

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG

(di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang)

I. Identitas Responden

Nama (Jika berkenan mengisi):.....

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia menjawab pertanyaan berikut ini, dengan cara memberi tanda silang (X) sesuai dengan keadaan yang sebenarnya:

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Umur :
 - a. 17 s/d 25 tahun
 - b. Di atas 25 tahun s/d 35 tahun
 - c. Di atas 35 tahun s/d 45 tahun
3. Pekerjaan

II. Petunjuk Pengisian:

Pilihlah jawaban berikut sesuai dengan jawaban yang anda yakini dengan cara memberikan tanda (X) atau tanda centang () pada kolom jawaban yang sudah tersedia !

Keterangan jawaban :

- SS = Apabila anda merasa **Sangat Setuju**
S = Apabila anda merasa **Setuju**
N = Apabila anda merasa **Netral**
KS = Apabila anda merasa **Kurang Setuju**

SKS = Apabila anda merasa **Sangat Kurang Setuju**

Peran Media Sosial *Instagram* (X)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	KS	SKS
1	Produk yang dipromosikan melalui media sosial memiliki konten yang menarik dan inovatif					
2	Pihak pengelola memanfaatkan fitur share di media sosialnya untuk membagikan foto/video tentang produknya agar memudahkan konsumen untuk melihat katalog produk dan bebas untuk memilih					
3	Pihak pengelola memanfaatkan fitur snapgram (story) untuk mengupdate/menginformasikan hal-hal yang berhubungan dengan produk yang dipromosikan lewat Instagram					
4	Pihak pengelola memanfaatkan media sosial lain seperti whatsapp dan line untuk berkomunikasi dengan konsumen secara intens serta menggunakan Via DM di instagram untuk berkomunikasi					
5	Pihak Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang sendiri bekerjasama dengan media partner lainnya dalam membangun komunitas untuk meningkatkan kegiatan promosi dan bisnisnya					

Minat Pengunjung (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	KS	SKS
1	Saya tertarik ketika melihat iklan produk Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang dan saya langsung mencari informasi tentang produk					
2	Saya mempertimbangkan ketika akan berkunjung ke sebuah tempat lainnya yang saya lihat melalui media sosial adalah suatu kebutuhan atau keinginan saya					
3	Saya memutuskan untuk membeli produk atau berkunjung ke Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang setelah membaca keterangan (caption) yang lengkap dari foto produk/video yang diunggah di media sosial oleh pihak terkait					
4	Saya tertarik berkunjung Kembali ke Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang ketika saya melihat iklan produk di media sosial Instagram					
5	Saya menyarankan kepada orang lain untuk berkunjung ke Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang setelah melihat iklan yang dipublikasikan					

Lampiran 2 Data tabulasi variable X

X1	X2	X3	X4	X5	Xtotal
5	5	5	5	3	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
4	5	5	5	4	23
4	5	5	2	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	4	23
5	5	5	3	5	23
4	4	4	3	3	18
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
4	4	4	3	3	18
4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	3	18
4	5	4	4	3	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	3	23
3	4	4	4	4	19
2	4	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	3	20
5	5	5	5	4	24
3	5	4	4	4	20
3	5	5	5	5	23
3	4	4	5	5	21
3	3	3	3	3	15
4	3	5	4	4	20
3	5	5	5	3	21
4	3	4	4	4	19
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
3	4	2	4	3	16

5	4	4	4	4	21
---	---	---	---	---	----

Lampiran 3 Data Tabulasi Variable Y

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	YTotal
3	4	2	3	3	15
4	3	4	4	4	19
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	3	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	3	17
3	5	3	3	4	18
3	5	4	4	3	19
3	5	4	4	3	19
5	5	5	5	2	22
3	3	3	3	3	15
3	4	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
3	5	3	3	3	17
3	4	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	3	18
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	3	19
3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	4	17
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
3	5	5	5	5	23
4	4	4	5	4	21
3	3	3	3	3	15
4	4	3	4	4	19
3	5	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25

5	4	4	3	3	19
4	4	4	4	4	20

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas X dan Realibilitas X

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Total_X
X.1	Pearson Correlation	1	.398 [*]	.520 ^{**}	.124	.267	.657 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.011	.001	.447	.096	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X.2	Pearson Correlation	.398 [*]	1	.616 ^{**}	.390 [*]	.376 [*]	.764 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.011		.000	.013	.017	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X.3	Pearson Correlation	.520 ^{**}	.616 ^{**}	1	.359 [*]	.454 ^{**}	.821 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.023	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X.4	Pearson Correlation	.124	.390 [*]	.359 [*]	1	.311	.625 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.447	.013	.023		.051	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X.5	Pearson Correlation	.267	.376 [*]	.454 ^{**}	.311	1	.685 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.096	.017	.003	.051		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Total_X	Pearson Correlation	.657 ^{**}	.764 ^{**}	.821 ^{**}	.625 ^{**}	.685 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	5

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Y dan Uji Realibilitas Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.246	.634**	.550**	.388*	.752**
	Sig. (2-tailed)		.126	.000	.000	.013	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.2	Pearson Correlation	.246	1	.402*	.373*	.247	.590**
	Sig. (2-tailed)	.126		.010	.018	.124	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.3	Pearson Correlation	.634**	.402*	1	.814**	.535**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.4	Pearson Correlation	.550**	.373*	.814**	1	.589**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.5	Pearson Correlation	.388*	.247	.535**	.589**	1	.724**
	Sig. (2-tailed)	.013	.124	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Total_Y	Pearson Correlation	.752**	.590**	.885**	.864**	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

Lampiran 6 Uji Normalitas dan Linearitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04544216
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.070
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
▶ Minat Pengunjung * Media Sosial Instagram	Between Groups	(Combined)	176.744	8	22.093	5.787	.000
		Linearity	131.930	1	131.930	34.556	.000
		Deviation from Linearity	44.814	7	6.402	1.677	.151
	Within Groups		118.356	31	3.818		
Total			295.100	39			

Lampiran 7

Uji Regresi Linear Sederhana, Analisis Korelasi, dan Uji Koefisien Determinasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.616	2.768		1.668	.104
	Media Sosial Instagram	.724	.131	.669	5.543	.000

a. Dependent Variable: Minat Pengunjung

Correlations

		Media Sosial Instagram	Minat Pengunjung
Media Sosial Instagram	Pearson Correlation	1	.669**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
Minat Pengunjung	Pearson Correlation	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

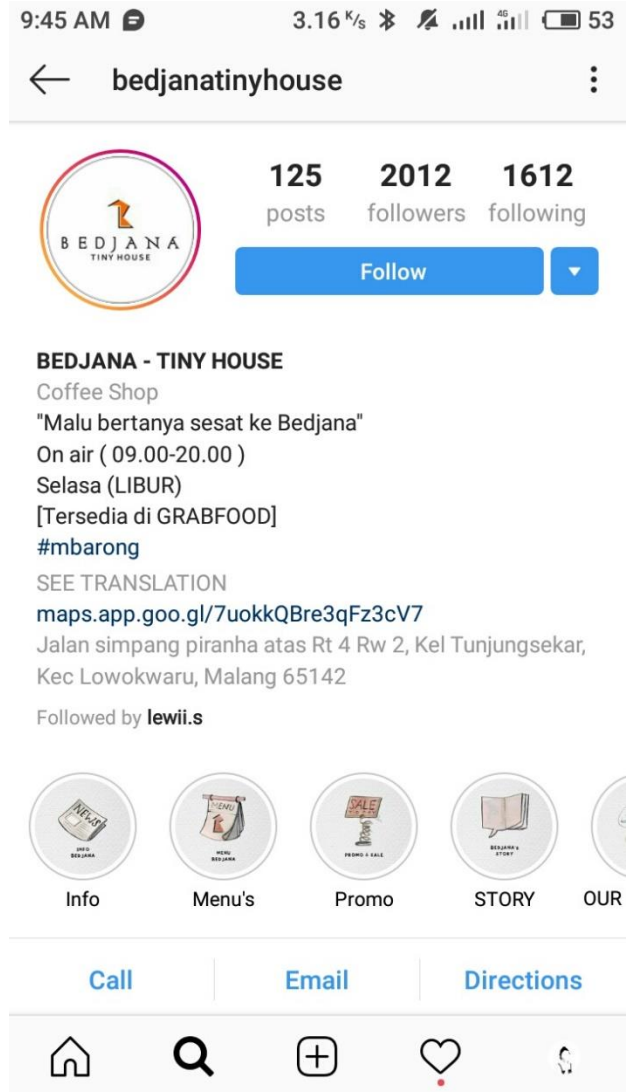
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.447	.433	2.07218

a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram

Lampiran 8 Logo dan Tampilan beranda Instagram Bedjana Tiny House Malang



maps.app.goo.gl/7uokkQBre3qFz3cV7

Jalan simpang piranha atas Rt 4 Rw 2, Kel Tunjungsekar, Kec Lowokwaru, Malang 65142

Followed by lewii.s



Call Email Directions

