

KUESIONER PENELITIAN

Pernyataan pada kuesioner ini hanya semata-mata untuk data penelitian dengan judul “**Analisis Media Sosial Framing terhadap Minat Berkujung dan eWom Sebagai Variabel Intervening pada Warung Grill Bandar Lampung**”. Oleh karena itu saya sebagai peneliti mengharapkan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan keadaan sebenarnya.

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan jujur dan sebenarnya
2. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang anda anggap benar

SS	=	Sangat Setuju
S	=	Setuju
CS	=	Cukup Setuju
TS	=	Tidak Setuju
STS	=	Sangat Tidak Setuju

II. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pekerjaan :

1. Media Sosial Framing (X)

No	Bingkai pemasaran	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Foto makanan dan minuman di instagram waroeng grill dan pemberian promo, diskon membuat semakin menarik					
2	Ulasan yang berisi penjelasan tentang menu yang ditawarkan dan harga memberikan informasi yg penting					
3	Saya tertarik dengan promo dihari-hari tertentu (hari ulang tahun dan hari pemilu, dll)					
Bingkai inklusivitas						
4	Waroeng grill dipromosikan oleh komunitas kuliner Lampung					
Bingkai kolaborasi						
5	Kolaborasi dengan pengguna akun media sosial instagram kuliner Lampung membuat informasi tentang waroeng grill meluas					

2. Minat Berkunjung (Y)

No		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Minat Transaksional						
1	Saya akan membeli produk yang ada di Waroeng Grill Bandar Lampung.					
2	Saya akan membeli paket promo yang ditawarkan oleh Waroeng Grill.					
Minat refrensional						
3	Saya ingin membeli makanan dan minuman yang ada di Wruoeng Grill karena refrensi dari teman.					
4	Saya akan merekomendasikan menu makanan di Waroeng Grill kepada kawan-kawan dekat saya.					
Minat Prefensial						
5	Jika makanan atau minuman yang saya suka tidak ada, saya akan memilih menu makanan atau minuman yang lain					
6	Saya akan tetap memilih makanan dan minuman yang saya suka meskipun produk pilihan saya tidak tersedia					

Minat Exploratif						
7	Saya mencari informasi tentang menu yang paling banyak disukai oleh konsumen Waroeng Grill.					
8	Saya mencari informasi tentang promo-promo yang ditawarkan oleh Waroeng Grill.					
9	Saya mencari informasi tentang menu terbaru di Waroeng Grill.					

3. eWom (Z)

No		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Keahlian pengirim						
1	Jika saya belum membaca review produk di instagram dari konsumen lain, saya khawatir tentang keputusan saya					
2	Review dari konsumen lain tentang produk waroeng grill di instagram membuat saya percaya untuk berkunjung/membeli ke waroeng grill					
Kualitas eWom						
3	Saya sering membaca review produk makanan dari konsumen lain melalui instagram untuk mengetahui produk yang membuat kesan yang baik bagi orang lain					
4	Untuk memastikan saya membeli produk makanan yang tepat saya sering membaca review dari orang lain melalui instagram					
Kuantitas eWom						
5	Saya sering membahas menu makanan pada kolom komentar instagram bersama orang lain					
6	Saya sering mengumpulkan informasi review dari konsumen lain melalui instagram sebelum saya berkunjung ke warueng grill					

Lampiran 3

Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

2. Karakteristik responden Berdasarkan Usia

Usia					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
	17-20	31	31.0	31.0	31.0
	21-30	47	47.0	47.0	78.0
Valid	31-40	15	15.0	15.0	93.0
	41-50	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
	Pegawai Negeri	9	9.0	9.0	9.0
	Wiraswasta	14	14.0	14.0	23.0
Valid	Mahasiswa/Pelajar	69	69.0	69.0	92.0
	Karyawan Swasta	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden

1. Variabel Media Sosial Framing (X)

Pernyataan 1 (X)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	14	14.0	14.0	14.0
4	2	2.0	2.0	16.0
5	84	84.0	84.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 2 (X)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	8.0	8.0	8.0
4	13	13.0	13.0	21.0
5	79	79.0	79.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 3 (X)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	10.0	10.0	10.0
4	8	8.0	8.0	18.0
5	82	82.0	82.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 4(X)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.0	9.0	9.0
Valid 4	31	31.0	31.0	40.0
Valid 5	60	60.0	60.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 5 (X)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	16	16.0	16.0	16.0
Valid 4	8	8.0	8.0	24.0
Valid 5	76	76.0	76.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Variabel Minat Berkunjung (Y)

Pernyataan 1 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	24	24.0	24.0	24.0
Valid 4	5	5.0	5.0	29.0
Valid 5	71	71.0	71.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 2 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	26	26.0	26.0	26.0
Valid 4	29	29.0	29.0	55.0
Valid 5	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 3 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	10.0	10.0	10.0
Valid 4	25	25.0	25.0	35.0
Valid 5	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 4 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	27	27.0	27.0	27.0
Valid 4	2	2.0	2.0	29.0
Valid 5	71	71.0	71.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 5 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	27	27.0	27.0	27.0
Valid 4	11	11.0	11.0	38.0
Valid 5	62	62.0	62.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 6 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	29	29.0	29.0	29.0
Valid 4	12	12.0	12.0	41.0
Valid 5	59	59.0	59.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 7 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	18	18.0	18.0	18.0
Valid 4	2	2.0	2.0	20.0
Valid 5	80	80.0	80.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 8 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	17	17.0	17.0	17.0
4	47	47.0	47.0	64.0
5	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 9 (Y)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.0	9.0	9.0
4	43	43.0	43.0	52.0
5	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. Variabel Ewom

Pernyataan 1 (Z)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	48	48.0	48.0	48.0
4	1	1.0	1.0	49.0
5	51	51.0	51.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 2 (Z)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	27	27.0	27.0	27.0
4	1	1.0	1.0	28.0
5	72	72.0	72.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 3 (Z)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	10.0	10.0	10.0
4	3	3.0	3.0	13.0
5	87	87.0	87.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 4 (Z)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	10.0	10.0	10.0
4	11	11.0	11.0	21.0
5	79	79.0	79.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 5 (Z)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	26	26.0	26.0	26.0
Valid 4	12	12.0	12.0	38.0
Valid 5	62	62.0	62.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pernyataan 6 (Z)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	22	22.0	22.0	22.0
Valid 4	2	2.0	2.0	24.0
Valid 5	76	76.0	76.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

Hasil uji Persyaratan Instrumen

1. Hasil Uji Validasi

Outer Loadings

Matrix	Media Social F...	Minat Berkunj...	e-WOM
msf3	0.870		
msf2	0.811		
msf1	0.892		

Outer Loadings

Matrix	Media Social F...	Minat Berkunj...	e-WOM
MB1		0.915	
MB2		0.865	
MB3		0.834	
MB4		0.893	
ewm1			0.866
ewm2			0.924
ewm3			0.800

2. Hasil Uji Reliabeliitas

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (...)	Copy to Clipboard:
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	
Media Social Framing	0.827	0.844	0.894	0.737	
Minat Berkunjung	0.901	0.926	0.930	0.770	
e-WOM	0.836	0.877	0.899	0.748	

Nilai *composite reliability* > 0.70

Nilai *variance extracted* > 0.50

Lampiran 6

Hasil Uji Analisis Data

1. *mesasurement model variabel media sosisal framing (X)*

msf1 <- Media ...	0.892	0.883	0.043	20.711	0.000
msf2 <- Media ...	0.811	0.812	0.027	30.026	0.000
msf3 <- Media ...	0.870	0.862	0.049	17.639	0.000

2. *mesasurement model variabel minat berkunjung (Y)*

Outer Loadings

Matrix	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard:	Excel
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
MB1 <- Minat ...	0.915	0.914	0.021	44.324	0.000
MB2 <- Minat ...	0.865	0.861	0.030	28.930	0.000
MB3 <- Minat ...	0.834	0.831	0.028	29.554	0.000
MB4 <- Minat ...	0.893	0.891	0.024	37.640	0.000

3. *measurement model variabel ewom (Z)*

ewm1 <- e-W...	0.866	0.868	0.014	63.090	0.000
ewm2 <- e-W...	0.924	0.918	0.028	32.617	0.000
ewm3 <- e-W...	0.800	0.787	0.067	11.976	0.000

4. *Inner Model atau Structural Model*

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Va...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias C...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O...	P Values	
Media Social Framing -> Minat Berkunjung	0.193	0.196	0.072	2.681	0.007	
Media Social Framing -> e-WOM	0.837	0.835	0.036	22.998	0.000	
e-WOM -> Minat Berkunjung	0.668	0.665	0.069	9.736	0.000	

5. R Square Adjusteds

R Square Adjusted

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
Minat Berkunju...	0.693	0.695	0.043	16.198	0.000
e-WOM	0.697	0.696	0.060	11.563	0.000

6. Indirect Effect

Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
Media Social Fr...	0.559	0.555	0.061	9.220	0.000
Media Social Fr...					
e-WOM -> Mi...					

LAMPIRAN 2

No Responden	Butir Pertanyaan					total
	msf1	msf2	msf3	msf4	msf5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	4	5	24
3	5	5	5	5	5	25
4	3	3	5	3	3	17
5	5	5	5	4	5	24
6	5	5	5	5	5	25
7	3	3	3	3	3	15
8	5	4	4	4	4	21
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	4	5	24
11	5	5	5	5	5	25
12	5	4	3	5	3	20
13	3	5	5	5	5	23
14	5	5	5	4	5	24
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	4	5	24
17	5	5	5	5	5	25
18	3	3	3	3	3	15
19	5	4	4	4	4	21
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	4	5	24
22	5	5	5	5	5	25
23	5	4	3	5	3	20
24	3	5	5	5	5	23
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	4	5	24
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	4	5	24
31	5	5	5	5	5	25
32	3	3	5	3	3	17
33	5	4	3	5	3	20
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	4	5	24
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25

38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	4	5	24
41	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	4	5	24
45	3	5	5	5	5	23
46	5	4	4	4	4	21
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	4	5	24
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	4	5	24
53	5	5	5	4	5	24
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	4	5	24
58	5	4	5	5	3	22
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	4	5	24
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	4	5	24
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	4	5	24
67	3	3	5	3	3	17
68	5	4	3	5	3	20
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	4	5	24
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	5	4	4	4	4	21
74	5	5	5	5	5	25
75	3	5	3	3	3	17
76	5	5	5	5	5	25
77	3	3	5	3	3	17
78	5	4	3	5	3	20
79	5	5	5	5	5	25

80	5	5	5	4	5	24
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	4	5	24
83	5	5	5	5	5	25
84	3	3	3	3	3	15
85	5	4	4	4	4	21
86	5	5	5	4	5	24
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	4	5	24
91	5	5	5	5	5	25
92	3	5	5	3	3	19
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	4	5	24
95	5	5	5	4	5	24
96	3	5	5	5	5	23
97	4	3	4	5	4	20
98	5	4	3	4	4	20
99	3	4	4	5	3	19
100	4	5	4	5	4	22