

LAMPIRAN I
(KUESIONER & HASIL JAWABAN RESPONDEN)

KUESIONER PENELITIAN

Perihal: Permohonan bantuan Pengisian Kuesioner

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i Responden

Di Tempat

Dengan hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan penyelesaian pendidikan Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya ,saya memerlukan beberapa informasi sebagai bahan penulisan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Konten Video Dan Penggunaan Hashtag Di Sosial Media Instagram Terhadap Pembentukan Brand Image Zozo Garden Di Bandar Lampung** ”

Sehubungan dengan itu,saya memohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang ada pada kuesioner ini Seluruh informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan saya gunakan untuk keperluan penelitian saya dan saya akan menjaga kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian. Atas ketersediaan Bapak/Ibu, Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini,saya ucapkan terimakasih.

Bandar Lampung,25 Januari 2024

Peneliti

ADINDA SYAHDA A.S
NPM. 2012140043

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agar data dapat diolah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.
4. Dengan keterangan berikut:

Skala Interval								
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Setuju

Screening Responden

1. Apakah anda memiliki akun Instagram? : Iya
Tidak, jika tidak stop disini.
2. Apakah anda mengetahui Zozo Garden di Bandar Lampung? : Iya, saya tau Zozo Garden
Tidak, saya tidak tau Zozo Garden

Identitas Responden

- 1 Nama :
- 2 Jenis Kelamin : Laki - Laki
Perempuan
- 3 Umur :
- 4 Domisili (Tulis Nama Kota) :
- 5 Pendidikan Terakhir : SMA/SMK/Sederajat
Diploma
Strata 1
Strata 2
Strata 3
- 6 Pekerjaan : Siswa/Pelajar
Mahasiswa
PNS/ASN

- Karyawan BUMN
Karyawan Swasta
Wiraswasta
Buruh
Lainnya
7. Media sosial apa yang anda miliki saat ini : Instagram Facebook
Tiktok Whatsapp
X Twitter Youtube
Line Telegram
8. Seberapa sering anda menggunakan media sosial dalam sehari : Kurang dari 3 jam sehari
3 - 6 jam sehari
6 – 8 jam sehari
Lebih dari 8 jam sehari
9. Apakah Anda mengetahui #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram? : Iya, saya mengetahui
Tidak mengetahui
10. Seberapa sering Anda hangout dan pergi cafe? : 1x seminggu
 1 – 4x dalam seminggu
 Kurang dari 4x dalam sebulan
 Lebih dari 8x dalam sebulan

DAFTAR PERNYATAAN

NO.	Pernyataan	Instrumen Skala							Sangat setuju
		Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	6	
1.	Menurut saya konten video dengan hashtag #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram memiliki berbagai jenis konten yang relevan dengan kebutuhan saya tentang informasi produk, dan promo yang ditawarkan								

2.	Menurut saya konten video dengan hashtag #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram memiliki informasi yang sesuai berdasarkan fakta di lapangan									
3.	Menurut saya penyajian konten video Zozo Garden di sosial media instagram dapat dipercaya karena alur cerita yang dibawakan oleh talent memiliki cara yang jelas dan mudah dipahami									
4.	Berbagai informasi dalam konten video dengan hashtag #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram, mudah saya pahami karena tulisan dan teks dalam konten dapat dibaca dengan jelas									
5.	Konten video dengan hashtag #ZozoGakMahalLagi mudah ditemukan di sosial media instagram									
6.	Saya merasa bahwa konten video dengan hashtag #ZozoGakMahalLagi tersedia secara konsisten di sosial media instagram									

7.	Saya akan berfikir tentang zozo Garden jika saya mengetahui hashtag #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram									
8.	Setelah melihat konten yang menggunakan hashtag #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram, saya merasa tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang Zozo Garden									
9.	Pengetahuan saya tentang Zozo Garden bertambah setelah membaca hashtag #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram									
10.	Dengan melihat hashtag #ZozoGakMahalLagi di sosial media Instagram, saya merasa harga menu di zozo garden tidak mahal dan relative murah									
11.	Setelah melihat konten video zozo garden di instagram saya beranggapan bahwa zozo garden merupakan cafe dengan image yang									

	baik karena memiliki identitas dan karakteristik yang lebih menarik dari cafe garden yang ada di bandar lampung									
12.	Zozo Garden termasuk referensi tempat yang akan saya kunjungi atau tempat untuk hangout karena harganya relative murah									
13.	Setelah melihat konten Zozo Garden dan mengetahui #ZozoGakMahalLagi saya beranggapan bahwa zozo garden memiliki value for money (sebanding dengan uang yang dikeluarkan) karena tempatnya memiliki kesan nyaman dan aman									

Hasil Jawaban Responden Variabel Konten Video (X1)

Variabel Konten Video X1						Total
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
5	5	7	7	4	4	32
7	5	6	7	7	7	39
6	6	5	7	6	7	37
6	3	6	6	7	6	34
5	5	6	6	6	6	34
4	4	4	4	5	4	25
5	2	4	5	5	3	24
6	6	7	7	7	7	40
6	6	6	6	6	6	36
6	6	6	6	6	6	36
5	6	5	6	5	7	34
5	6	5	5	5	4	30
5	5	6	6	6	5	33
5	4	4	4	7	4	28
6	6	7	6	4	6	35
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	6	6	6	36
6	5	5	6	7	5	34
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	6	6	4	33
7	7	7	7	7	7	42
7	7	7	7	7	7	42
7	6	7	7	7	7	41
7	2	7	7	7	7	37
6	5	5	6	6	5	33
4	3	3	5	4	3	22
7	7	7	7	7	7	42
5	4	5	5	5	6	30
7	7	6	7	6	6	39
4	5	4	5	6	3	27
7	6	5	6	7	5	36
6	6	6	6	6	6	36
6	4	6	6	6	5	33
4	4	4	4	4	4	24
6	6	6	6	5	5	34
4	4	5	5	6	4	28
2	5	5	5	5	5	27
3	3	4	4	6	4	24
7	7	7	7	7	7	42
5	5	3	4	6	5	28
4	6	5	6	5	6	32
6	6	7	7	6	7	39
5	6	4	4	3	4	26

5	5	5	5	5	5	30
5	6	5	6	6	5	33
5	5	6	6	2	2	26
7	7	7	7	7	7	42
7	7	7	7	7	7	42
5	6	5	5	2	2	25
6	6	6	6	6	6	36
5	6	5	6	5	4	31
7	4	6	7	7	6	37
7	5	6	6	6	6	36
4	4	4	4	4	4	24
7	6	7	7	7	7	41
4	4	6	7	4	3	28
3	4	3	4	4	5	23
7	7	7	7	7	7	42
7	5	5	6	5	5	33
4	4	4	4	4	4	24
4	6	5	5	5	5	30
5	6	6	6	7	5	35
4	6	5	6	5	4	30
5	5	5	7	7	6	35
4	6	6	6	6	6	34
5	3	4	6	6	5	29
5	4	5	4	6	5	29
4	4	6	7	3	4	28
6	5	6	5	5	4	31
6	6	5	7	5	7	36
6	6	7	6	7	7	39
2	3	6	5	6	6	28
5	3	4	4	4	4	24
3	6	5	6	2	5	27
6	7	7	7	5	6	38
5	4	4	4	7	4	28
6	7	7	6	6	7	39
6	7	6	7	6	7	39
7	6	7	6	7	6	39
6	6	7	6	6	7	38
7	7	7	7	7	7	42
6	5	6	6	7	6	36
5	6	6	7	6	5	35
6	7	7	6	7	7	40
7	7	6	6	5	6	37
6	7	6	7	6	5	37
7	6	6	7	6	6	38
6	6	7	6	7	6	38
6	7	7	6	7	5	38
6	7	7	5	6	5	36
7	6	6	5	7	5	36

7	6	6	6	7	7	39
7	5	6	6	7	6	37
6	6	5	5	7	6	35
7	6	7	6	7	6	39
7	6	5	6	6	5	35
7	6	6	5	6	6	36
6	7	5	6	7	6	37
6	6	7	6	6	7	38
7	7	5	6	6	7	38
6	5	6	5	6	6	34
7	5	6	6	6	6	36
7	6	5	4	6	7	35
7	6	7	6	5	6	37
6	5	6	6	7	6	36
6	6	5	6	6	7	36
7	5	5	6	7	6	36
7	5	5	7	6	5	35
6	7	5	6	7	6	37
5	6	5	5	5	5	31
6	7	6	6	5	6	36
6	7	6	6	5	6	36
6	5	6	7	6	6	36
6	7	6	6	5	6	36
6	5	6	6	5	7	35
7	5	6	5	7	6	36
7	6	7	5	6	6	37
7	6	7	6	5	6	37
7	6	7	6	5	4	35

Hasil Jawaban Responden Variabel Hashtag (X2)

Variabel Penggunaan Hashtag				Total
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
6	3	3	6	18
7	7	7	5	26
4	5	6	5	20
7	7	6	5	25
6	6	6	5	23
4	4	4	4	16
7	5	2	5	19
6	7	7	7	27
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
7	7	4	4	22
6	6	5	5	22
5	6	6	5	22
4	6	7	6	23
7	5	6	6	24

5	4	4	4	17
6	6	6	6	24
7	5	6	5	23
5	6	6	5	22
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
7	7	7	7	28
7	7	7	6	27
7	7	7	7	28
7	7	7	4	25
5	5	5	6	21
3	3	4	3	13
7	7	7	7	28
7	6	6	6	25
5	7	7	7	26
4	4	5	5	18
7	6	6	7	26
6	6	7	7	26
4	5	5	4	18
4	4	5	4	17
6	6	6	4	22
5	6	6	4	21
5	5	3	3	16
6	3	5	5	19
7	7	7	7	28
7	6	6	6	25
6	4	4	4	18
6	6	6	6	24
6	4	5	7	22
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
6	2	4	5	17
7	7	7	7	28
7	7	7	7	28
4	3	4	4	15
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
7	7	7	7	28
5	6	6	4	21
4	4	4	4	16
7	6	6	6	25
7	6	4	7	24
4	4	4	4	16
7	7	7	7	28
6	5	5	6	22
4	4	4	4	16
6	6	5	4	21
5	6	5	5	21

5	6	6	5	22
4	3	4	5	16
6	6	6	6	24
4	7	5	3	19
6	5	5	5	21
4	6	6	5	21
7	5	5	6	23
6	6	5	7	24
7	5	7	6	25
6	5	6	5	22
3	4	4	4	15
5	3	4	5	17
6	7	7	7	27
5	5	5	3	18
6	7	6	7	26
7	6	7	6	26
7	6	7	6	26
6	7	7	6	26
7	7	7	7	28
6	5	5	6	22
6	5	5	6	22
7	7	6	6	26
7	6	7	7	27
6	7	6	7	26
6	7	7	6	26
6	7	6	7	26
4	4	4	7	19
5	6	6	4	21
6	5	7	4	22
6	7	7	6	26
6	6	7	6	25
6	6	4	6	22
6	6	6	5	23
6	6	7	7	26
7	7	6	6	26
7	6	5	6	24
6	7	6	6	25
7	5	6	5	23
6	5	5	6	22
6	6	5	6	23
6	5	7	6	24
7	5	7	5	24
6	5	5	7	23
6	7	7	6	26
7	5	6	7	25
6	6	6	5	23
6	7	5	6	24
4	5	4	5	18

6	5	6	6	23
7	6	6	7	26
5	7	6	6	24
6	7	5	6	24
7	6	6	6	25
7	5	6	6	24
6	7	5	7	25
6	7	6	7	26
5	3	5	5	18

Hasil Jawaban Responden Variabel Brand Image (Y)

Variabel Y Brand Image			Total
Y1.1	Y1.2	Y1.3	
5	5	7	17
7	6	6	19
6	5	4	15
7	5	6	18
7	5	6	18
4	4	4	12
7	1	4	12
7	7	7	21
6	6	6	18
6	6	6	18
4	4	6	14
6	5	6	17
6	6	6	18
5	5	5	15
6	5	6	17
5	4	4	13
6	6	6	18
5	6	7	18
5	5	5	15
4	4	4	12
6	4	6	16
7	7	7	21
7	7	7	21
7	7	7	21
7	4	7	18
6	6	7	19
4	4	4	12
7	7	7	21
5	5	6	16
6	7	7	20
4	5	3	12
7	7	7	21
7	7	7	21
6	4	3	13

5	5	5	15
6	6	6	18
6	4	6	16
6	3	6	15
4	5	5	14
7	7	7	21
6	7	6	19
4	3	3	10
7	5	7	19
5	7	6	18
5	5	5	15
6	6	5	17
5	4	5	14
7	7	7	21
7	7	7	21
6	4	6	16
6	6	6	18
5	5	4	14
6	7	7	20
7	6	6	19
4	4	5	13
6	7	7	20
5	6	7	18
4	4	4	12
7	5	5	17
6	5	5	16
4	4	4	12
5	6	4	15
7	5	6	18
5	5	7	17
5	4	6	15
6	6	6	18
7	6	5	18
5	5	5	15
7	1	4	12
7	6	6	19
7	7	7	21
7	5	7	19
6	6	5	17
4	4	4	12
4	4	4	12
7	6	7	20
4	4	5	13
6	7	6	19
6	7	6	19
7	6	7	20
5	6	7	18
7	7	7	21

6	6	7	19
6	7	7	20
5	7	6	18
6	7	7	20
6	7	6	19
6	6	7	19
6	7	6	19
6	7	4	17
7	4	6	17
6	4	5	15
6	6	7	19
6	7	6	19
6	5	6	17
6	5	6	17
7	7	6	20
5	6	5	16
7	6	7	20
7	6	6	19
7	7	6	20
6	5	4	15
6	6	5	17
7	5	6	18
6	5	7	18
6	6	7	19
5	6	6	17
7	7	6	20
6	5	5	16
6	7	6	19
6	5	6	17
6	7	6	19
6	6	7	19
5	7	6	18
6	7	6	19
7	4	6	17
7	5	6	18
6	7	7	20
6	5	6	17
6	7	6	19

LAMPIRAN II

(HASIL OLAH DATA)

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Konten Video (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.463**	.570**	.495**	.533**	.549**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.463**	1	.518**	.438**	.211*	.480**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.021	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.570**	.518**	1	.656**	.369**	.571**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	.495**	.438**	.656**	1	.324**	.510**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.5	Pearson Correlation	.533**	.211*	.369**	.324**	1	.595**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.6	Pearson Correlation	.549**	.480**	.571**	.510**	.595**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.803**	.690**	.801**	.732**	.681**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	6

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Hashtag (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.496**	.472**	.559**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.496**	1	.649**	.460**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.472**	.649**	1	.479**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.559**	.460**	.479**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.780**	.825**	.815**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	4

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Brand Image (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.333**	.526**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120
Y1.2	Pearson Correlation	.333**	1	.569**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120
Y1.3	Pearson Correlation	.526**	.569**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.727**	.825**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

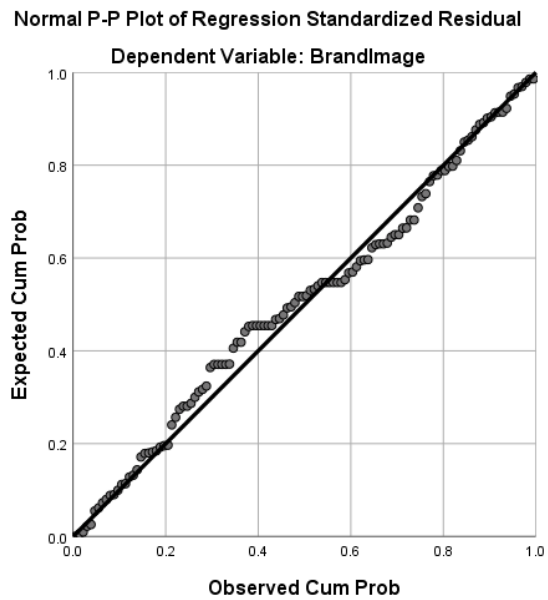
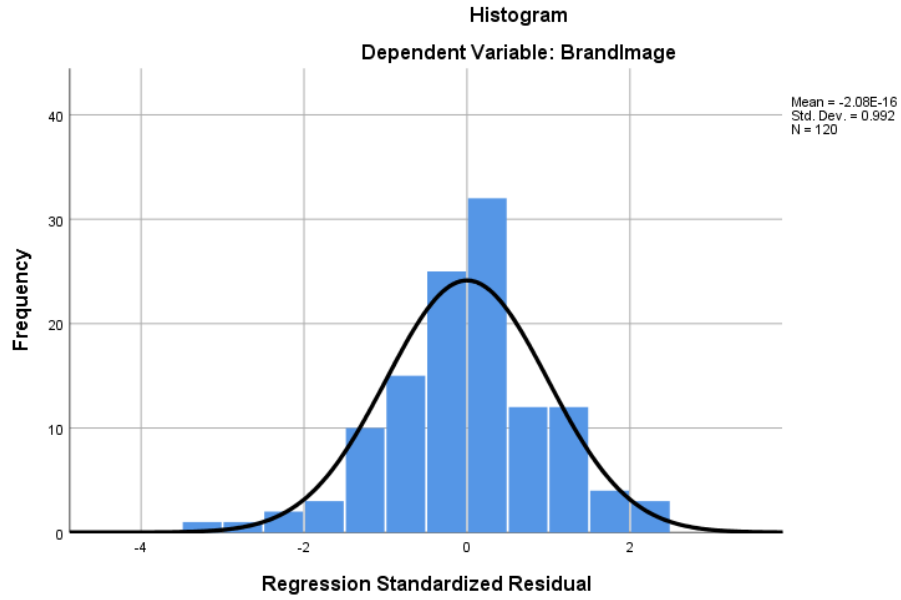
		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	3

Hasil Uji Normalitas



Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

		Levene			
		Statistic	df1	df2	Sig.
Hasil X1 dan X2	Based on Mean	13.307	1	238	.000
	Based on Median	8.226	1	238	.005
	Based on Median and with adjusted df	8.226	1	197.725	.005
	Based on trimmed mean	12.826	1	238	.000

Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BL_Y * H_X2	Between Groups	(Combined)	560.636	14	40.045	14.592	.000
		Linearity	546.337	1	546.337	199.078	.000
		Deviation from Linearity	14.299	13	1.100	.401	.967
	Within Groups	288.156	105	2.744			
Total			848.792	119			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
BL_Y * H_X2	.802	.644	.813	.661

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.829 ^a	.687	.681	1.508	2.255

a. Predictors: (Constant), Hashtag, KontenVideo

b. Dependent Variable: BrandImage

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.282	.958		2.381	.019		
	KontenVideo	.187	.047	.356	4.001	.000	.338	2.956
	Hashtag	.381	.066	.513	5.761	.000	.338	2.956

a. Dependent Variable: BrandImage

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.786	.609		4.573	.000
	KontenVideo	-.009	.030	-.045	-.292	.771
	Hashtag	-.060	.042	-.220	-1.435	.154

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.282	.958		2.381	.019
	Konten Video	.187	.047	.356	4.001	.000
	Hashtag	.381	.066	.513	5.761	.000

a. Dependent Variable: Brand Image

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	582.739	2	291.369	128.133	.000 ^b
	Residual	266.053	117	2.274		
	Total	848.792	119			

a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Hashtag, Konten Video