

Yth.

Saudara Responden

Di tempat

Salam sejahtera untuk kita semua, semoga selalu dalam naungan berkah dan nikmat dari-Nya. Sebelumnya, perkenalkan saya :

Nama : Frans Erix Damero H

NPK : K.2018.1.34694

Dari jurusan manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara. Dalam rangka penyusunan skripsi saya yang berjudul **“SURVEI PENGARUH MEDIA INSTAGRAM PADA MINAT BERKUNJUNG KONSUMEN DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA CAFE LOKAL DI KOTA MALANG”**. Saya mengharapkan kesediaan waktu saudara untuk memberikan pandangannya atas kuesioner yang saya lampirkan. Kuesioner ini bukanlah tes atau ujian ilmiah, jadi saudara hanya diminta mengisi kuesioner sesuai dengan pandangan pribadi saudara saja. Sesuai dengan kode etik penelitian, maka data pribadi anda akan dijamin kerahasiaannya oleh peneliti.

Jawaban yang saudara berikan merupakan bantuan yang tak dinilai harganya. Oleh karena itu, atas perhatian dan waktu yang saudara berikan, saya ucapkan banyak terimakasih. Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Hormat saya,

Peneliti

**SURVEI PENGARUH MEDIA INSTAGRAM PADA MINAT
BERKUNJUNG KONSUMEN DENGAN *BRAND AWARENESS*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA CAFE
LOKAL DI KOTA MALANG**

1.
Jenis Kelamin

- ☐
- Pria
- ☐
- Wanita

☐

2.
Usia

3. pengguna Instagram

- ☐ ya
- ☐ tidak

4. username Instagram

I. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah seluruh daftar pertanyaan dalam kuesioner.
2. Berilah jawaban pertanyaan berikut sesuai dengan pendapat saudara, dengan cara memberi tanda ceklist (✓) pada kolom tersedia.
3. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Saudara dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan yang tersedia dibawah sesuai dengan pendapat saudara.

- 1 : Sangat Kurang Setuju
- 2 : Kurang Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Instagram berasal dari kata insta dan gram, yang bisa diartikan sebagai telegram yang instan. Hal ini dikaitkan dengan kemampuannya yang dapat mempublikasikan foto dan video dengan cepat ke seluruh penjuru dunia dengan memanfaatkan jaringan internet, yaitu dengan jalan mengunggah foto atau video tadi ke dalam akun Instagram. Karena kemampuan Instagram untuk menampilkan informasi, media sosial satu ini juga pada perkembangannya seringkali menjadi sebuah wadah promosi bagi produk yang dihasilkan oleh para penggunanya. Social Media Marketing Instagram adalah bentuk ilmu marketing dengan menggunakan media Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk atau jasa secara spesifik. Social Media Marketing melalui Instagram lebih kepada pembangunan dan pemanfaatan area media sosial Instagram sebagai sarana atau tempat untuk membangun target pasar dari bisnis online atau lebih dikenal dengan pemasaran digital.

Pernyataan	penilaian				
	SKS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Variabel Media Instagram					
Dimensi: <i>online communitie</i>					
Instagram adalah salah sosial media terbesar yang mewadahi para pelaku usaha cafe untuk memasarkan produknya					
Saya dapat bergabung dengan komunitas pelaku usaha cafe dengan mudah					
Dimensi: <i>interaction</i>					
Media Instagram menjadi tempat interaksi yang reaktif dan proaktif antar pengguna dan pelaku usaha cafe					
Media instagram menyediakan fitur yang baik untuk user berinteraksi dengan pelaku usaha café					
Dimensi: <i>sharing of content</i>					
Saya dapat menemukan konten yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan pelaku usaha café					
Saya dapat menikmati konten yang disuguhkan suatu akun instagram usaha cafe dengan baik melalui media Instagram					
Dimensi: <i>accessibility</i>					
Saya dapat mengakses informasi mengenai akun usaha cafe terkait dengan baik					
Dimensi: <i>credibility</i>					
Informasi seputar produk dan tempat usaha cafe yang ditawarkan melalui Instagram memiliki					

kredibilitas(dapat dipercaya)					
Variabel Minat Berkunjung					
Dimensi: minat transaksional					
Saya akan terlebih dulu mencari informasi dan akun Instagram dari cafe yang ingin saya kunjungi					
Konten dan informasi yang disuguhkan meningkatkan minat berkunjung ke suatu cafe.					
Dimensi: minat refrensial					
Saya cenderung mereferensikan konten ataupun akun pelaku usaha cafe yang menarik minat saya ke orang lain.					
Referensi terhadap akun ataupun konten Intagram dari teman saya dapat meningkatkan minat berkunjung saya terhadap suatu cafe.					
Dimensi: minat preferensial					
Saya cenderung mengunjungi cafe berdasarkan minat saya terhadap konten dan informasi yang saya temukan di media Instagram					
Saya menjadikan media Instagram sebagai salah satu poin preferensi saya untuk berkunjung ke suatu cafe					
Dimensi: minat eksploratif					
Saya akan terus mencari dan menggali lebih dalam tentang cafe menarik yang saya temukan di media instagram					
Saya secara aktif melakukan eksplorasi terhadap konten dan akun Instagram tempat-tempat cafe di kota Malang					
Variabel Brand awareness					
Dimensi: Unaware of Brand					
Saya mengetahui adanya akun Instagram dari <i>brand</i> para pelaku usaha café					
Saya mengetahui <i>brand</i> para pelaku usaha cafe melalui media Instagram					
Dimensi: brand recognition					
Saya mengingat konten dan informasi yang disuguhkan terkait <i>brand</i> cafe dengan baik					
Saya cenderung mengingat akun instagram terkait cafe yang saya ingin ataupun telah kunjungi dengan baik					
Dimensi: brand recall					
Saya memiliki pengetahuan seputar hal yang ditawarkan dari suatu cafe melalui konten instagram cafe tersebut					

Saya dapat dengan mudah mengingat suatu cafe berdasarkan konten ataupun akun instagram cafe tersebut					
Dimensi: <i>Top of mind awareness</i>					
Instagram adalah salah satu preferensi utama saya dalam meningkatkan minat berkunjung ke suatu cafe					