

LAMPIRAN I

(Kuesioner)

Angket Variabel Content Marketing

Saudara/saudari responden yang terhormat,

Bersama ini, saya Windi Astuti mahasiswi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya konsentrasi Manajemen Pemasaran, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Content Marketing dan Review Kuliner Instagram Pringsewu_Foodies Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Aam Gadingrejo”. Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan kriteria sebagai berikut :

1. Followers akun instagram @pringsewu_foodies
2. Pernah membeli pada warung bakso aam gadingrejo
3. Berusia 17-45 tahun baik laki-laki maupun perempuan

Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden No.Responden :

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia :

II. Informasi Umum

1. Apakah anda followers akun instagram @Pringsewu_foodies ?

Ya Tidak

2. Sudah berapa kali anda melakukan pembelian pada warung bakso aam gading rejo?

1 kali

2 kali

3 kali

Lebih dari 3 kali

III. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kreteria penelitian :

(SS) sangat setuju dengan bobot 5

(S) setuju dengan bobot 4

(N) netral dengan bobot 3

(TS) tidak setuju dengan bobot 2

(STS) dan sangat tidak setuju dengan bobot 1.

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Relevansi	1. Konten-konten dari akun instagram @Pringsewu_foodies relevan					
		2. Konten dari akun instagram @Pringsewu_foodies sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Akurasi	1. Konten dari instagram @Pringsewu_foodies dapat dipercaya kebenarannya					
		2. Konten-konten akun instagan @Pringsewu_foodies informatif					
3	Bernilai	1. Konten-konten dari instagram @Pringsewu_foodies bernilai dan mengedukasi					
		2. Konten dari akun instagram @Pringsewu_foodies bermanfaat					
4	Mudah dipahami	1. Konten-konten akun instagram @Pringsewu_foodies mudah dipahami					

		2. Konten akun instagram @Pringsewu_foodies mampu dimengerti dengan mudah					
5	Mudah ditemukan	1. Konten-konten dari akun instagram @Pringsewu_foodies mudah ditemukan					
		2. Konten dari akun instagram @Pringsewu_foodies tidak dapat ditemukan pada akun lain					
6	Konsisten	1. Konten akun instagram @Pringsewu_Foodies konsisten					
		2. Konten-konten dari akun instagram @Pringsewu_foodies mendorong anda mengambil keputusan					

Angket Variabel Review

Saudara/saudari responden yang terhormat,

Bersama ini, saya Windi Astuti mahasiswi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya konsentrasi Manajemen Pemasaran, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Content Marketing dan Review Kuliner Instagram Pringsewu_Foodies Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Aam Gadingrejo”. Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan kriteria sebagai berikut :

1. Followers akun instagram @pringsewu_foodies
2. Pernah membeli pada warung bakso aam gadingrejo
3. Berusia 17-45 tahun baik laki-laki maupun perempuan

Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden No.Responden :

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia :

II. Informasi Umum**1. Apakah anda followers akun instagram @Pringsewu_foodies ?** Ya Tidak**2. Sudah berapa kali anda melakukan pembelian pada warung bakso aam gading rejo?** 1 kali 2 kali 3 kali Lebih dari 3 kali**III. Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kreteria penelitian :

(SS) sangat setuju dengan bobot 5

(S) setuju dengan bobot 4

(N) netral dengan bobot 3

(TS) tidak setuju dengan bobot 2

(STS) dan sangat tidak setuju dengan bobot 1.

No	Indikator	Pernyataan	ST	TS	N	S	SS
			S				

1	Manfaat yang dirasakan	1. Review dari akun instagram @Pringsewu_foodies membantu menentukan pilihan pembelian					
		2. Review dari akun instagram @Pringsewu_foodies memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang diulas					
2	Kredibilitas sumber	1. Saya percaya kepada review yang diberikan oleh akun instagram @Pringsewu_foodies					
		2. Saya percaya review yang diberikan oleh akun instagram @Pringsewu_foodies jujur					
3	Kualitas Argumen	1. Review yang dilakukan oleh akun instagram @Pringsewu_foodies sesuai dengan realita					
		2. Saya merasa review yang diberikan oleh akun instagram @Prinsewu_foodies relevan					
4	Valensi	1. Review produk pada akun instagram @Pringsewu_foodies memberikan informasi yang benar					
		2. Review produk pada akun instagram @Pringsewu_foodies bernada positif					

Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Saudara/saudari responden yang terhormat,

Bersama ini, saya Windi Astuti mahasiswi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya konsentrasi Manajemen Pemasaran, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Content Marketing dan Review Kuliner Instagram Pringsewu_Foodies Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Aam Gadingrejo”. Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan kriteria sebagai berikut :

1. Followers akun instagram @pringsewu_foodies
2. Pernah membeli pada warung bakso aam gadingrejo
3. Berusia 17-45 tahun baik laki-laki maupun perempuan

Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden No.Responden :

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia :

II. Informasi Umum

1. Apakah anda followers akun instagram @Pringsewu_foodies ?

Ya Tidak

2. Sudah berapa kali anda melakukan pembelian pada warung bakso aam gading rejo?

1 kali

2 kali

3 kali

Lebih dari 3 kali

III. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kreteria penelitian :

(SS) sangat setuju dengan bobot 5

(S) setuju dengan bobot 4

(N) netral dengan bobot 3

(TS) tidak setuju dengan bobot 2

(STS) dan sangat tidak setuju dengan bobot 1.

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kemantapan suatu produk	1. Saya membeli produk pada warung bakso Aam Gadingrejo karena informasi yang saya dapat dalam promosi tepat/benar					
		2. Saya melakukan keputusan pembelian karena produk dari warung bakso Aam Gadingrejo sesuai keinginan saya					
2	Kebiasaan dalam membeli	1. Saya memutuskan untuk membeli produk dari warung bakso Aam Gadingrejo setelah membandingkan dengan toko lain					
		2. Saya melakukan keputusan pembelian pada produk dari warung bakso Aam Gadingrejo setelah mendapatkan informasi dari akun instagram @Pringsewu_foodies					
3	Rekomendasi orang lain	1. Saya memutuskan membeli pada warung bakso Aam Gadingrejo karena rekomendasi dari teman					

		2. Saya selalu disarankan membeli pada warung bakso Aam Gadingrejo					
4	Pembelian Ulang	1. Saya tertarik membeli ulang produk pada warung bakso Aam Gadingrejo karna selain harganya murah, kualitas serta rasa sangat memuaskan					
		2. Saya melakukan pembelian produk pada warung bakso Aam Gadingrejo berulang-ulang atau lebih dari satu kali					

LAMPIRAN II

(Hasil Olah Data)

Hasil Uji Validitas *Content Marketing* (X1)

Correlations

	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	SKOR TOTAL
Pearson Correlation	1	.549**	.599*	.563**	.703**	.612**	.399**	.414*	.467**	.322**	.417**	.366**	.743**
Sig. (2-tailed)		0.00 0	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.00 0	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.549**	1	.516*	.471**	.666**	.572**	.384**	.407*	.379**	.419**	.508**	.525**	.755**
Sig. (2-tailed)	0.00 0		0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.599**	.516**	1	.539**	.630**	.448**	.456**	.424*	.350**	.341**	.445**	.447**	.730**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0		0.000	0.000	0.000	0.000	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.563**	.471**	.539*	1	.585**	.519**	.429**	.354*	.351**	.220*	.443**	.270**	.663**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0		0.000	0.000	0.000	0.00 0	0.000	0.020	0.000	0.004	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.703**	.666**	.630*	.585**	1	.654**	.466**	.467*	.473**	.470**	.540**	.478**	.841**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.000		0.000	0.000	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.612**	.572**	.448*	.519**	.654**	1	.565**	.517*	.537**	.382**	.417**	.322**	.757**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.000	0.000		0.000	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.399**	.384**	.456*	.429**	.466**	.565**	1	.642*	.539**	.200*	.368**	.296**	.662**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.000	0.000	0.000		0.00 0	0.000	0.034	0.000	0.002	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.414**	.407**	.424*	.354**	.467**	.517**	.642**	1	.466**	.248**	.431**	.278**	.654**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.008	0.000	0.003	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.467**	.379**	.350*	.351**	.473**	.537**	.539**	.466*	1	.280**	.402**	.270**	.641**

Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.00 0		0.003	0.000	0.004	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.322**	.419**	.341*	.220*	.470**	.382**	.200*	.248*	.280**	1	.558**	.480**	.618**
Sig. (2-tailed)	0.00 1	0.00 0	0.00 0	0.020	0.000	0.000	0.034	0.00 8	0.003		0.000	0.000	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.417**	.508**	.445*	.443**	.540**	.417**	.368**	.431*	.402**	.558**	1	.624**	.744**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.00 0	0.000	0.000		0.000	0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.366**	.525**	.447*	.270**	.478**	.322**	.296**	.278*	.270**	.480**	.624**	1	.652**
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.004	0.000	0.001	0.002	0.00 3	0.004	0.000	0.000		0.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Pearson Correlation	.743**	.755**	.730*	.663**	.841**	.757**	.662**	.654*	.641**	.618**	.744**	.652**	1
Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	0.00 0	0.000	0.000	0.000	0.000	
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

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

SKORTOTAL	Pearson Correlation	.701**	.784**	.862**	.800**	.814**	.805**	.747**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations								
		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	SKORTOTAL
item1	Pearson Correlation	1	.518**	.591**	.616**	.379**	.483**	.465**	.479**	.782**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
item2	Pearson Correlation	.518**	1	.500**	.538**	.215*	.356**	.583**	.589**	.721**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.023	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
item3	Pearson Correlation	.591**	.500**	1	.580**	.231*	.381**	.419**	.381**	.697**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.014	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
item4	Pearson Correlation	.616**	.538**	.580**	1	.241*	.528**	.481**	.404**	.754**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.010	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
item5	Pearson Correlation	.379**	.215*	.231*	.241*	1	.617**	0.160	.295**	.601**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.023	0.014	0.010		0.000	0.091	0.002	0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
item6	Pearson Correlation	.483**	.356**	.381**	.528**	.617**	1	.408**	.434**	.768**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
item7	Pearson Correlation	.465**	.583**	.419**	.481**	0.160	.408**	1	.519**	.680**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.091	0.000		0.000	0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
item8	Pearson Correlation	.479**	.589**	.381**	.404**	.295**	.434**	.519**	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000		0.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
SKORTOTAL	Pearson Correlation	.782**	.721**	.697**	.754**	.601**	.768**	.680**	.708**	1

Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

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

Hasil Uji Reabilitas X1 (Content Marketing)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	112	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.904	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	48.3929	31.430	0.691	0.893
item2	48.5268	30.738	0.698	0.892
item3	48.4732	30.738	0.665	0.894
item4	48.3750	31.858	0.596	0.897
item5	48.5179	29.675	0.798	0.887
item6	48.4554	31.548	0.709	0.893
item7	48.5714	31.761	0.592	0.897
item8	48.4018	31.828	0.584	0.898
item9	48.4732	31.765	0.565	0.899
item10	48.8036	30.357	0.503	0.906
item11	48.6518	30.301	0.677	0.893
item12	48.6696	31.196	0.569	0.899

Hasil Uji Reabilitas X2 (Review)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	112	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.901	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
item1	30.44	16.140	0.609	0.895
item2	30.67	14.782	0.693	0.889
item3	30.53	14.630	0.806	0.877
item4	30.52	15.045	0.722	0.885
item5	30.60	14.927	0.741	0.883
item6	30.54	15.530	0.741	0.884
item7	30.41	15.992	0.670	0.890
item8	30.37	16.793	0.533	0.901

Hasil Uji Reabilitas Y (Keputusan Pembelian)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	112	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.854	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	30.09	16.136	0.705	0.825
item2	30.04	16.918	0.638	0.834
item3	30.21	16.597	0.594	0.837
item4	30.12	16.158	0.665	0.829
item5	30.40	16.297	0.426	0.865
item6	30.41	15.163	0.660	0.829
item7	30.10	16.954	0.581	0.839
item8	30.08	16.345	0.602	0.836

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58864714
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.071
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.117
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Homogenitas X1 (Content Marketing)

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
(Y)	Based on Mean	.999	17	89	.467
	Based on Median	.599	17	89	.884
	Based on Median and with adjusted df	.599	17	65.734	.881
	Based on trimmed mean	.929	17	89	.543

Hasil Uji Homogentitas X2 (Review)

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
(Y)	Based on Mean	1.676	13	93	.079
	Based on Median	1.358	13	93	.195
	Based on Median and with adjusted df	1.358	13	55.801	.209
	Based on trimmed mean	1.564	13	93	.110

Hasil Uji Lineritas X1 (Content Marketing)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
keputusan * content	Between Groups	(Combined)	1577.990	22	71.727	8.627	.000
		Linearity	1354.223	1	1354.223	162.873	.000
		Deviation from Linearity	223.767	21	10.656	1.282	.210
Within Groups			740.001	89	8.315		
Total			2317.991	111			

Hasil Uji Lineritas X2 (Review)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Content Marketing	Between Groups	(Combined)	17344.620	21	825.934	.669	.835
		Linearity	128.004	1	1285.004	2.042	.314
		Deviation from Linearity	16059.616	20	802.981	.650	.846
Within Groups			45693.312	37	1234.954		
Total			63037.932	58			

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.149	2.204		.975	.332
	content	.260	.069	.345	3.759	.000
	review	.533	.094	.521	5.677	.000

a. Dependent Variable: keputusan

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1574.170	2	787.085	115.340	.000 ^b
	Residual	743.821	109	6.824		
	Total	2317.991	111			

a. Dependent Variable: keputusan

b. Predictors: (Constant), review, content

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.679	.673	2.612

a. Predictors: (Constant), review, content

Tabel r untuk df = 101 – 150

Tingkat signifikansi untuk uji satu arah					
0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005	

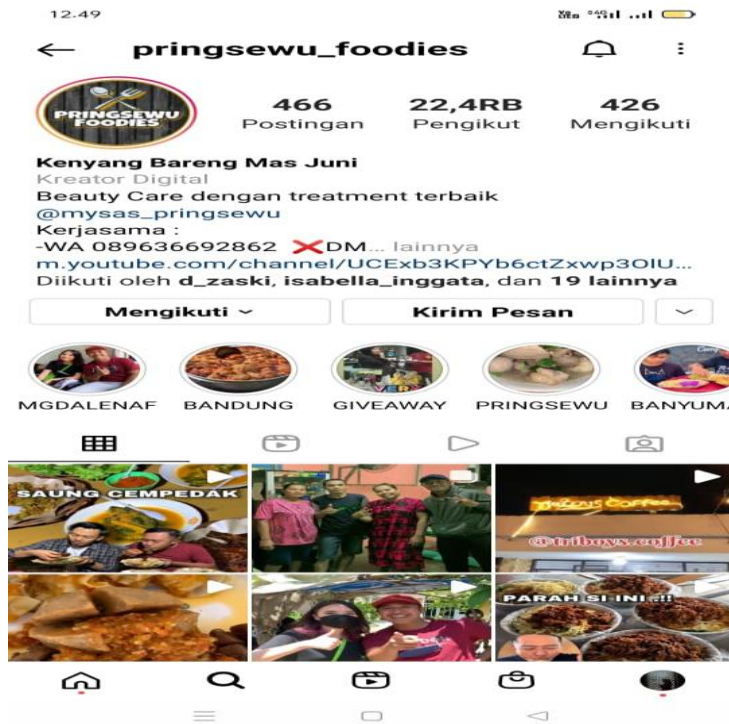
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705

144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

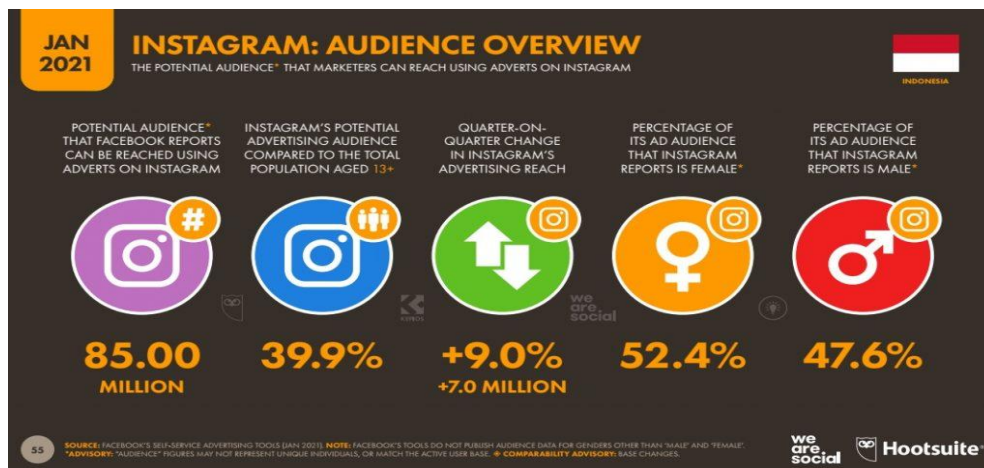
Diproduksi oleh : Junaidi(<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

LAMPIRAN

(Tabel Gambar)



Sumber: akun instagram @pringsewu_foodies



Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>



Sumber: akun instagram @pringsewu_foodies