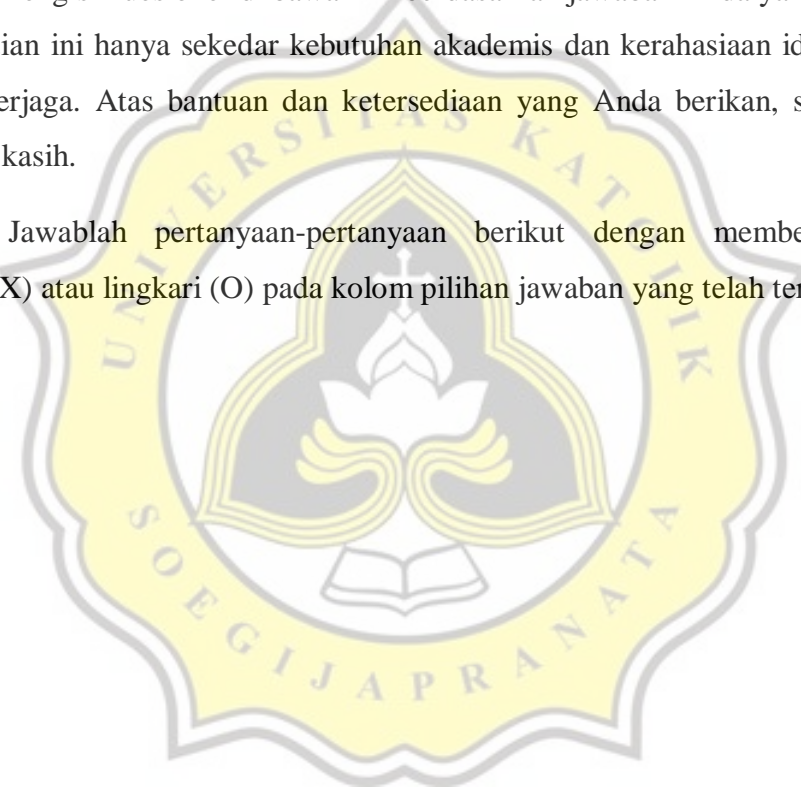


LAMPIRAN 1 KUESIONER

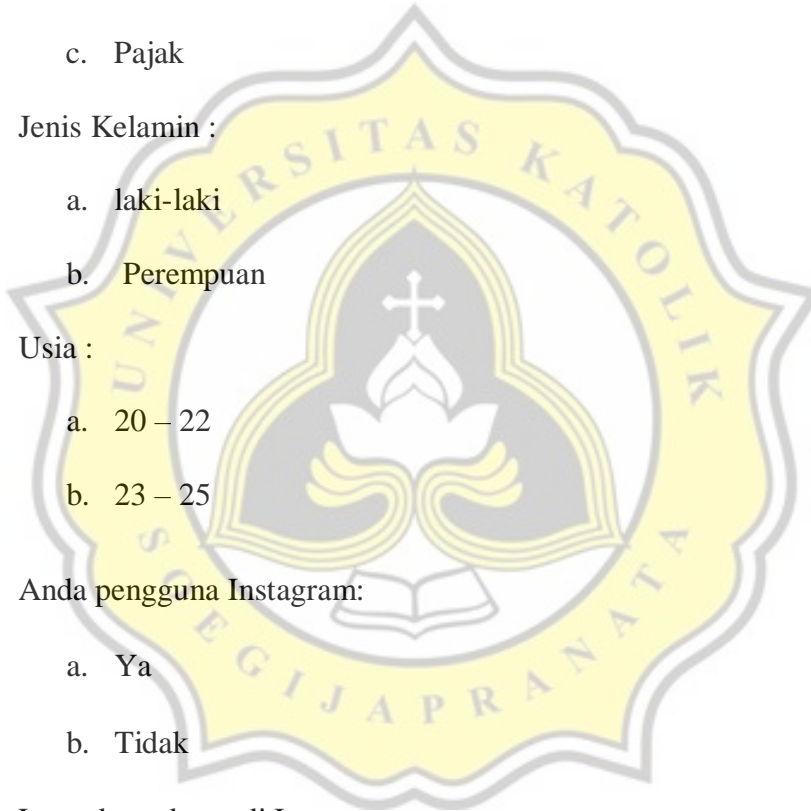
Responden yang terhormat.

Saya Ray Bagaskoro, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh #semawis di Instagram terhadap keputusan pembelian di Pasar Semawis Semarang. Saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner di bawah ini berdasarkan jawaban Anda yang sejujurnya. Penelitian ini hanya sekedar kebutuhan akademis dan kerahasiaan identitas Anda akan terjaga. Atas bantuan dan ketersediaan yang Anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda silang(X) atau lingkari (O) pada kolom pilihan jawaban yang telah tersedia.



A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
 2. Program Studi :
 - a. Manajemen
 - b. Akuntansi
 - c. Pajak
 3. Jenis Kelamin :
 - a. laki-laki
 - b. Perempuan
 4. Usia :
 - a. 20 – 22
 - b. 23 – 25
 5. Anda pengguna Instagram:
 - a. Ya
 - b. Tidak
 6. Lama bergabung di Instagram :
 - a. 1 – 2 tahun
 - b. Lebih dari 3 tahun
 7. Dalam sebulan berapa kali anda mengunjungi wisata kuliner :
 - a. 1 - 2 kali
 - b. 3 - 4 kali
- 
- The image contains a large, semi-transparent watermark of the logo of Universitas Katolik Soegijapranata. The logo is a yellow shield with a white border, featuring a central emblem of a white lotus flower with a cross above it, all within a stylized archway. The text 'UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA' is written around the perimeter of the shield.

8. Anda pernah mengetahui dan menerima informasi mengenai kuliner-kuliner yang ada di kota Semarang melalui #semawis kuliner Instagram yang ada? (jika tidak stop sampai disini)
- a. Ya
 - b. Tidak

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Jawablah masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian Saudara. Pilihlah salah satu jawaban dari kesekian kolom alternative jawaban yang sesuai dengan cara memberi tanda centang (v) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.

(Petunjuk, pertanyaan di bawah ini merupakan urutan metode hirarki efek, jika menjawab **Ya** maka lanjut ke pertanyaan berikutnya, bila menjawab **Tidak** maka berhenti sampai di pertanyaan tersebut)

Keterangan jawaban sebagai berikut:

1. Ya : Lanjut ke Tahap selanjutnya
2. Tidak : Berhenti mengisi

NO	DIMENSI	PERTANYAAN	JAWABAN	
			Ya (Lanjut)	Tidak (Berhenti)
1.	Kesadaran akan produk (<i>Awareness</i>)	Apakah Anda pernah melihat gambar kuliner di #semawis di media sosial Instagram		
		Produk yang berada di #semawis sering kali muncul di media sosial Instagram Anda		
		Apakah Anda setelah melihat #semawis mengetahui pesan yang ingin di sampaikan produk tersebut		
2.	Pengetahuan (<i>Knowing</i>)	Setelah melihat visualisasi video dalam produk di #semawis membuat Anda tertarik untuk membeli produk tersebut		
		Setelah melihat produk yang berada #semawis pada media sosial Instagram, Anda tertarik untuk membeli produk tersebut		
		Pesan yang disampaikan dalam gambar atau video dalam #semawis di media sosial Instagram membuat Anda tertarik untuk membeli produk tersebut		

NO	DIMENSI	PERTANYAAN	JAWABAN	
			Ya (Lanjut)	Tidak (Berhenti)
3.	Kesukaan (<i>Liking</i>)	Setelah menyukai produk yang di lihat di #semawis yang di tampilkan di Instagram menimbulkan keinginan untuk membeli produk tersebut.		
		Setelah mengetahui keunggulan produk melalui #semawis di media sosial Instagram menimbulkan keinginan Anda untuk membeli produk tersebut.		
		Setelah melihat #semawis di halaman Instagram, membuat Anda menjadikan salah satu #semawis menjadi pilihan favorit dalam mencari kuliner		
4.	Pemilihan (<i>Preference</i>)	Anda menepatkan produk kuliner apa saja yang di lihat di halaman #semawis menjadi pilihan utama saat Anda berkunjung ke Pasar Semawis.		
		Anda tetap memilih produk yang di lihat di halaman #semawis karena foto atau video yang di upload tersebut lebih menarik dari produk lainnya.		
		Anda tetap memilih produk yang di lihat di halaman #semawis walaupun ada produk lain yang lebih menarik di Pasar Semawis		

NO	DIMENSI	PERTANYAAN	JAWABAN	
			Ya (Lanjut)	Tidak (Berhenti)
5.	Keyakinan (<i>Conviction</i>)	Melalui #semawis di Instagram, Anda yakin bahwa produk yang di jual di Pasar Semawis aman untuk di konsumsi		
		Melalui #semawis di Instagram, Anda yakin bahwa produk yang di jual di Pasar Semawis bermutu tinggi.		
		Melalui #semawis di Instagram, Anda yakin bahwa produk yang Anda lihat di Halaman #semawis lebih enak di bandingkan produk yang lain		
6.	Pembelian (<i>Purchase</i>)	Setelah melihat #semawis Anda memiliki keyakinan untuk membeli barang di Pasar Semawis.		
		Kalimat kreatif dalam gambar atau video #semawis di media sosial Instagram menimbulkan keinginan Anda untuk membeli produk tersebut.		
		Anda akan Membeli produk di Pasar Semawis setelah Melihat #semawis di halaman Instagram		

LAMPIRAN 2 DATA INDENTITAS DAN TABULASI DATA

No	Nama	Program Studi	Jenis Kelamin	Usia	Apakah Lama bergabung	Dalam waktu	Anda	Kognitif									Afektif					Konatif			Total	Error			
								Awareness			Knowing			Liking			Preference			Conviction			Purchase						
								X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	X5.1	X5.2	X5.3	X6.1	X6.2			X6.3		
4	Adam	Manajemen	Laki - Laki	20-22	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	2
5	Adrian	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	
6	Ala Rahman	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	
7	Dimas	Manajemen	Laki - Laki	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	
8	argo	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	2
9	Dinda	Manajemen	Perempuan	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
10	Erna Widia H	Akuntansi	Perempuan	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
11	Jeffri	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	
12	Muhamad	Akuntansi	Laki - Laki	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	
13	Safira Gita	Akuntansi	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	
14	Ashifa	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
15	Doni Agus	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	
16	Evert	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
17	Albert	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
18	Ayu	Manajemen	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	
19	Amanda	Akuntansi	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
20	Riska	Akuntansi	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
21	Ajeng	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	
22	Allysa	Akuntansi	Perempuan	20-22	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	
23	Winda	Manajemen	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	2-4 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
24	Galih	Akuntansi	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	
25	Rama	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2
26	Abi	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	2
27	Dinda	Akuntansi	Perempuan	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
28	Eros	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	2-4 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
29	Dinto	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	2
30	Gita	Akuntansi	Perempuan	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	2
31	Calvin	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	
32	Ryan	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	
33	Riska D.	Akuntansi	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	2-4 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6	
34	Calvin	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	
35	Ryan	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	1-3 Tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	
36	Dewi	Manajemen	Perempuan	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	
37	salvatore mahameru	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	2-4 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	
38	Tasya Amadea	Akuntansi	Perempuan	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	
39	Dinda	Akuntansi	Perempuan	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	
40	salvatore mahameru	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	2-4 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	2
41	Aditya Ginanjar	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
42	Ala	Manajemen	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	
43	Aldo	Akuntansi	Laki - Laki	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	1-2 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
44	Yossi	Manajemen	Perempuan	23-25	Ya	Lebih dari 3 tahun	2-4 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
45	Yose Bantolo	Manajemen	Perempuan	20-22	Ya	Lebih dari 3 tahun	2-4 kali	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	

LAMPIRAN 3 ANALISIS DATA

Statistics

		Usia	Gender	Lama.Bergabung	Dalam.Waktu.sebul an
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20- 22	52	52.0	52.0	52.0
	23- 25	48	48.0	48.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	57	57.0	57.0	57.0
	Perempuan	43	43.0	43.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Lama Bergabung di Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 – 3 tahun	28	28.0	28.0	28.0
	Lebih dari 3 tahun	72	72.0	72.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Dalam Waktu sebulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 2 kali	88	88.0	88.0	88.0
	3 - 4 kali	12	12.0	12.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4 : ANALISIS DESKRIPTIF**Analisis Deskriptif****X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	1	1.0	1.0	1.0
	Ya	99	99.0	99.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	5	5.0	5.0	5.0
	Ya	95	95.0	95.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	1	1.0	1.0	1.0
	Ya	98	98.0	99.0	100.0
	Total	99	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		100	100.0		

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	98	98.0	100.0	100.0
Missing	System	2	2.0		
Total		100	100.0		

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	2	2.0	2.0	2.0
	Ya	96	96.0	98.0	100.0
	Total	98	98.0	100.0	
Missing	System	2	2.0		
Total		100	100.0		

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	7	7.0	7.4	7.4
	Ya	88	88.0	92.6	100.0
	Total	95	95.0	100.0	
Missing	System	5	5.0		
Total		100	100.0		

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	3	3.0	3.3	3.3
	Ya	88	88.0	96.7	100.0
	Total	91	91.0	100.0	
Missing	System	9	9.0		
Total		100	100.0		

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	8	8.0	9.3	9.3
	Ya	78	78.0	90.7	100.0
	Total	86	86.0	100.0	
Missing	System	14	14.0		
Total		100	100.0		

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	4	4.0	5.1	5.1
	Ya	74	74.0	94.9	100.0
	Total	78	78.0	100.0	
Missing	System	22	22.0		
Total		100	100.0		

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	6	6.0	8.2	8.2
	Ya	67	67.0	91.8	100.0
	Total	73	73.0	100.0	
Missing	System	27	27.0		
Total		100	100.0		

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	10	10.0	14.9	14.9
	Ya	57	57.0	85.1	100.0
	Total	67	67.0	100.0	
Missing	System	33	33.0		
Total		100	100.0		

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	5	5.0	8.9	8.9
	Ya	51	51.0	91.1	100.0
	Total	56	56.0	100.0	
Missing	System	44	44.0		
Total		100	100.0		

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	4	4.0	7.7	7.7
	Ya	48	48.0	92.3	100.0
	Total	52	52.0	100.0	
Missing	System	48	48.0		
Total		100	100.0		

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	7	7.0	14.6	14.6
	Ya	41	41.0	85.4	100.0
	Total	48	48.0	100.0	
Missing	System	52	52.0		
Total		100	100.0		

X6.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	3	3.0	7.5	7.5
	Ya	37	37.0	92.5	100.0
	Total	40	40.0	100.0	
Missing	System	60	60.0		
Total		100	100.0		

X6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	4	4.0	10.5	10.5
	Ya	34	34.0	89.5	100.0
	Total	38	38.0	100.0	
Missing	System	62	62.0		
Total		100	100.0		

X6.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	3	3.0	8.8	8.8
	Ya	31	31.0	91.2	100.0
	Total	34	34.0	100.0	
Missing	System	66	66.0		
Total		100	100.0		

Statistics

Total 6 variabel

N	Valid	18
	Missing	0
Mean		71.11
Median		76.00
Mode		88 ^a

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Total 6 variabel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	31	1	5.6	5.6	5.6
	34	1	5.6	5.6	11.1
	37	1	5.6	5.6	16.7
	41	1	5.6	5.6	22.2
	48	1	5.6	5.6	27.8
	51	1	5.6	5.6	33.3
	57	1	5.6	5.6	38.9
	67	1	5.6	5.6	44.4
	74	1	5.6	5.6	50.0
	78	1	5.6	5.6	55.6

88	2	11.1	11.1	66.7
95	1	5.6	5.6	72.2
96	1	5.6	5.6	77.8
98	2	11.1	11.1	88.9
99	1	5.6	5.6	94.4
100	1	5.6	5.6	100.0
Total	18	100.0	100.0	





8.94% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #13436905

PENDAHULUAN L LATAR BELAKANG MASALAH Bisnis wisata kuliner saat ini menjadi fenomena baru dalam perkembangan dunia usaha di Indonesia seiring perubahan perilaku dan gaya hidup masyarakat. Hadirnya internet yang telah mengubah peradaban manusia, termasuk model bisnis, menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku dunia usaha. Tahun 2019, bisnis kuliner yang masuk dalam kelompok sektor makanan dan minuman menjadi primadona dalam menunjang industri pariwisata. Sementara itu, data Kementerian Perindustrian menyebutkan sektor makanan dan minuman menyumbang produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 6,34%, atau naik 0,23% dibanding tahun sebelumnya. Saat ini, bisnis makanan dan minuman masuk dalam lima besar penyumbang PDB Nasional. Tumbuhnya bisnis kuliner tersebut meningkatkan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Berdasarkan hasil Badan Pusat Statistik dalam Sensus Ekonomi (SE2016) pencacahan lengkap, jumlah Usaha Mikro Kecil (UMK) di Indonesia 26,26 juta usaha atau memiliki

REPORT	CHECKED	AUTHOR	PAGE
#1343690526	JUL 2021, 5:05 PM	ANDRE KURNIAWAN	1 OF 57