	.89	.31	.04
	3	.005	25.155	.11	.69	.96

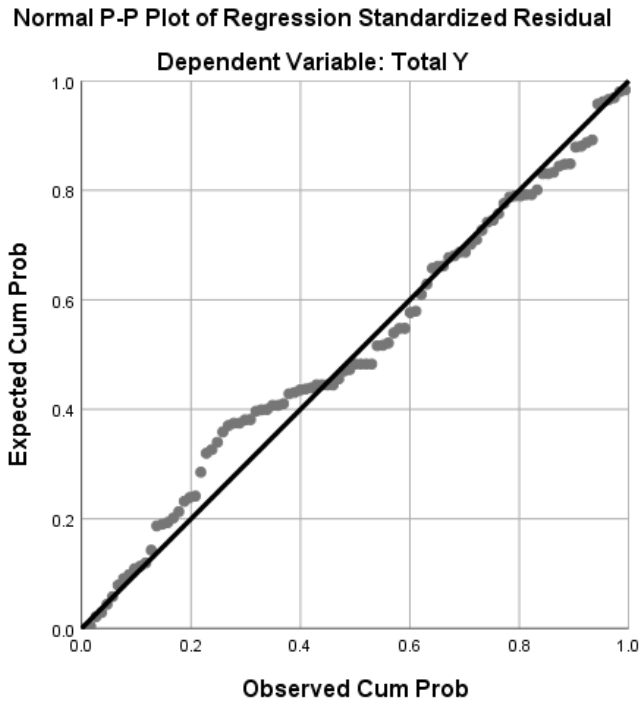
a. Dependent Variable: Total Y

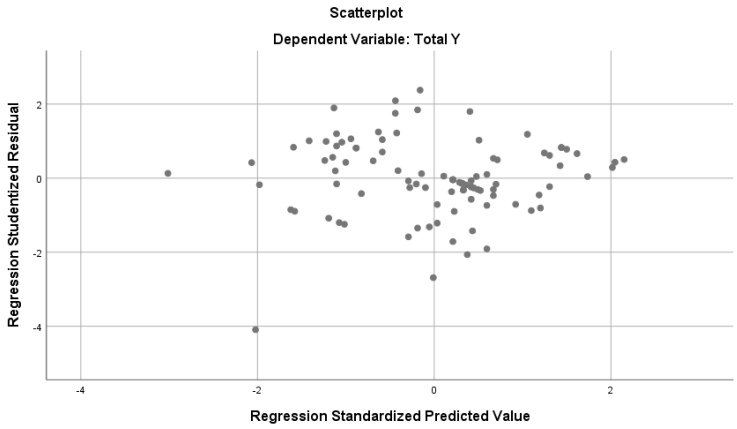
Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	42.28	71.07	59.08	5.576	99
Std. Predicted Value	-3.014	2.149	.000	1.000	99
Standard Error of Predicted Value	.612	2.672	.987	.351	99
Adjusted Predicted Value	42.17	70.89	59.03	5.580	99
Residual	-23.802	12.809	.000	5.954	99
Std. Residual	-3.957	2.129	.000	.990	99
Stud. Residual	-4.095	2.376	.004	1.012	99
Deleted Residual	-25.495	15.955	.046	6.234	99
Stud. Deleted Residual	-4.484	2.437	.000	1.037	99
Mahal. Distance	.026	18.337	1.980	2.549	99
Cook's Distance	.000	.462	.016	.061	99
Centered Leverage Value	.000	.187	.020	.026	99

a. Dependent Variable: Total Y

Charts





DOKUMENTASI PENELITIAN

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 678 3434,
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : B-272/Un.14/II.5/PS.S1/PP.00.9/06/2025

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperlunya atas rencana penelitian Saudara (i):

Nama	:	Hestia Nur Hidayah
NIM	:	220105020131
Program Studi	:	S.1/Perbankan Syariah
Judul	:	PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN PENGALAMAN PEMASARAN TERHADAP BRAND IMAGE BSI DI INSTAGRAM

Kami dapat menyetujui rencana penelitian (proposal) tersebut. Sebagai pembimbing skripsi kami tetapkan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing I : Difi Dahlia S.E.I., MEI
2. Dosen Pembimbing II : M.Yulian Ma'mun,L.c.,M.M

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing Skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 25 Juni 2025
Ketua Prodi Perbankan Syariah

Faqih El Wafa,S.H.I.,M.S.I
NIP. 199005232018011002

Tembusan :
1. Rektor UIN Antasari (sebagai laporan);
2. Dosen Pembimbing;
3. Mahasiswa (i) ybs;
4. Arsip.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

Hal : Permohonan Perubahan Judul Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Cq. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Assalamu'alaikum wr. wb.
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Hestia Nur Hidayah
NIM	: 220105020131
Fakultas/Jurusan	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Dengan ini memohon kepada Bapak agar kiranya berkenan menyetujui perubahan skripsi saya yang berjudul:

Judul Sebelumnya

"Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengalaman Pemasaran Terhadap Brand Image Bank Syariah Indonesia di Instagram".

Judul Baru

"Pengaruh Green Advertising dan Experiential Marketing di Instagram Terhadap Brand Image Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang".

Perubahan judul ini adalah merupakan rekomendasi hasil Ujian proposal skripsi saya. Adapun alasan perubahan judul dan perbedaan mendasar antara judul sebelumnya dengan judul baru yang diajukan adalah:
Untuk memperjelas fokus penelitian dengan penggunaan variable yang lebih spesifik serta menembah objek kajian agar penelitian lebih terarah dan mudah dianalisis.

dan bersama surat ini saya lampirkan kelengkapan persyaratan sebagai berikut :

a. Proposal skripsi yang telah diperbaiki.
b. Fotokopi atau hasil pindaian KTM
c. Surat Penetapan Judul dan Dosen Pembimbing Skripsi
d. Surat Keterangan Telah Ujian Proposal

Demikian permohonan ini disampaikan.
Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pemohon,

Hestia Nur Hidayah

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I	M. Yunan Ma'lum, Lc., M.M
NIP. 198503292018012001	NIP.198707242022031001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4,5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.comwebsite: febi.uin-antasari.ac.id

Banjarmasin,11 Agustus 2025

Nomor : B- 363/Un/14/III.5/PS.S1/PP.009.9/08/2025
Lampiran : Satu berkas
Hal : Penetapan Waktu Ujian Proposal Skripsi

Kepada
Yth.Hestia Nur Hidayah / 220105020131
Mahasiswa/i Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Assalamu'alaikum wr.wb.
Berdasarkan surat permohonan saudara (i) mengenai penetapan waktu ujian proposal skripsi, maka dengan ini ditetapkan Ujian Proposal Skripsi sebagai berikut :

Nama : Hestia Nur Hidayah
NIM : 220105020131
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN PENGALAMAN PEMASARAN TERHADAP BRAND IMAGE BSI DI INSTAGRAM

Hari/Tanggal : Kamis, 14 Agustus 2025
Waktu : 14.00-14.45
Tempat : Ruang Munaqasyah 1

Dengan susunan tim penguji sebagai berikut :

Penguji I : Difi Dahliana, M.E.I.
Penguji II : M. Yulian Ma'mun,L.c.,M.M
Notulen : Lutpi Sahal, S.H.I, M.S.I

Demikian surat penetapan ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Prodi Perbankan Syariah

Fadli El Wafa

Tembusan :
Yth :
1. Penguji (Pembimbing)
2. Penguji (Eksternal)
3. Notulis
4. Arsip

Catatan : Diharapkan pelaksanaan ujian tepat waktu untuk menghindari tertundanya ujian-ujian berikutnya.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.comwebsite: febi.uin-antasari.ac.id

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ANTASARI BANJARMASIN

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 14 Agustus 2025 telah dilaksanakan ujian proposal skripsi atas nama:

Nama/NIM	:	Hestia Nur Hidayah / 220105020131
Jurusan	:	Perbankan Syariah
Judul	:	PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN PENGALAMAN PEMASARAN TERHADAP BRAND IMAGE BSI DI INSTAGRAM

Dengan susunan tim Penguji sebagai berikut:

Penguji I	:	Difi Dahliana, M.E.I.
Penguji II	:	M. Yulian Ma'mun,L.c.,M.M
Notulen	:	Lutpi Sahal, S.H.I, M.S.I

Hasil Ujian Proposal Skripsi dinyatakan :
~~Diterima~~ / diterima dengan perbaikan / ~~ditolak~~*
Catatan pelaksanaan ujian proposal:

Banjarmasin, Kamis, 14 Agustus 2025

1. Penguji (Pembimbing) Difi Dahliana, M.E.I.
2. Penguji (Eksternal) M. Yulian Ma'mun,L.c.,M.M
3. Notulis Lutpi Sahal, S.H.I, M.S.I

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail. / website

Nomor : B-1027/Un.14/III.5/TL.00/05/2026 8 Mei 2026
Sifat : -
Lamp : 1 Berkas
Hal : Permohonan Izin Riset

Yth.
Pimpinan Kantor Pusat Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat. Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menyampaikan permohonan untuk diberikan izin riset kepada:

Nama	:	**Hestia Nur Hidayah**
NIM	:	220105020131
Semester/Jurusan	:	VIII / Perbankan Syariah
Tahun Akademik	:	2025/2026
Waktu Riset	:	8 Mei s/d. 8 Juni 2026
Alamat	:	Jl. Tanjung perak Rt.07 Rw.02 Kec.Jorong Kab. Tanah Laut
Judul Skripsi	:	Pengaruh Green Advertising Dan Experiential Marketing Di Instagram Terhadap Brand Image Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang (Sebagaimana Proposal Terlampir).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon agar kiranya berkenan membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan riset tersebut.

Kami sampaikan pula sebagai Satker berpredikat Zona Integritas Wilayah Bebas dari Korupsi (ZI-WBK) menuju Zona Integritas Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani (ZI-WBBM) UIN antasari Banjarmasin berkomitmen terus menjaga integritas serta terus meningkatkan kualitas kinerja dan pelayanan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Dekan,

Zaki Mubarak

Lebih Baik Melayani, Melayani Lebih Baik

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN RISET

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Hestia Nur Hidayah
NIM	:	220105020131
Semester/ Jurusan	:	VIII/ Perbankan Syariah
Tempat, tanggal lahir	:	Tasikmalaya, 12 Juni 2003
Alamat	:	Jl. Harmoni III, Pekapuran Raya, Banjarmasin Timur

Dengan ini menyatakan bahwa Saya Benar-benar telah melakukan Penelitian / Riset, dengan Judul Skripsi "Pengaruh *Green Advertising* dan *Experiential Marketing* di Instagram terhadap *Brand Image* Bank Syariah Indonesia Studi pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang". Penelitian dilakukan dengan membagikan angket kepada *viewers* konten Tukar Botolmu Dengan Uang yang dilakukan pada tanggal 8 Mei 2026 s.d. 8 Juni 2026 untuk melengkapi data penelitian saya tersebut.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika dikemudian hari pernyataan saya ini dinyatakan tidak benar, saya siap untuk menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Banjarmasin, 08 Juni 2026

Mengetahui,	Yang membuat Pernyataan,
Dosen Pembimbing	
Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I	Hestia Nur Hidayah
NIP. 198503292018012001	NIM. 220105020131

*Pengguna dokumen ini berdasarkan arahan dan izin dari pihak Mikwa FEBI

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : HESTIA NUR HIDAYAH
NIM : 220105020131
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI GREEN ADVERTISING DAN EXPERIENTIAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE BANK SYARIAH INDONESIA: STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG
Pembimbing I : DIFI DAHLIANA, S.E.I., M.E.I
Pembimbing II : M. YULIAN MA'LUM L.c., M.M

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
(1) Perbaiki penulisan bhs asing = miring (2) Penulisan bagian E. Sistematika buat narasi paragraf. (3) Perbaiki intext sesuai kaidah yg benar. style APA 7th 10 April 2026 Difi D.	1. Posisi responden mempunyai syarat. (melihat lowongan) 2. Cari solusi alternatif jika jumlah responden belum memenuhi. 21/4/2026. Yulian. M

Catatan:
- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: [illegible] website: [illegible]

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : HESTIA NUR HIDAYAH
NIM : 220105020131
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI GREEN ADVERTISING DAN EXPERIENTAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE BANK SYARIAH INDONESIA: STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG
Pembimbing I : DIFI DAHLIANA. S.E.I., M.E.I
Pembimbing II : M. YULIAN MA'LUM L.c., M.M

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
1. Tentuk teknik sampling, cocok. random 2. dibanding purposive. karena responden kedua. 2 kriteria yg anda tulis itu sudah merupakan karakter populasi jd tdk bisa utk mengeliminasi / purposive! 20 April 2026	1. kuesioner Ok. 9/5 26.

Catatan:
- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : HESTIA NUR HIDAYAH
NIM : 220105020131
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI GREEN ADVERTISING DAN EXPERIENTAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE BANK SYARIAH INDONESIA: STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG
Pembimbing I : DIFI DAHLIANA, S.E.I., M.E.I
Pembimbing II : M. YULIAN MA'LUM L.c., M.M

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
1. Perbaiki / ganti indikator utk variabel Green Advertising. 2. Seragamkan 3 pertanyaan utk masing² indikator. 3. Pertanyaan harus relevan dgn iklan yg diteliti / 12 objek., menggunakan bahasa yg mudah dipahami responden 29/9/2026	1. Perbaiki kesalahan penulisan. 9/10 2025

Catatan:
- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : HESTIA NUR HIDAYAH
NIM : 220105020131
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI GREEN ADVERTISING DAN EXPERIENTAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE BANK SYARIAH INDONESIA: STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG
Pembimbing I : DIFI DAHLIANA, S.E.I., M.E.I
Pembimbing II : M. YULIAN MA'LUM L.c., M.M

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
Lengkapi Bagus 2 lampiran?	Tambah profil narasumber.

Catatan:
- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : HESTIA NUR HIDAYAH
NIM : 220105020131
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI GREEN ADVERTISING DAN EXPERIENTAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE BANK SYARIAH INDONESIA: STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG
Pembimbing I : DIFI DAHLIANA, S.E.I., M.E.I
Pembimbing II : M. YULIAN MA'LUM L.c., M.M

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
(1) Perbaiki Bab. 3 lokasi : Fokus viewers bkan, tetapi followers. (2) Profil Responden belum ada di bab 4. (3) Tambah definisi operasional di bab 1	Cek lagi kesalahan penulisan (typo)

Catatan:
- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : HESTIA NUR HIDAYAH
NIM : 220105020131
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI GREEN ADVERTISING DAN EXPERIENTAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE BANK SYARIAH INDONESIA: STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG
Pembimbing I : DIFI DAHLIANA, S.E.I., M.E.I
Pembimbing II : M. YULIAN MA'LUM L.c., M.M

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
Acc bab 1-5	Siap untuk dujian. Semoga ACCEPTED

Catatan:
- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 678 3434,
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id, website: febi.uin-antasari.ac.id

SURAT PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B-185/Un.14/III.5/PS.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi atas nama Saudara (i) :

Nama	:	Hestia Nur Hidayah
NIM	:	220105020131
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Judul	:	Pengaruh Green Advertising Dan Experiential Marketing Di Instagram Terhadap Brand Image Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan :

B E B A S P L A G I A S I
Dengan Presentasi Plagiat 12 %

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 8 Juni 2026
Ketua Prodi Perbankan Syariah

Fadlih El Wafa,S.H.I.,M.S.I
NIP. 199005232018011002

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1.	Nama	:	Hestia Nur Hidayah
2.	Tempat, Tanggal Lahir	:	Tasikmalaya, 12 Juni 2003
3.	Agama	:	Islam
4.	Kebangsaan	:	Indonesia
5.	Status Perkawinan	:	Belum Kawin
6.	Alamat	:	Jl. Tanjung perak RT.07 RW.02, Kecamatan Jorong, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan.
7.	No. HP	:	083861748143
8.	Alamat Email	:	hestianurhidayah17@gmail.com
9.	Pendidikan	:	SDN Jorong 1 MTS Manhajussalam Jorong MA Al- Falah Putri Universitas Islam Negri Antasari Banjarmasin
10.	Orang Tua		
	Ayah		
	Nama	:	Jamil
	Pekerjaan	:	Wiraswasta
	Alamat	:	Jl. Tanjung perak RT.07 RW.02, Kecamatan Jorong, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan.
	Ibu		
	Nama	:	Iyet
	Pekerjaan	:	Ibu Rumah Tangga
	Alamat	:	Jl. Tanjung perak RT.07 RW.02, Kecamatan Jorong, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan.
	Saudara (Jumlah Saudara)	:	Anak ke 1 dari 3 bersaudara